

Kontekstuaalisuuden merkitys kolmannen osapuolen evästeiden hävitessä

”3P:n jälkeisen aikakauden potentiaali, jossa käyttäjäkeskeisyys kohtaa huipputeknologian maailmassa, joka on turvallinen, räätälöity ja hallittu”

Johannes Harju
johannes.harju@neuwo.ai

Mats Melén
mats.melen@neuwo.ai

Neuwo oy

content classification

brand safety

phenomena prediction

content analysis

IAB 2.2

brand suitability

automatic tagging

contextual advertising

content monetization

hierarchical classification

contextual recommendations

neuwo

Kontekstuaalisen kohdentamisen tilanne

- **59%** Vierailijoista kokee tärkeänä, että digimainoksia esitetään heille luotettavassa ympäristössä.
- **22%** lisäteho mainonnan huomioarvoon. (IAB Post 3P - Opas)
- **69%** vierailijoista todennäköisemmin katsoisivat mainoksen, jos se olisi osuva heidän lukemaansa sisältöön.
- **67%** Sanoivat olevansa avoimia uusien tuotemerkkien osuvien mainosten katseluun.
- **44%** Ovat kokeilleet uutta brändiä, koska he ovat nähneet osuvan mainoksen käyttämänsä sisällön rinnalla (IAB Europe - Guide to Contextual Advertising)

Miksi kontekstuaalisuutta tarvitaan?

Markkinoijien kohtaamia haasteita kolmannen osapuolen evästeiden poistumisen jälkeen.

- Ad inventoryt romahtaa.
- Mainonnan kohdistaminen muuttuu asiakkaan käyttäytymisestä hänen kiinnostuksiin.
- Käyttäjätietojen kerääminen vaikeutuu.
- Kilpailu suljettujen ekosysteemien (walled gardens) kanssa hankaloituu.
- Tarvitaan uusia teknologioita ja lähestymistapoja korvaamaan pudonneet!

Mikä tekee kontekstuaalisesta kohdentamisesta mielekästä?

1. Yksityisyyden säilyttäminen
2. Relevanssi
3. Vähemmän riippuvuutta kolmannen osapuolen tiedoista
4. Parannettu mainosekosysteemi, laadukkaammat mainostajat
5. Vahvempi brändimielikuva



Esimerkkejä erilaisista kontekstuaalisen kohdentamisen muodoista

Kohdentamisen tyyppi	Kuvaus	Esimerkki
<u>Avainsanapohjainen</u> Tehokkuus: Keskitaso	Kohdentaa mainoksia sivuille, joilla on tiettyjä avainsanoja.	Mainostetaan kenkiä sivustolla, jolla on artikkeli "parhaista lenkkikengistä" (avainsanat: kengät, lenkkikengät).
<u>Aihepohjainen</u> Tehokkuus: Hyvä	Kohdentaa mainoksia sivuille, jotka käsittelevät tiettyjä aiheita tai kategorioita.	Mainostetaan matkailukohteita sivustolla, joka käsittelee matkailuun liittyviä aiheita, kuten matkaoppaita ja -vinkejä.
<u>Semanttinen kohdentaminen</u> Tehokkuus: Erinomainen	Kohdentaa mainoksia sivuille, joilla on tiettyjä teemoja tai konteksteja tekstin merkityksen perusteella.	Mainostetaan aurinkovoidetta sivustolla, jolla on artikkeli, joka käsittelee rantalomia.

Tekoäly kontekstuaalisessa kohdentamisessa

Tekoäly auttaa havaitsemaan yhteyksiä ja kaavoja, jotka auttavat kohdistamaan asiayhteyksiä.

Näiden avulla voidaan myös sulkea pois asiayhteyksiä toisistaan kuten mainostaa lentojen hintoja matkailuun liittyvissä artikkeleista paitsi jos kyseessä on Itä-Aasiassa sijaitsevat kohteet.



Kontekstuaalisen kohdentamisen hyötyjä ja rajoituksia

Tavoittaa kohdeyleisön

Mainoksen yhteensopivuus

Parempi tehokkuus

Parantaa mainosten merkityksellisyyttä ja sitouttaa

Monikanavaisuus

Kontekstin tulkinta

Rajallisuus, mikäli aihe ei ole laajasti käsitelty

Parhaat käytännöt kontekstuaalisessa kohdentamisessa

Analysoi tarkasti aiheet ja avainsanat

Huomioi sivustojen sisällön laatu ja mainosympäristö:
mainokset näkyvät positiivisessa valossa ja niiden viesti menee perille

Brand Safety – voitko luottaa että sisältö on turvallinen. Erityiset brand safety kriteerit ja miten ne otetaan huomioon.

Kontekstuaalisen kohdentamisen vuosikello

- Oikeaikainen kohdentaminen
- Tarjoaa sisältöä juuri oikeaan aikaan joka generoi parempaa tuottoa



Esimerkkejä nähtävillä – demo.neuwo.ai

The screenshot displays the neuwo website interface. On the left, there's a navigation menu with 'FASHION', 'ENTERTAINMENT', and 'TECH' categories. Below it, a breadcrumb trail reads 'You are here > Home > 2023 > March > 12'. A featured article titled 'Wonderful Watch (example article)' is shown with a date of 'Mar 12, 2023' and author 'johannes.harju@m1.fi'. The main content area features a news article from BBC.com titled 'Gambling: Government expected to tighten regulation on sector', dated '9 hours ago' and written by 'Katie Razzall'. The article includes a photo of a woman wearing sunglasses and a quote: '"You get very good at lying," David tells me. "Getting loans for home improvements that weren't for home improvements. Credit cards. Any way I could get money to gamble."'. Below the article, there's a 'Features' section with a 'BBC SPORT Rugby' advertisement.

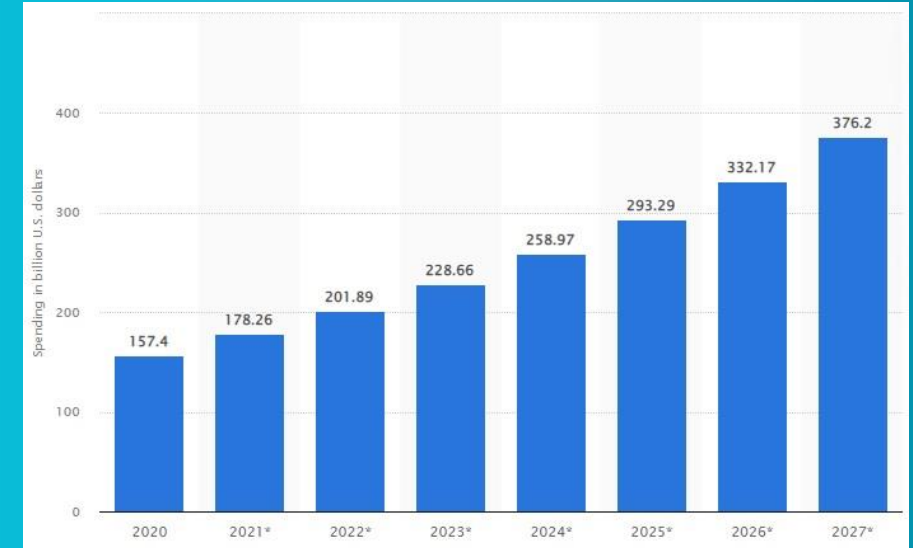
Contextual Analysis Results by Neuwo AI

```
{
  "tags": [
    {
      "URI": "<https://tags.neuwo.ai/masterID101931>",
      "value": "Garments Shoes and Accessories",
      "score": "0.77347"
    },
    {
      "URI": "<https://tags.neuwo.ai/masterID101665>",
      "value": "Fashion",
      "score": "0.56037"
    },
    {
      "URI": "<https://tags.neuwo.ai/masterID104464>",
      "value": "Styles and Clothes",
      "score": "0.38924"
    },
    {
      "URI": "<https://tags.neuwo.ai/masterID104522>",
      "value": "Sweaters Blouses Jerseys Pullovers Jumpers and Cardigans",
      "score": "0.36018"
    },
    {
      "URI": "<https://tags.neuwo.ai/masterID100834>",
      "value": "Clothing Accessories",
      "score": "0.29098"
    },
    {
      "URI": "<https://tags.neuwo.ai/masterID101044>",
      "value": "Costume",
      "score": "0.27722"
    }
  ]
}
```

Oletko valmis kontekstuaaliseen kohdentamiseen?

Julkaisija

1. Varmista että sisältösi on yhtenäisesti kategorisoitu
2. Automatisoi - tekoäly tarkempi kuin ihminen
3. Hyödynnä laajaa ontologiaa
4. Vertaa omaa sisältöä kilpailijaan
5. Kategorisoi uutta sisältöä automaattisesti

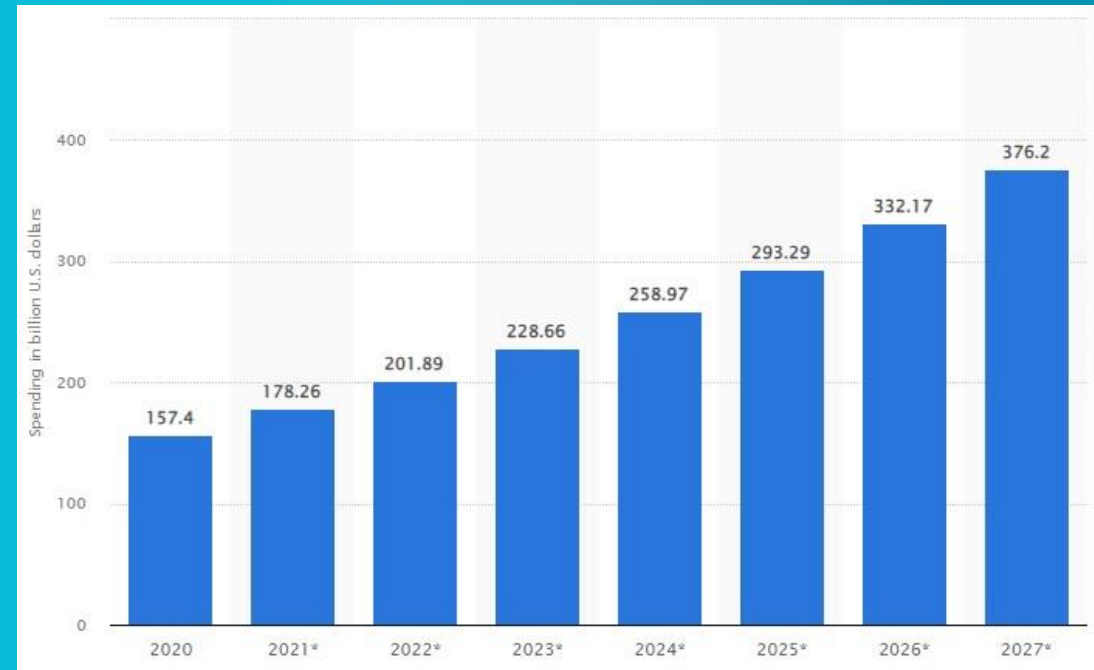


(Source: [Statista](#) - An overview of global contextual ad spending from 2020 forecasted through to 2027 compiled by Statistia.)

Oletko valmis kontekstuaaliseen kohdentamiseen?

Mainostaja

1. Kysy julkaisijoilta mitä heillä on tarjottavana
2. Hyödynnä IAB kategorioita sekä tarvittaessa laajaa ontologiaa
3. Vertaa ja analysoi julkaisijoita
4. Mittaa tuloksia



(Source: [Statista](#) - An overview of global contextual ad spending from 2020 forecasted through to 2027 compiled by Statistia.)

Mitä seuraavaksi?

1. Älä jää odottamaan että mitä muut tekee – tulokset ovat jo nyt positiivisia!
2. Kokeile rohkeasti – opit eivät ole hukkaan heitettyjä!



69% vierailijoista todennäköisemmin katsoisivat mainoksen, jos se olisi osuva heidän lukemaansa sisältöön.



KIITOS!



Johannes Harju
+358 40 742 0900
johannes.harju@neuwo.ai



Mats Melén
+358 407393008
mats.melen@neuwo.ai