

# Kohdentaminen nyt!

Sampo Koskinen & Jenna Kärki

Alma Media



31.3.2023

Alma koskettaa kaikkia

# Mainonnan kohdentamisen nykytila -kysely

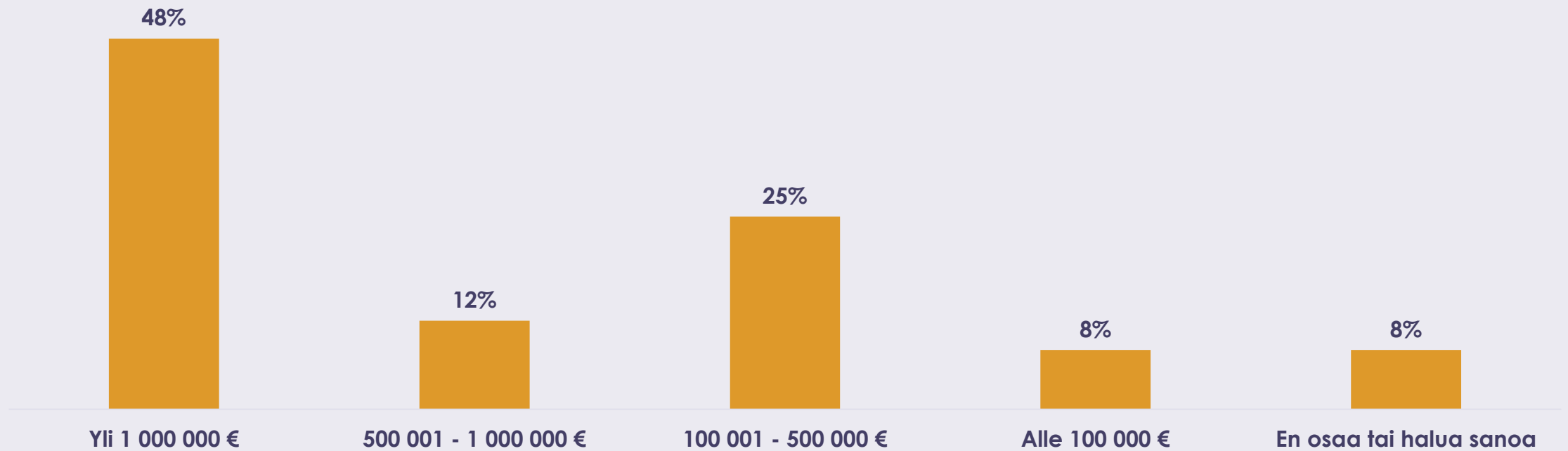
Kyselyn tavoitteena oli selvittää millaista dataa ja millaisia kohdentamisen keinoja käytetään suomalaisessa digimainonnassa. Samalla haluamme selvittää, miten mainostajat ovat valmistautuneet kolmannen osapuolen evästeiden poistumiseen.

- Toteutettiin puhelinkyselynä ja halukkailla mahdollisuus vastata myös nettilomakkeeseen
- Kumppanina Norstat
- Datankeräys 14.2.–9.3.2023
- N=52



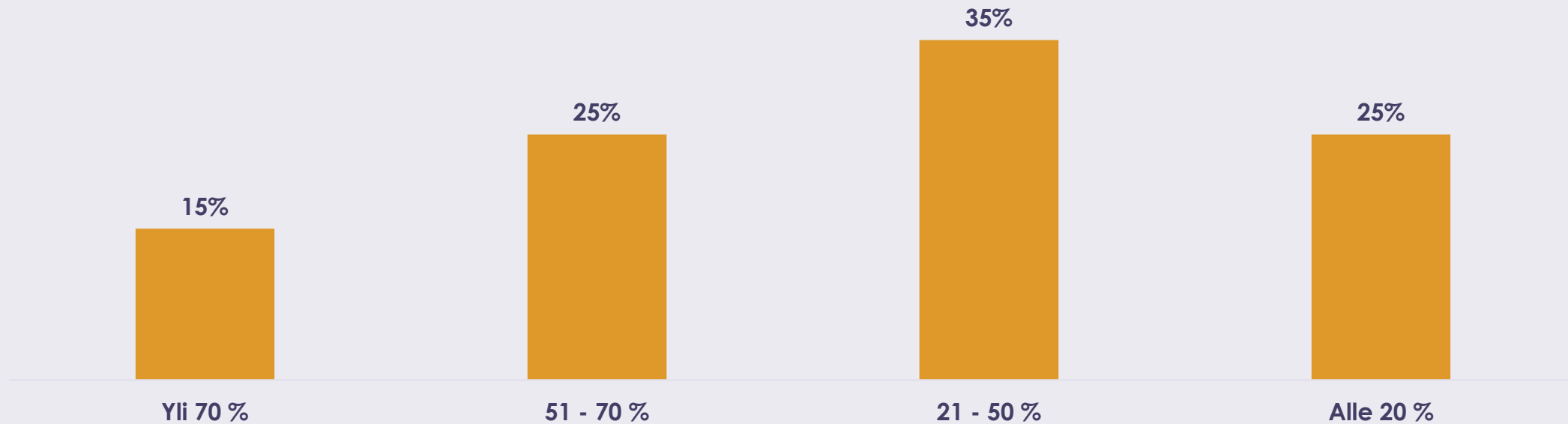
# Taustaa

Missä suuruusluokassa on vuositason kokonaismediabudjettisi?  
Huomioi kaikki mainonnan kanavat ja -muodot



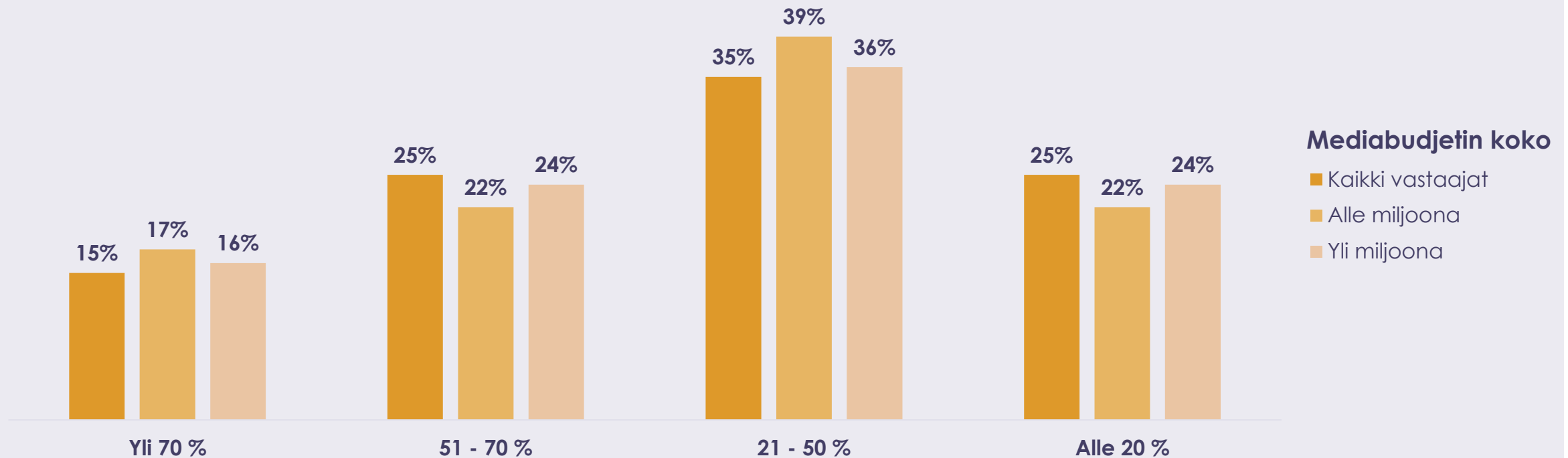
# Kohdentamisen määrä vaihtelee

Kuinka suuren osuuden edellä mainitusta mediabudjetista käytätte kohdennettuun digimainontaan?



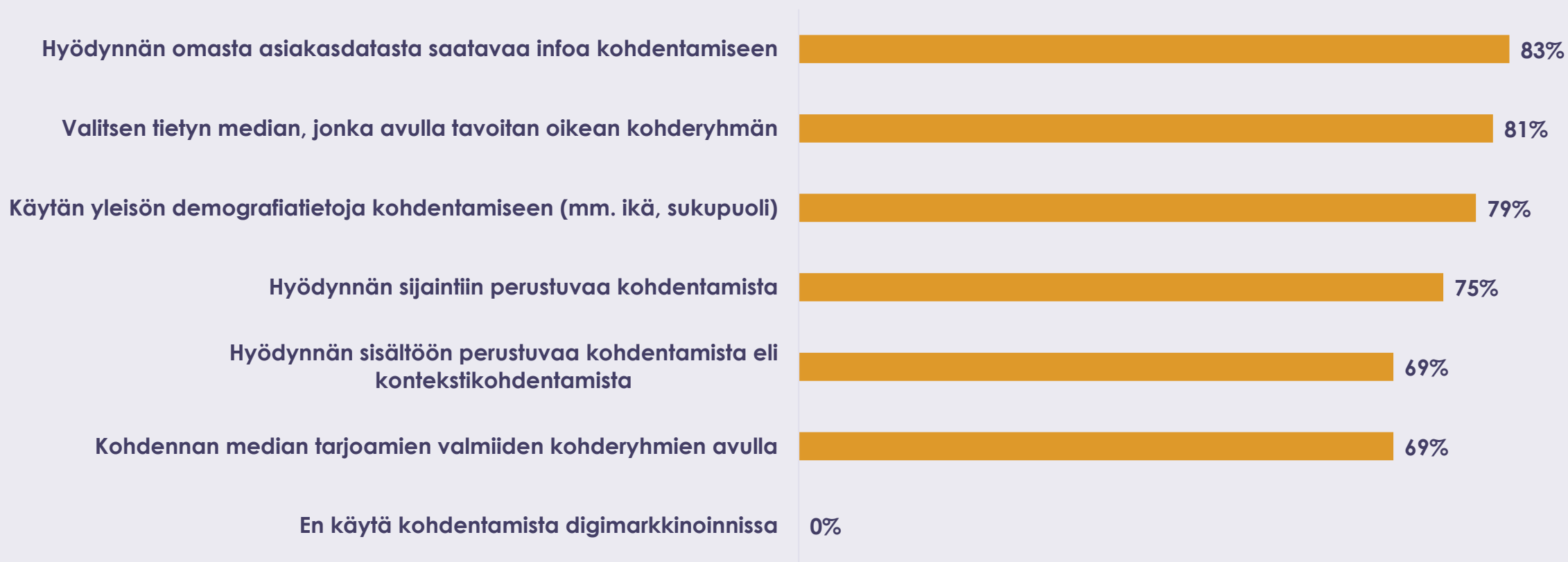
# Mediabudjetin koko ei vaikuta merkittävästi kohdentamisen määrään

Kuinka suuren osuuden edellä mainitusta mediabudjetista käytätte kohdennettuun digimainontaan?



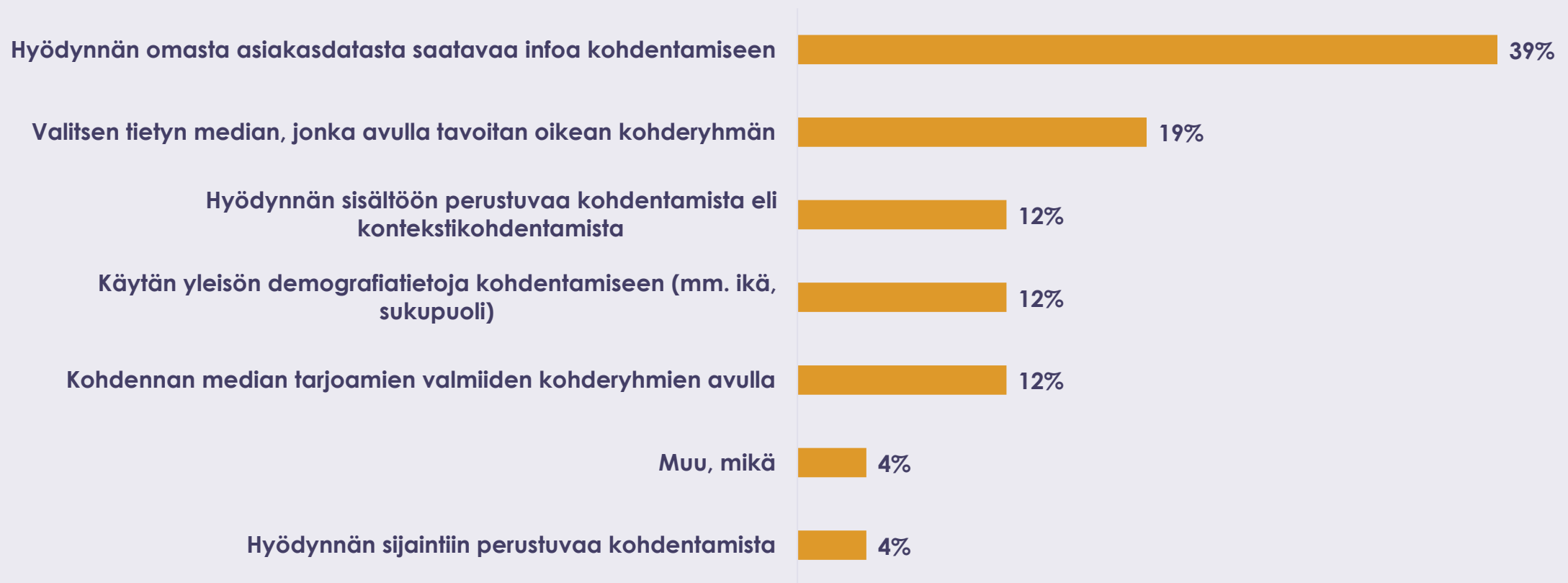
# Kaikki kohdentavat – oma data tärkeässä roolissa

Kysymys: Millaisia keinoja käytätte digimainonnan kohdentamiseen?



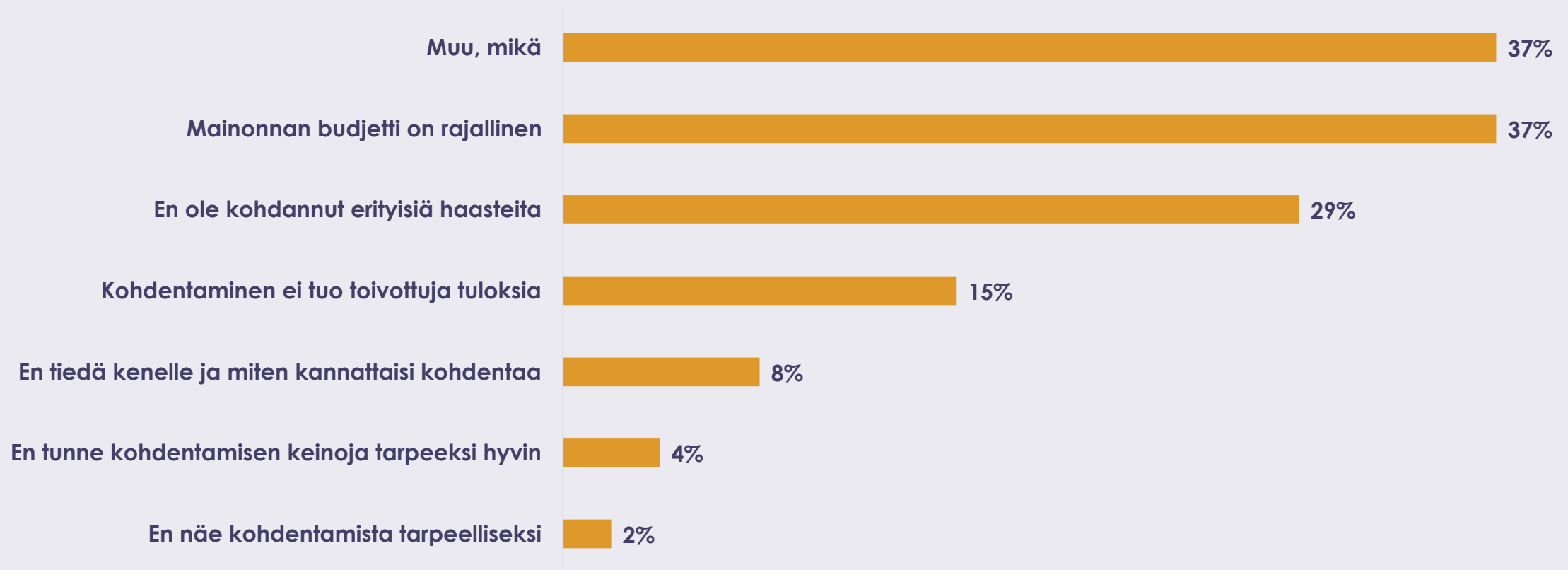
# Tehokkuudessa oma data ja mediavalinta kärjessä

Kysymys: Mikä edellä mainitusta kohdentamisen keinoista on mielestäsi tehokkain?



# Budjetin rajallisuus ja tuloksellisuus puhuttavat

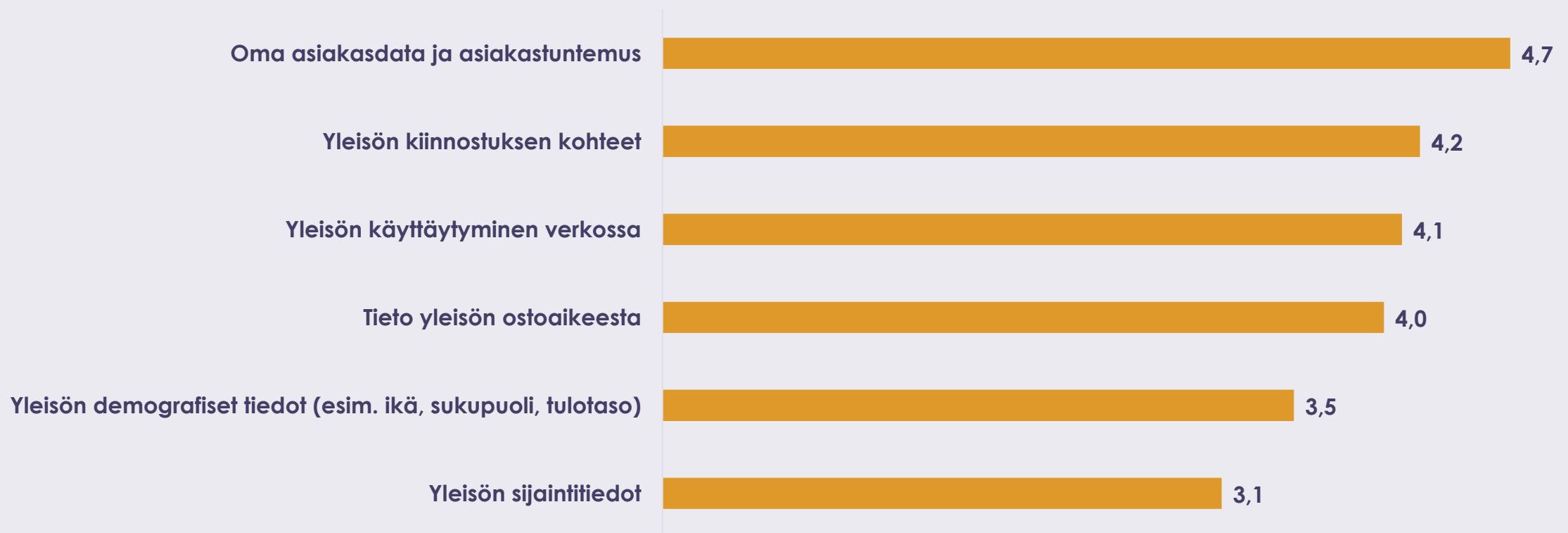
Kysymys: Mitkä ovat suurimmat haasteet tai esteet mainonnan kohdentamisessa?





# Syvempi kohdentaminen kiinnostaa, pelkkä demografia ei enää niin kiinnostavaa

Yleisarvosana (1 - 5): Miten tärkeäksi koet seuraavat datalähteet mainonnan kohdentamisen keinona?

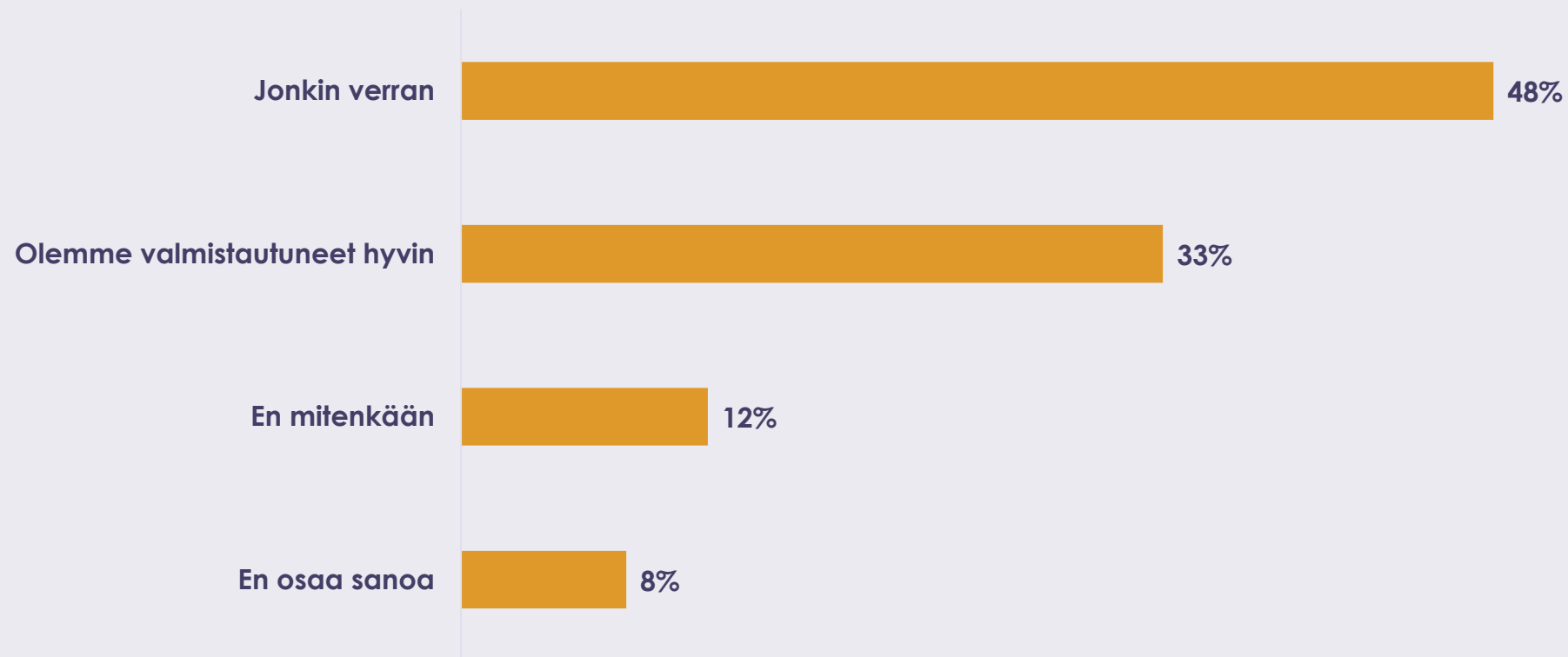


# Mitä dataa toivotaan?

- Arvopohjainen data
- Ostoaikeet
- Kiinnostuksen kohteet
- Sijainti
- Asiakkaan tunnistaminen

# Vain kolmasosa varautunut omasta mielestään hyvin 3P evästeiden poistumiseen – 12 % ei mitenkään

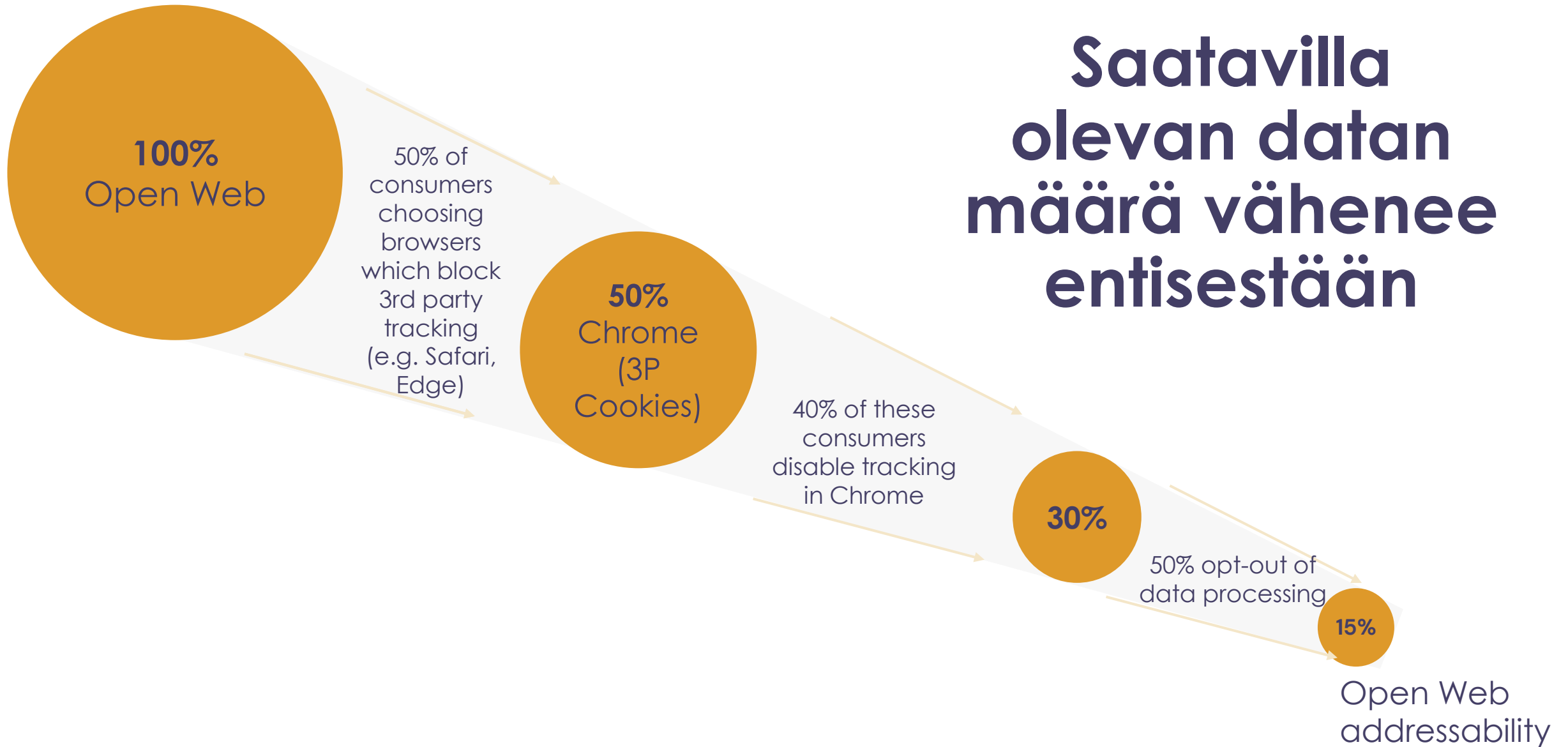
Kysymys: Miten olette valmistautuneet kolmannen osapuolen evästeiden poistumiseen?



A hand holding a smartphone, with a bokeh background of light circles. The phone is tilted, and the hand is visible on the left side. The background is a mix of dark blue and brown tones.

# Mainonnan kohdentaminen toimii

# Saatavilla olevan datan määrä vähenee entisestään



**Source:** Permutive sits across 100 of the largest Publishers in the world. This analysis looked for the presence of a cookie across over a billion ad requests made to Prebid (September 2022).



# Ennustuksia kohdentamisen tulevaisuudesta

## Datakohdentaminen ei kuole (kokonaan)

Julkaisijoiden ensimmäisen osapuolen data mahdollistaa mediakohtaiset yleisöt jatkossakin

## Kontekstista pääsääntöinen tapa kohdentaa

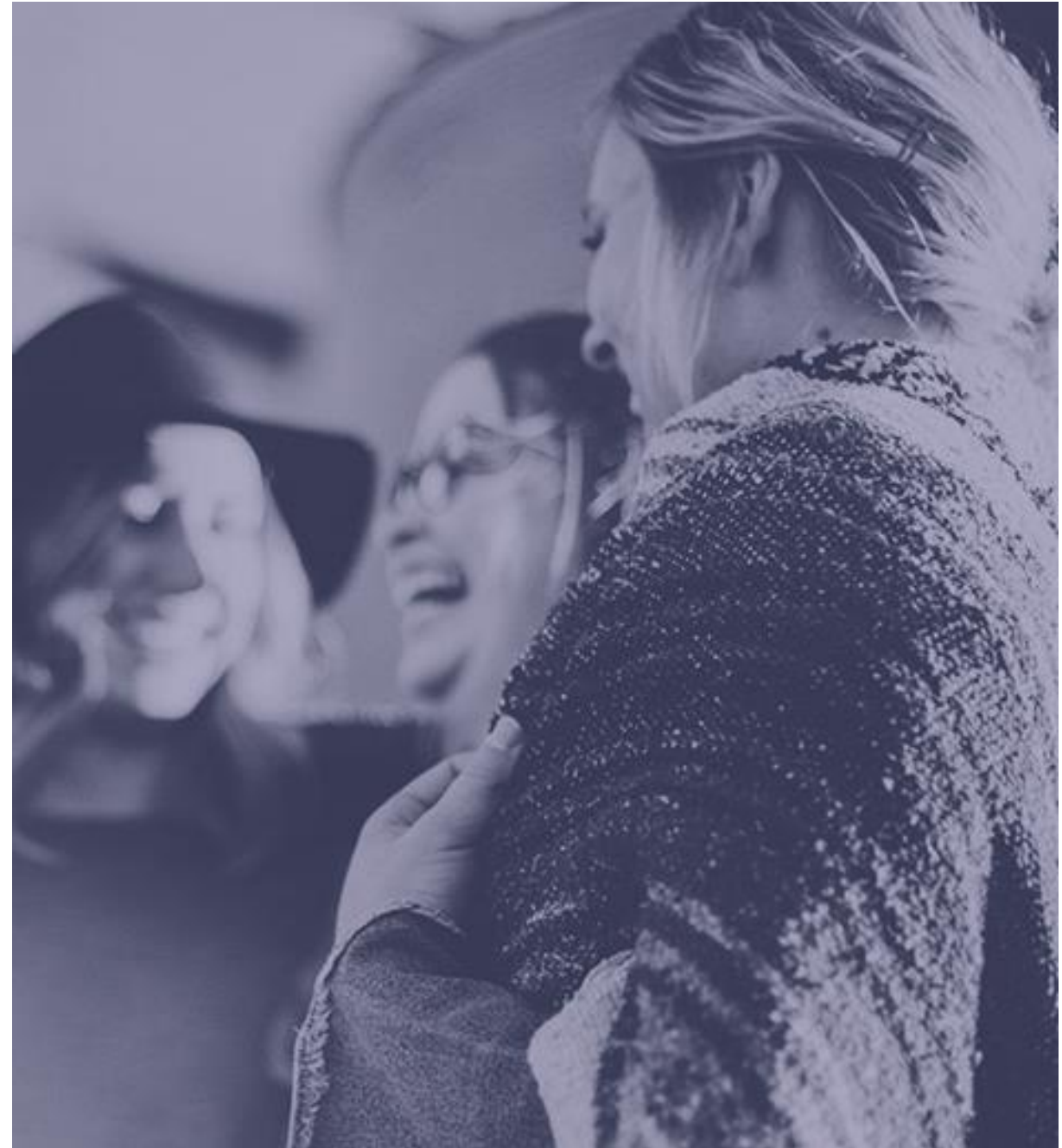
Kontekstuaalinen mainonta ja siihen liittyvät älykkäät ratkaisut tulevat osin paikkaamaan datakohdentamisen haasteita

## Retargetoinnista datakumppanuuksiin

Datakumppanuus esimerkiksi Alma Data Cleanroomia hyödyntäen mahdollistaa omille yleisöille ja samankaltaisille yleisöille viestinnän

# Varautumalla jo nyt selviää voittajana

- Testaa julkaisijoiden tarjoamia kohdennusmahdollisuuksia
- Testaa data cleanroom – ratkaisuja
- Huolehdi, että markkinointistrategiasi ei ole riippuvainen kolmannen osapuolen datasta



AL  
MA