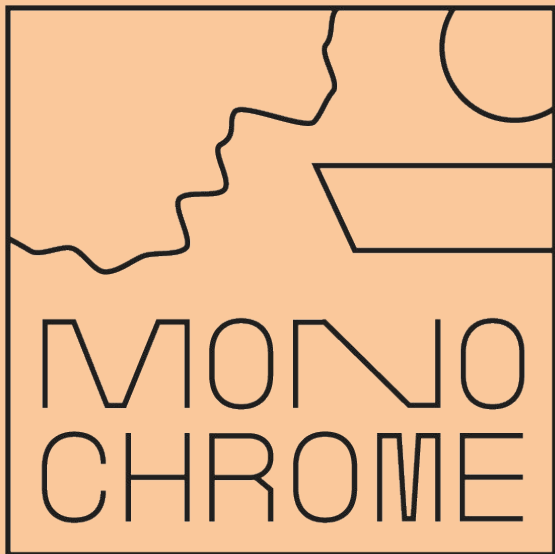


IAB

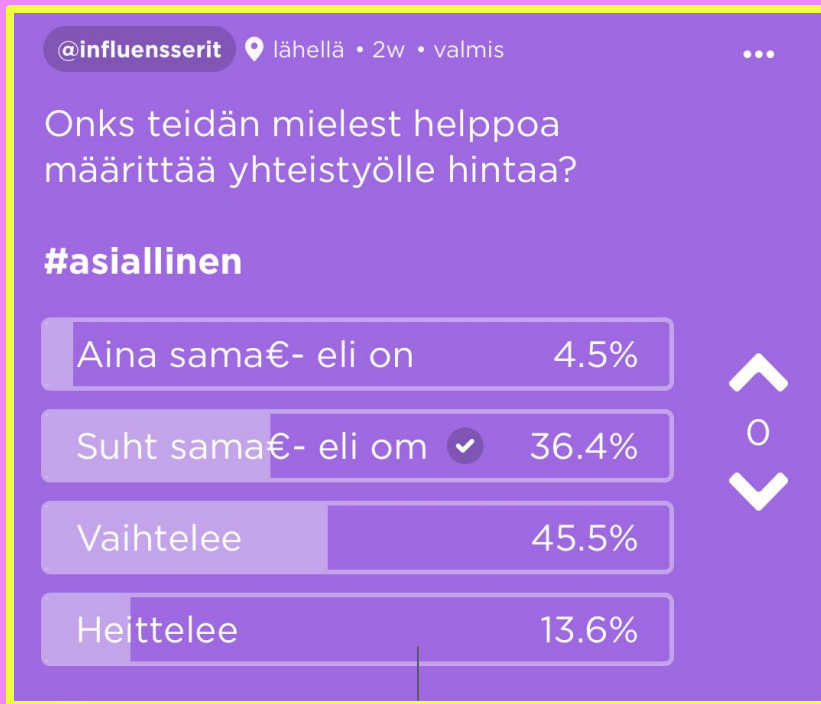
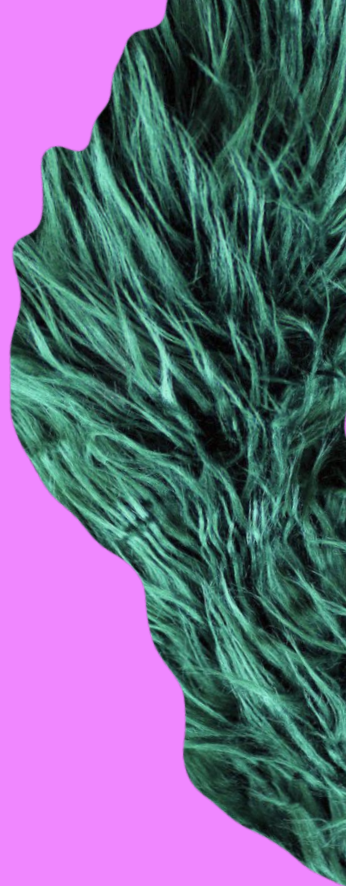
VAIKUTTAJIEN HINNOITTELU  
BOKSI & MONOCHROME



boksi

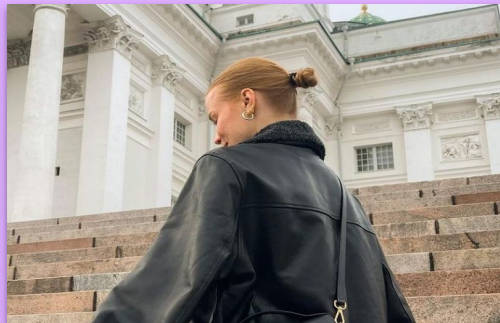
# Vaikuttajamarkkinoinnin hinnoittelu ja sen ymmärtäminen on salatiedettä\*

\*Ei enää tämän webinaarin jälkeen!



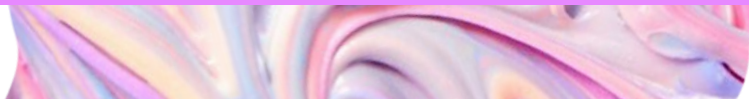


# IAB:n arvion mukaan tuhannet vaikuttajat saivat sometyöstään korvauksen vuonna 2022

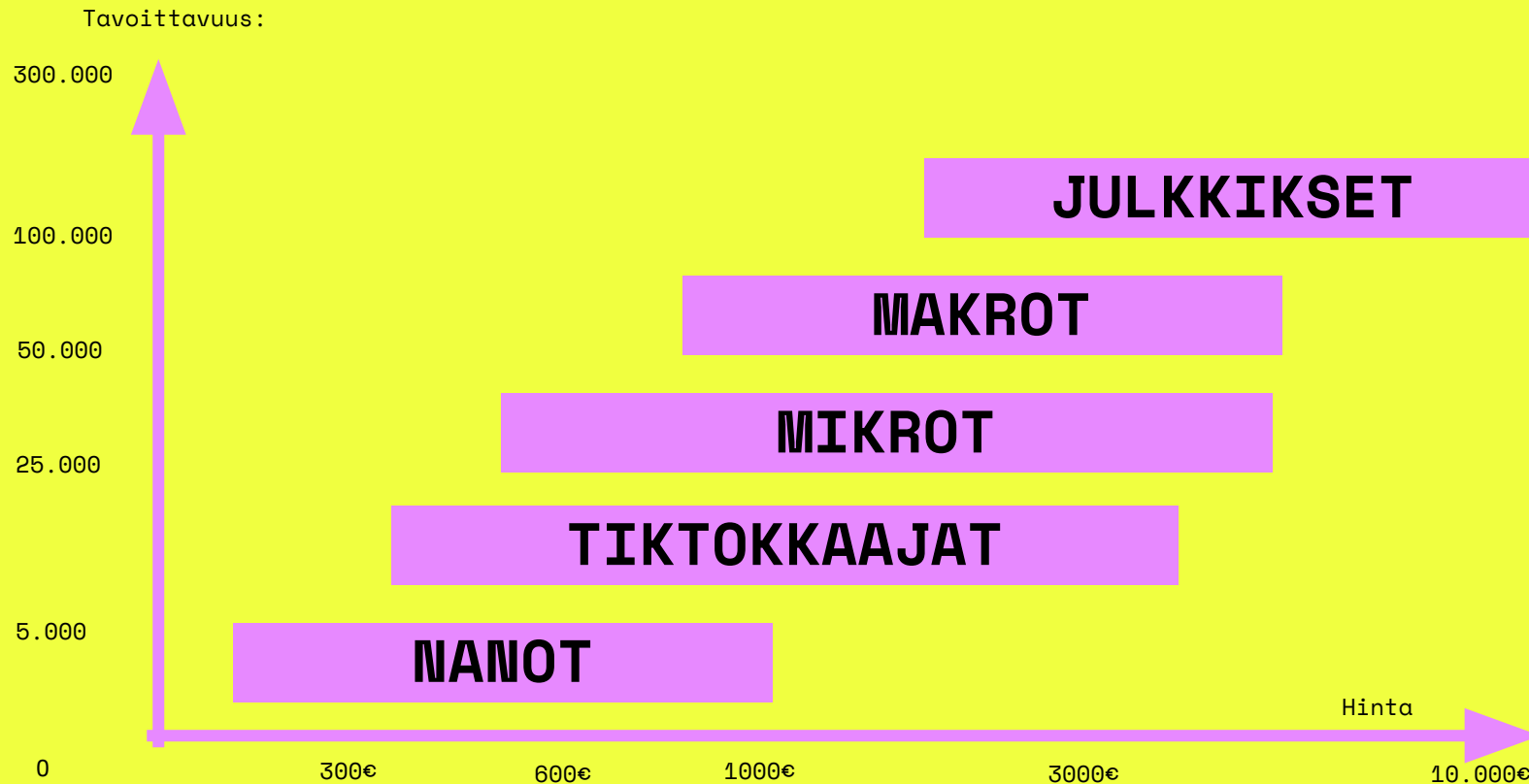




1	<b>Julkisuuden henkilöt</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Suomessa melko pieni joukko, eturivin julkkikset, yhteiskunnalliset henkilöt ja esiintyjät.</li></ul>
2	<b>Makrot</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Useilla monikanavainen mediakortti ja listahinnat erilaisille kokonaisuuksille.</li></ul>
3	<b>Mikrot</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sitoutunut yleisö, ja kykenee vaikuttamaan oman yleisönsä mielipiteisiin aidosti ja sitouttavasti.</li></ul>
4	<b>Nanot</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sitoutuneen yleisön lisäksi usein poikkeuksellisen taitavia sisällöntuottajia.</li></ul>
5	<b>Tiktok-vaikuttajat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nopeatempoinen ryhmä. Seuraajamäärän merkitys on pienempi kuin muissa kanavissa.</li></ul>



Kuinka paljon maksaa yhteistyö,  
jos vaikuttajalla on  
70.000 seuraajaa?



# TIKTOKKAAJAT

**Seuraa**

110 Seurataan **23.5K** Seuraajat **2.2M** Tykkäykset

Hevy 🌸 🍷  
 I <3 cool outfits, dancing, thrifting and the person who reads this

**Videot** **Tykätty**

6365 Seuraa  
 ❤️🔥 kivaa perjantaita!!!

6014 Seuraa  
 it's always the 🍷🍷🍷

2594 Seuraa  
 muista se

**428.6K** Seuraa  
 on omistautumist 😊

7092 Seuraa  
 puuhutaanko hetki ultrapikamuodista 🍷

3222 Seuraa

15.3 Seuraa  
 vähä selline ois et mulla on las pöytä olo

6681 Seuraa  
 kaupallinen yhteistyö: ...

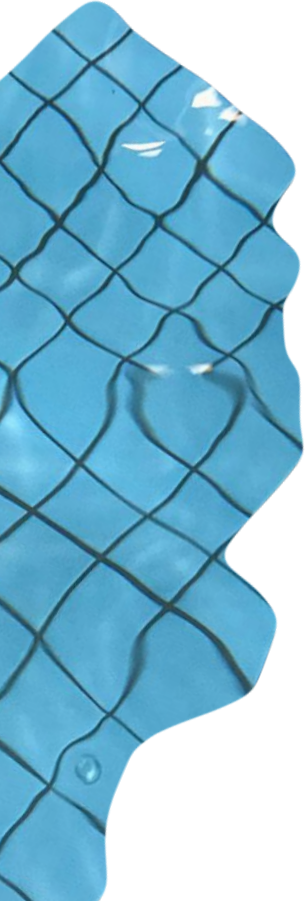
38.3K Seuraa  
 #hairtutorial #sleekbun

7644 Seuraa  
 hankkikaa tälläne velopall...

415K Seuraa  
 jumpscare

**478.9K** Seuraa  
 @Tise Finland 🗨️ Mä oon m...





- Kiinteä korvaus
- Myyntiin tai performanssiin perustuva korvaus
- Yhdistelmä molempia yllä olevia
- Mainosoikeudet ja niiden laajuus
- Laajempi yhteistyö
- Tuotepalkkio, tapahtuma tai PR-lahja



**Annatko painoarvoa CPM-hinnalle vai  
brand matchille, jos tavoitteena on  
tietyn brändimielikuvan rakentaminen?**



## Data

- Mikä osuus seuraajista on relevanttia
- Mikä on kaupallisen yhteistyön tavoittavuus?
- Mikä on kaupallisen yhteistyön sitoutuneisuus?

- Brändin kiinnostavuus
- Kuinka hyvä brand match?
- Mikä on kampanjan laajuus/kesto?
- Onko toteutus haastava?
- Edellytetäänkö karenssia?
- Soveltuvien vaikuttajien määrä?



IAB:n selvityksen mukaan vaikuttajabudjeteista noin puolet kuuluu kampanjoiden hallintaan.

Käyttäen alustaa omatoimisesti

Teen itse

Vaikuttajan osuus

Alustan osuus

Yhteistyössä vaikuttajatoimiston kanssa

Teen itse

Toimiston osuus

Vaikuttajan osuus

Toimiston osuus

Yhteistyössä useiden toimistojen ja agenttien kanssa

Teen itse

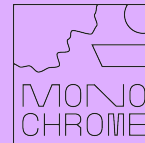
Toimistojen osuudet

Vaikuttajan osuus

Agentin osuus

Toimiston osuus

# VINKKEJÄ HINTANEUVOTTELUIHIN



**Hinnoista neuvottelu on ehdottomasti ok!** Ehdota budjettiin sopiva hinta ja perustele se mahdollisimman hyvin esimerkiksi tavoitavuuden tai sisällöntuotannon vaatimustasoon peilaten.

**Kanavakohtaisissa sisällöissä ja niiden määrässä on usein paljonkin neuvotteluvaraa.** Mikäli hinta esimerkiksi kahden sisällön osalta tuntuu haastavalta, kannattaa ehdottaa esimerkiksi yhtä hieman kevyemmin tehtyä sisältöä, joka kuitenkin tavoittaa saman määrän kohderyhmää kuin isomman tuotantoarvon julkaisu.

**Mikäli kokonaishintaan on sisällytetty toimiston tarjoama kampanjanhallinta, kannattaa tarkastella tarpeita sen suhteen.** Tarkastaako asiakas itse kaikki sisällöt, riittääkö raportiksi kevyt yhteenveto luvuista tai toimittaako asiakas vaikkapa valmiin briefin vaikuttajille?

# ESIMERKKEJÄ KAMPANJATOTEUTUKSISTA:

## MIKROVAIKUTTAJAKAMPANJA:

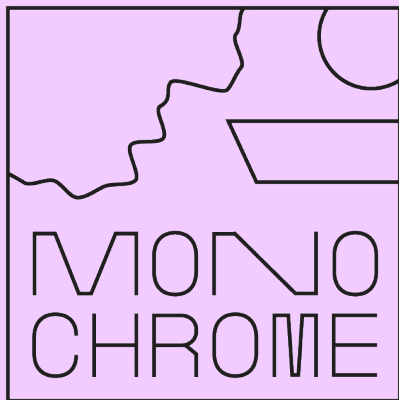
Tyypillisesti mikrovaikuttajakampanjoissa hyödynnetään 5-30 vaikuttajaa ja budjetti vaihtelee 3000€ ja 20 000€ välillä

## PR-YHTEISTYÖ:

Valikoidut vaikuttajat valitaan testaamaan tai tutustumaan tuotteeseen ilman rahallista korvausta. Sisällöntuottajat **eivät ole** tällöin velvoitettuja luomaan sisältöjä tai postaamaan sitä kuten kampanjoissa.

## BRÄNDILÄHETILÄS:

Laajempi yhteistyö yhden tai useamman tunnetumman vaikuttajan kanssa. Riippuen yhteistyösisältöjen laajuudesta sekä kumppanuuden pituudesta, brändilähettiläsyhteistyö voi kustantaa mitä tahansa 5000 € ja 100 000 € välillä.



[www.monochrome.fi](http://www.monochrome.fi)

Unioninkatu 10  
00130 Helsinki

**Katarina Kirvesmäki**

+358 50 490 7204

katarina.kirvesmaki@monochrome.fi

# boksi

[www.boksi.com](http://www.boksi.com)

Lönnrotinkatu 18  
00100 Helsinki

**Miika Hupli**

+35840 5929 870

miika@boksi.com