iab FINLAND

IAB TIETOISKU

Brändit somessa ja vaikuttajien käsissä

10.6. 9.00-11.00

YHTEISTYÖSSÄ: httpool | somessa.com | boksi

AGENDA

9.00 Webinaarin avaus - **Mira Vaurula** / IAB Finland

9.05 Vaikuttajamarkkinoinnin määrä Suomessa (Kantar & IAB)
Pasi Raassina / IAB Finland

9.15 The Snapchat Generation
Erik Johnson / Snapchat & **Riina Peltonen** / Httpool

9.35 Miten alustat muuttavat vaikuttajamarkkinointia?
Lasse Laaksonen / Boksi

9.55 Mitä brändin tulee huomioida vaikuttajamarkkinointikampanjan suunnittelussa
Sanna Hietamäki / Somessa.com

10.15 Paneelikeskustelu: Vaikuttajamarkkinointi 2021, hostina **Mira Vaurula** / IAB Finland
Panelisteina **Pinja Orre** / PING Helsinki, **Joona Haatainen** / Troot, **Noora Kunttu** / Asennemedia ja **Jaana Karjalainen** / Facebook.

11.00 Webinaari päättyy

Vaikuttajamarkkinointi 2021
PANEELIKESKUSTELU

Brändit somessa & vaikuttajien käsissä
IAB Finlandin webinaari
10.6.2021

SISÄLTÖMARKKINOINNIN OPAS julkaistu 09/2020

Opas on tiettävästi aihealueensa ensimmäinen suomenkielinen julkaisu, joka tarkastelee aihetta monista eri näkökulmista.

Oppaan suunnitteluun ja tuotantoon ovat antaneet panoksensa **14 sisältömarkkinoinnin asiantuntijaa** miltei yhtä monesta eri organisaatiosta.

iab FINLAND

Mira Vaurula

Head of Business Development

Noora Kunttu

Development Director

Joona Haatainen

CEO, Founder & Strategist

Jaana Karjalainen

Agency & Client partner

Pinja Orre

Influencer Marketing Specialist

#pinghelsinki

Muutoksen tekijöille

Vaikuttajien rooli

Luotettavuus, uskottavuus, yhteiskunnallinen vaikuttavuus

iab FINLAND

Homevialaura

by Laura Tirkkonen

VUOROVAIKUTUS SEURAAJIEN KANSSA

”Meilläkin mietinnässä yksisaumainen parketti, näyttää tyylikkäältä! Muistatko mikä teillä on? Entä seinien väri? ”

”Moikka, minkälaista kokoa on Niken musta juoksutakki, joka on näkynyt blogissasi?”

”Sen lisäksi että hamstrasin just Plantagenin parhaat orkideat alan kohta varmaan hamstrata noita laatikoita lisää. Influencer game going strong!”

”Muistaakseni olet joskus postannut ihanan klassiset lasten aurinkolasit. Olisiko sinulla antaa vinkkejä hyvistä lasten aurinkolaseista jotain vinkkiä, kiitos.

” Kävin tilaamassa omaan Comooni toiseksi päälliseksi tuon saman kankaan kun sulla. Iskussa sanottiin että jostain syystä tää kangas on ollut tosi suosittu.”

”Kiitos vinkistä! Tää menee testiin ja se syödään meillä varmasti yhdeltä istumalta.”

Anne Melender

VUOROVAIKUTUS SEURAAJIEN KANSSA

”Hei Anne. Pesin maton sinun ohjeilla. Hyvä tuli. Matto ei tuoksu eikä näytä siltä että koira olisi pissannut. Hyvä että saatiin sinulta hyvät ohjeet välittömästi. Lämmin kiitos.”

”Menin ja tilasin tuoksun. Olen todella tarkka tuoksuista enkä yleensä osta näin sikaa säkissä. Mutta kuulosti juuri ihanalta ja kepeältä tämä”

”Minäpä tilaan tuon mekon. Kiitos vinkistä ja tiedosta. Upealta näytti sinun yllä. ”

”Pölymiekka on paras! Kiitos vinkistä, ostin myös sen tuliaiseksi äidilleni.”

”..mies katsoo sun siivousjutut tarkkaan. Kuulemma helpottaa hommissa jotka itse teen ja hän opettelee. Asumme siis eri maissa tällä hetkellä.”

”Oon saanut monta vinkkiä sinulta. Viimeisimpänä oliviipuu.”

”Taas niin hyviä ideoita (vinkkejä) vaikkapa tällä kertaa aurinkovoiteeseen”

Vaikuttajien rooli

Luotettavuus, uskottavuus, yhteiskunnallinen vaikuttavuus

iab FINLAND

Monikanavaisesti & kanavan tyylillä

iab FINLAND

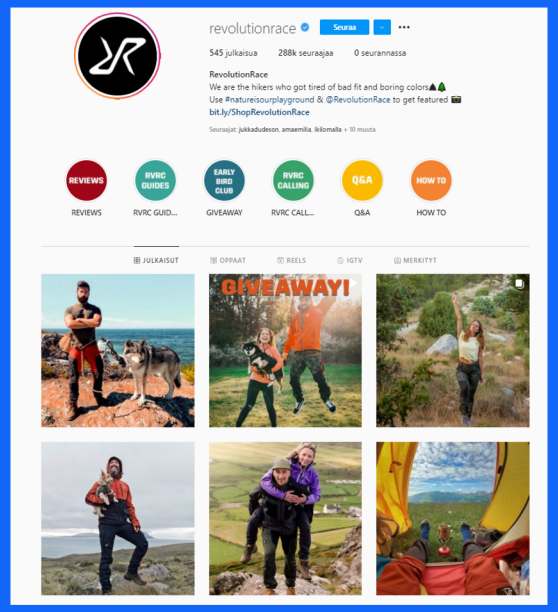
Monikanavainen vaikuttajamarkkinointi

Sisältöyhteistyö

Tuote-esittely + tarjoukset

Brändin omat kanavat

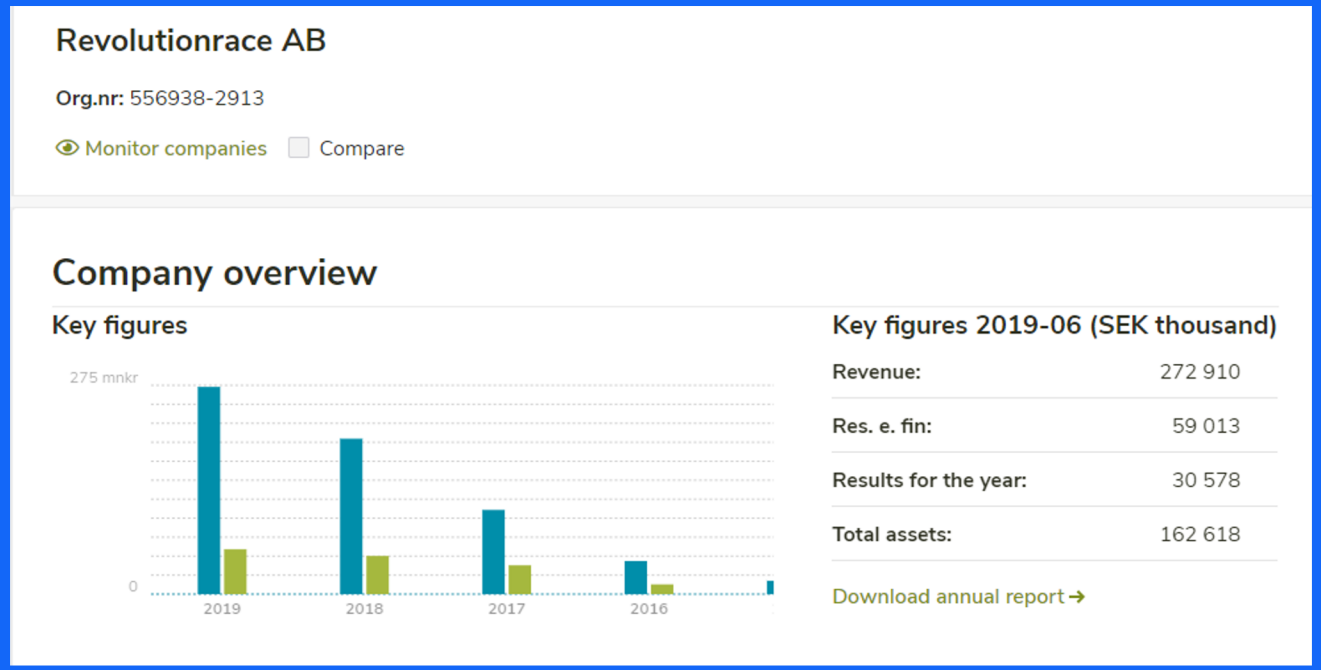
Vaikuttajasisältöjen kuratointi



Mainonta

Sisältöjen hyödyntäminen taktisessa mainonnassa

Monikanavainen vaikuttajamarkkinointi mahdollistaa kasvun

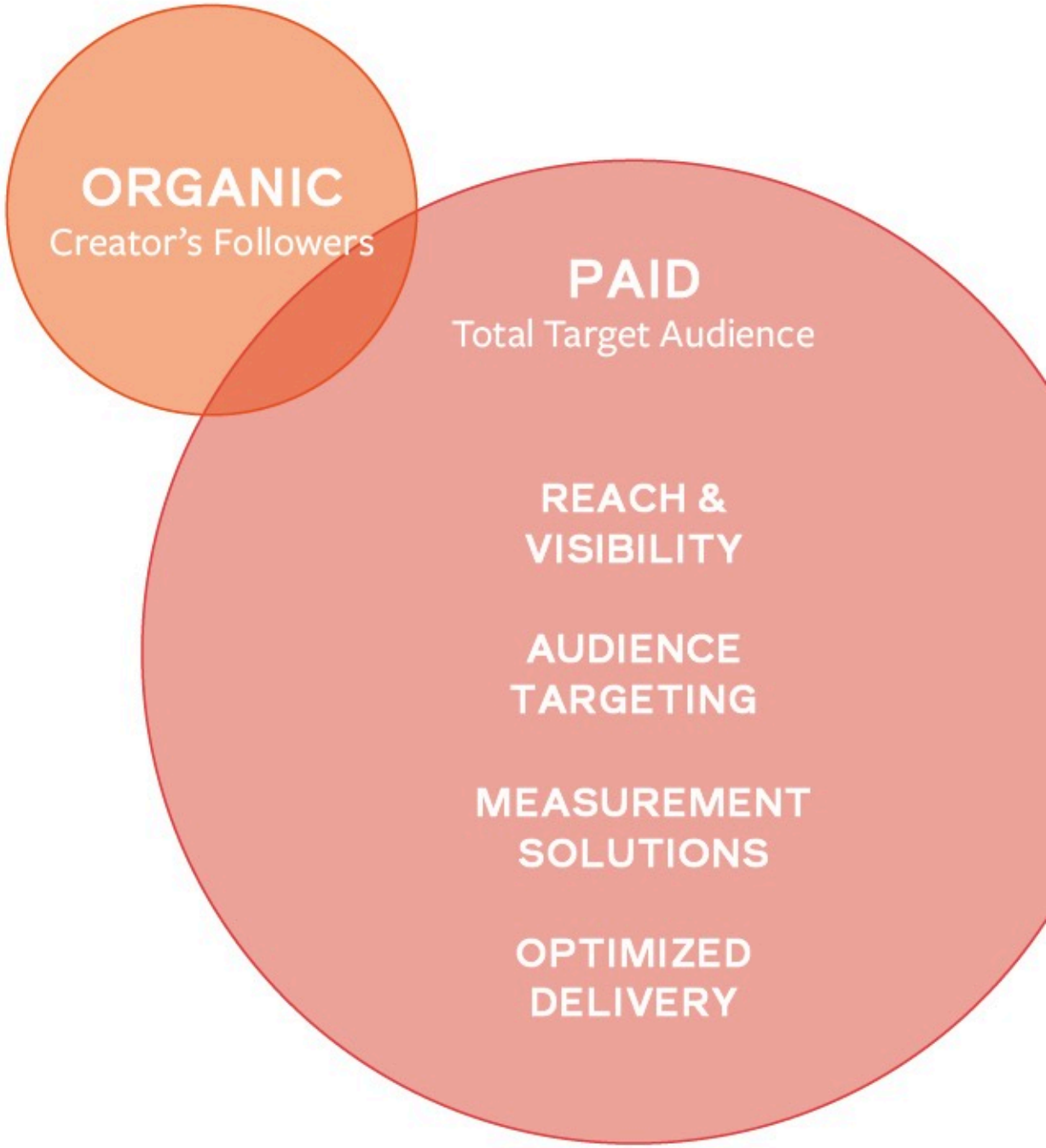


Kustannustehokkaasti lokaalia some-sisältöä

Show your content to the right people

Leveraging creator content in paid promotions offers broader reach, relevant targeting, performance measurement, and optimization opportunities

ART + SCIENCE



Monikanavaisesti & kanavan tyylillä

iab FINLAND

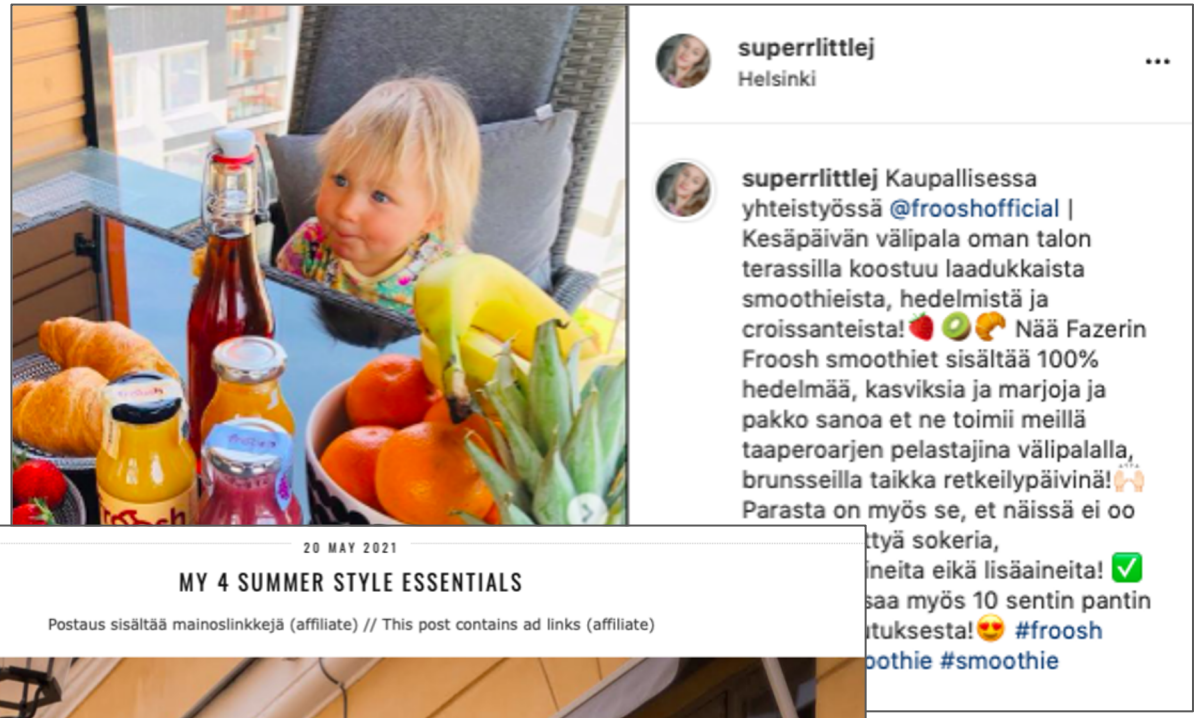
Pelisäännöt: hyvä tietää

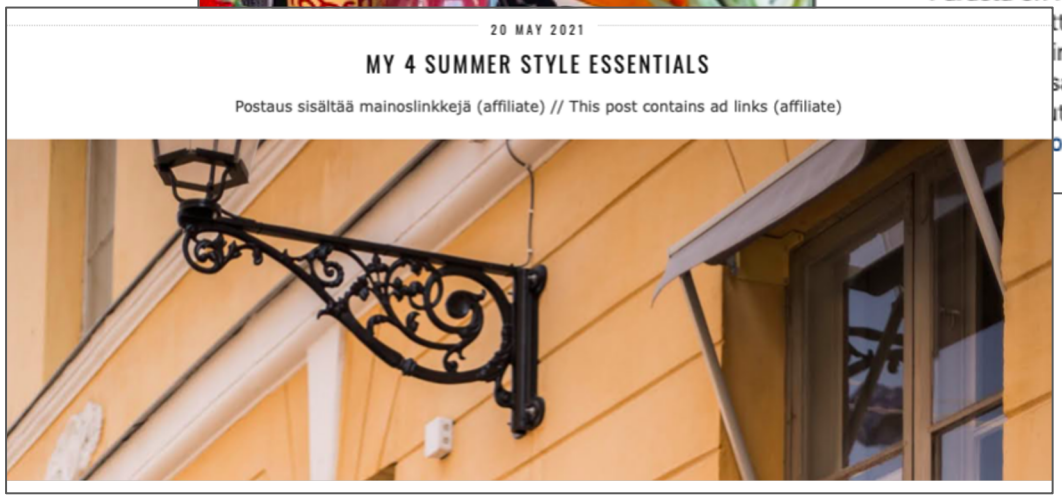
iab FINLAND

Vastuullinen vaikuttajamarkkinointi

www.pingethics.fi

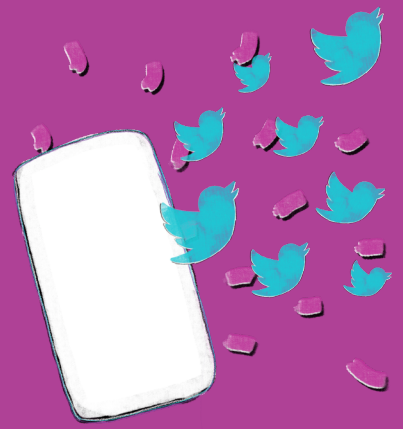
- Avoimuus
- Rehellisyys
- Sopimukset
- Materiaalit ja faktantarkistus
- Vastuu





#pinghelsinki

KKV:n ohjeistus
(kuluttajansuojalaki)



Mainoksen on oltava vaivatta tunnistettavissa mainokseksi esitystavasta ja mainosvälineestä riippumatta.

Sekä yrityksen että vaikuttajan velvollisuutena on varmistaa, että vaikuttajamarkkinoinnin kaupallinen tarkoitus käy ilmi, eikä piilomainontaa harjoiteta.

Yritys on aina vastuussa markkinoinnistaan riippumatta siitä, minkä tahon se valitsee toteuttamaan markkinointia.

Vaikuttajamarkkinoinnin pääsääntö on, että heti julkaisun alussa on selkeästi kerrottava

1. että kyseessä on mainos (esim. kaupallinen yhteistyö, mainos, tuote saatu)
2. mainostava yritys tai muu tunnistettava kaupallinen nimi, esim. tuotemerkki

Myös PR-toimenpiteiden tuloksena syntyneessä näkyvyydessä tulee tuoda selkeästi ilmi, että tuote on saatu.

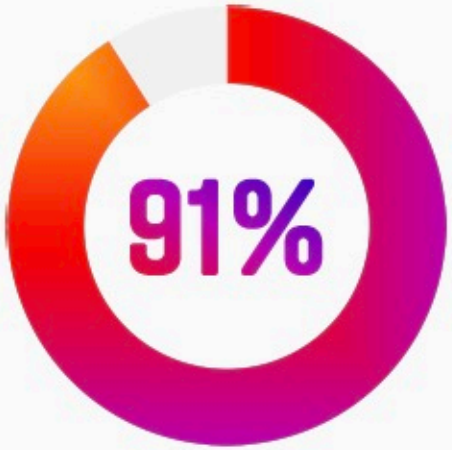
Pelisäännöt: hyvä tietää

iab FINLAND

Vaikuttavuuden todentaminen & mittaaminen

Opportunity

BRANDS ARE FINDING SUCCESS



of businesses believe influencer marketing to be an effective form of marketing

Source: "The State of Influencer Marketing 2020" by Influencer Marketing Hub (online survey of 4,000 marketing agencies, brands, and other industry professionals; 45% of respondents from the USA, 16% Europe, 12% APAC, 5% Africa, with 15% representing the rest of the world, Q1 2020).

DESPITE THE INCREASED PREVALENCE OF BRANDED CONTENT, MARKETERS STRUGGLE TO MEASURE THE IMPACT

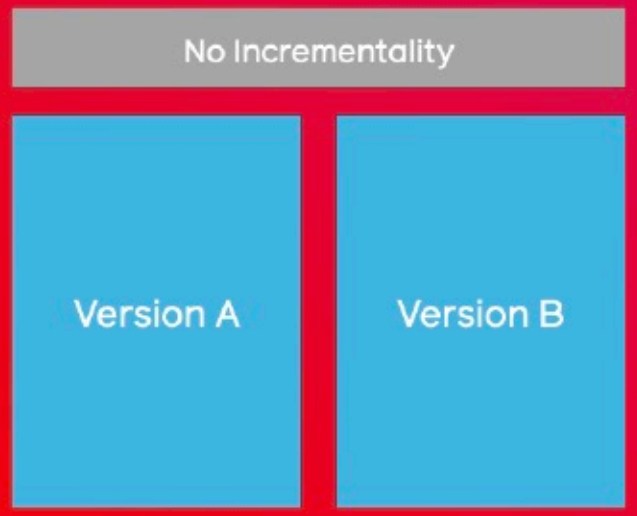
say they are able to integrate influencer marketing into overall digital marketing ROI calculations

Source: Econsultancy with Influencer Intelligence Report: Influencer Marketing 2020
https://influencerintelligence.econsultancy.com/resource-article/HW/Influencer-Marketing-2020/

Select the right testing approach

Get started & iterate

A/B Tests:
Which ad set or campaign has better results?

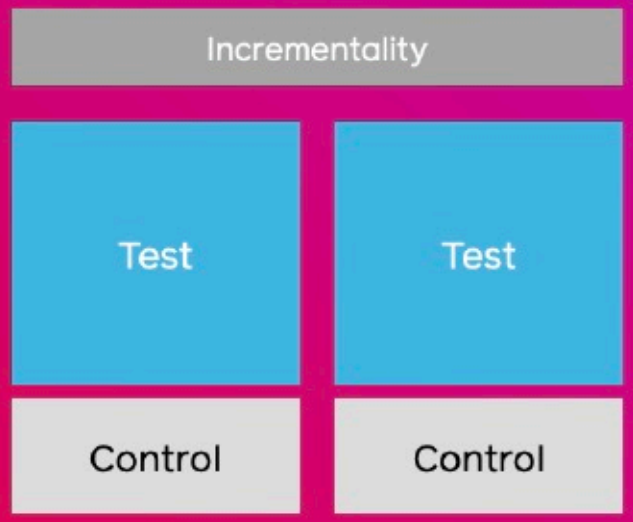


Understand impact

Single Cell Lift Test: How effective is the campaign/ad account at driving incremental results?

Develop strategy

A/B (Multi-cell) Lift Test: What campaigns / elements are most effective at driving results?



Vaikuttavuuden todentaminen & mittaaminen

Q&A

TULOSSA SYKSYLLÄ IAB:LTA

- Save the date: 8.9. GROWTH MARKETING - VERKKOKAUPPA
- *Koulutus: 9.9. Tuloksellinen vaikuttajamarkkinointi
- Luovuuden teemaspesiaali KonversiO-Optimistit podcast-sarjaan
- Sometrendit -blogisarja IABlogissa, 1 osa julki!
- Verkkokauppa ja sisällöt -blogisarja IABlogissa, 3 osaa julki!

**15 ensimmäiselle -10% koodilla "SOME10", toimi nopeasti!*

iab FINLAND

IAB TIETOISKU

Brändit somessa ja vaikuttajien käsissä

10.6. 9.00-11.00

YHTEISTYÖSSÄ: httpool | somessa.com | boksi