Laatu on tärkeämpää kuin koskaan

Samu Saarelainen, Otavamedia

OTAVA MEDIA

1P datakumppanuuden arviointi

- Millainen yleisöprofiili ja konteksti datakumppanilla on?
- Millaisiin profiileihin yleisöt voidaan jakaa ja mistä heidät tavoittaa?
- Miten segmentit on muodostettu?
- Vastaavatko julkaisijan ja mainostajan segmentit toisiaan?
- Miten mediaa kulutetaan/käytetään?
    - ajanviete, ammatillinen käyttö, intohimo
- Miten sitoutuneita kävijät ovat?
- Valmius hyödyntää kävijädataa läpi ostopolun?
- Valmius hyödyntää kävijädataa monikanavaisesti?

OTAVA MEDIA

Seed-yleisöjen kerääminen ja kasvattaminen läpi funnelin

AWARENESS
- Display, Out- ja Instream, VOD, Some
- Tavoitteena
  - Brändiviesti
  - Peitto * frekvenssi
  - Positiivisten signaalien haku

TAVOITE 2
Lookalike 1,5-2* kohderyhmän koko
- Prospektoiva
- Tuo funnelin alkuun jatkuvasti uusia kontakteja

TAVOITE 1
- SEED
- 1-2% match rate lookalike

ENGAGEMENT
- Natiivi, Display, Out- ja Instream, Some, Tapahtumat
- Tavoitteena
  - Sivukävijät
  - Profiilin tarkentaminen
  - SEED-yleisön kasvattaminen

ACTION
- Display, Out- ja instream, Some
- Tavoitteena
  - Konversio
  - Retargetointi
  - Lisä- tai ristiinmyynti

Konvertoituneet
- **1-2% match rate lookalike SEED**
- **- < 5% prospektoiva lookalike**

OTAVA MEDIA

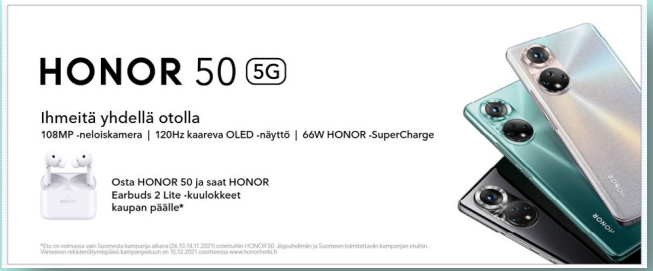
AWARENESS | Otava Audience

Display

Viestin kärki:
Brändäävä

Video

CPM



ENGAGEMENT | Otava Audience, OM Case

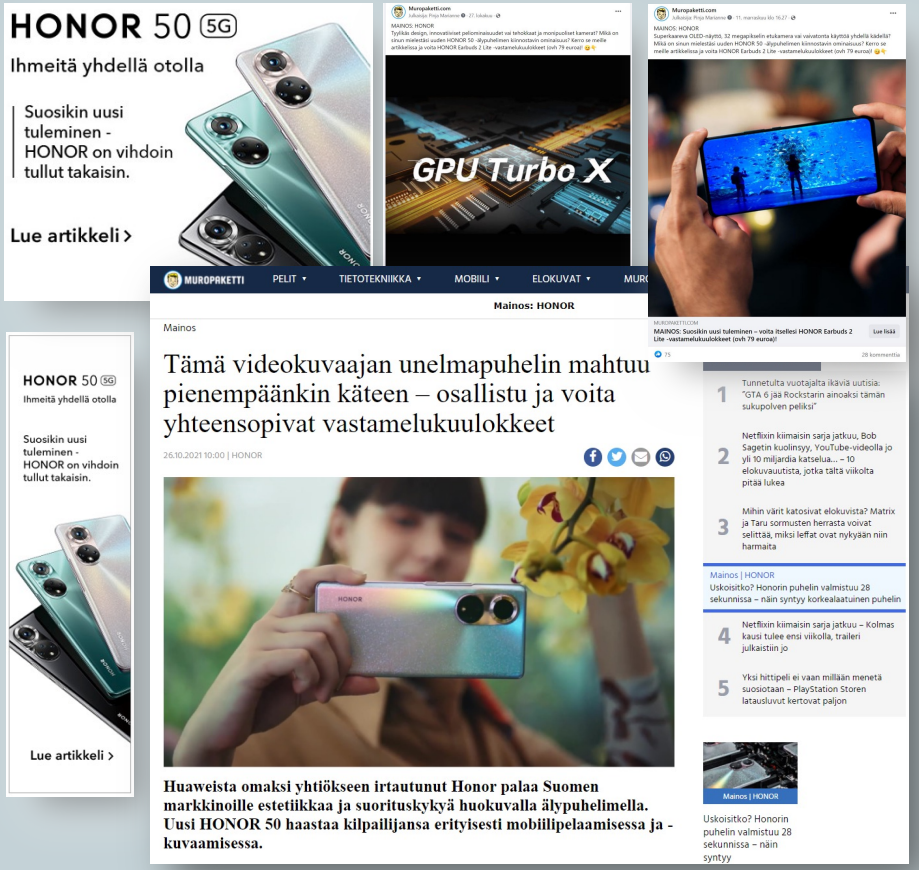
Display
CTA
Interaktiivinen banneri

Video
CTA
Lay over

Natiivi

Viestin kärki:
Aktivoiva
CTA = Lue lisää

CTR



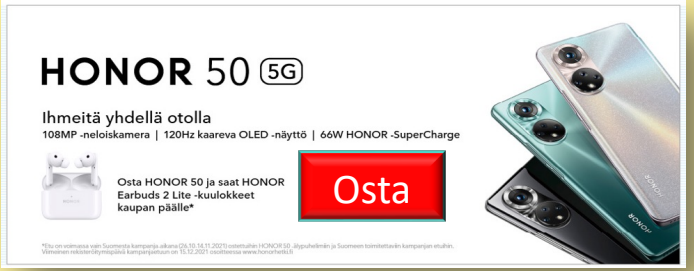
ACTION | OM Case, Otava Audience

Display
CTA

Viestin kärki:
Myyntikehote
CTA = Tilaa tästä, Osta

Video
(myynnillinen)
Lay over
CTA

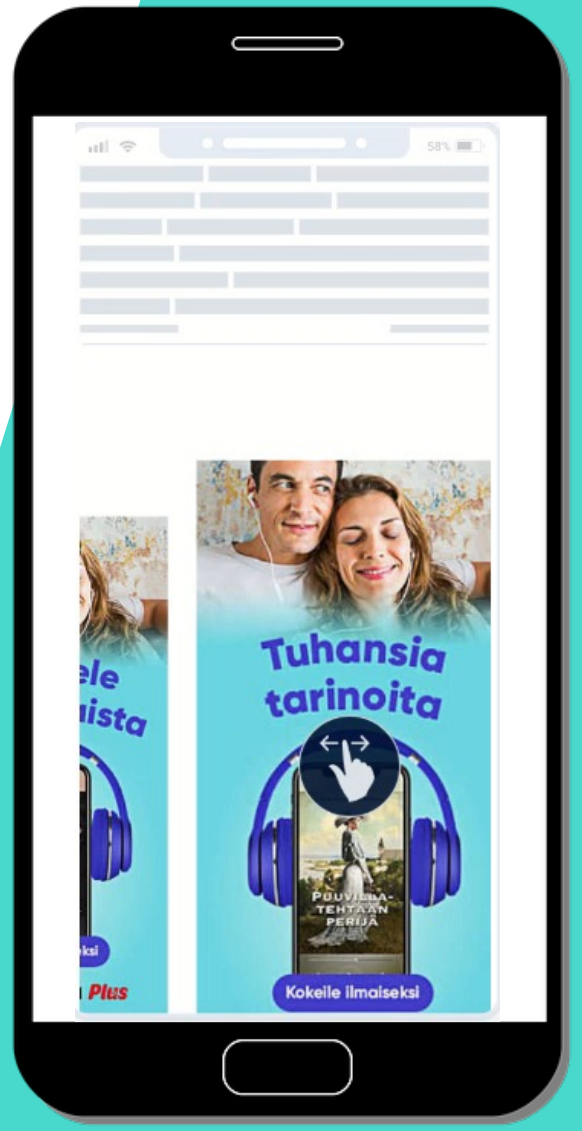
CTR
CPA
CPL



OTAVA MEDIA

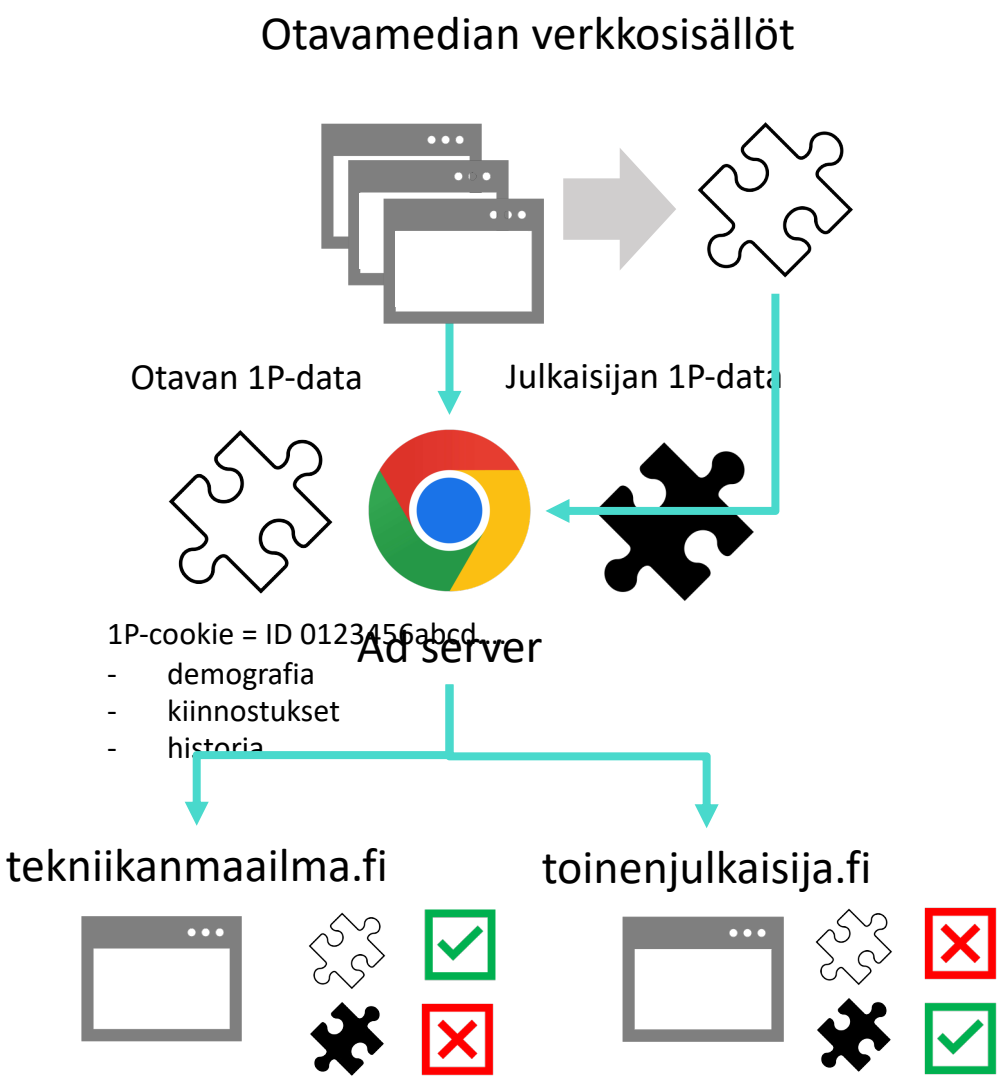
Suomalainen Kirjakauppa

- Äänikirjan tilanneista tehtiin seed-yleisö.
- Seed-yleisöstä mallinnettiin lookalike.
- Tälle yleisölle näytetään äänikirjan tilaamiseen kehottavaa mainontaa.
- Mainokseen positiivisesti reagoineet, tässä tapauksessa karusellia selanneet, tunnistetaan ja heistä tehdään seed ja mallinnetaan lookalike.
- Jatkossa tätä mallinnettua yleisöä voidaan käyttää prospektoivassa mainonnassa.



OTAVA MEDIA

1P-evästeen elämä



OTAVA MEDIA