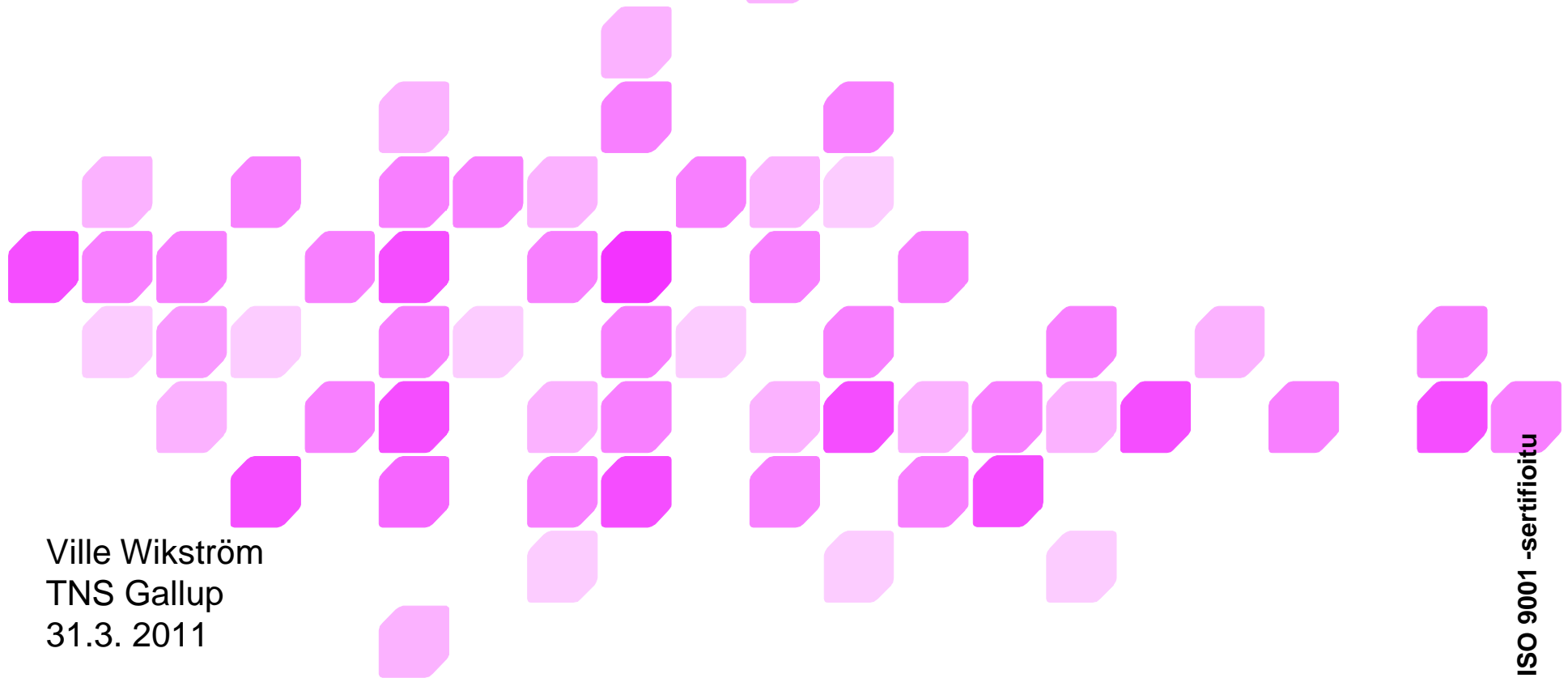


Tutkittua tietoa mainostajan näkökulmasta



Ville Wikström
TNS Gallup
31.3. 2011



HUOM! Esityksen materiaali on tarkoitettu esitettäväksi ainoastaan IAB:n Grand One seminaarin yhteydessä. Materiaalin käyttäminen muuhun tarkoitukseen tai sen esittäminen muussa yhteydessä on kielletty

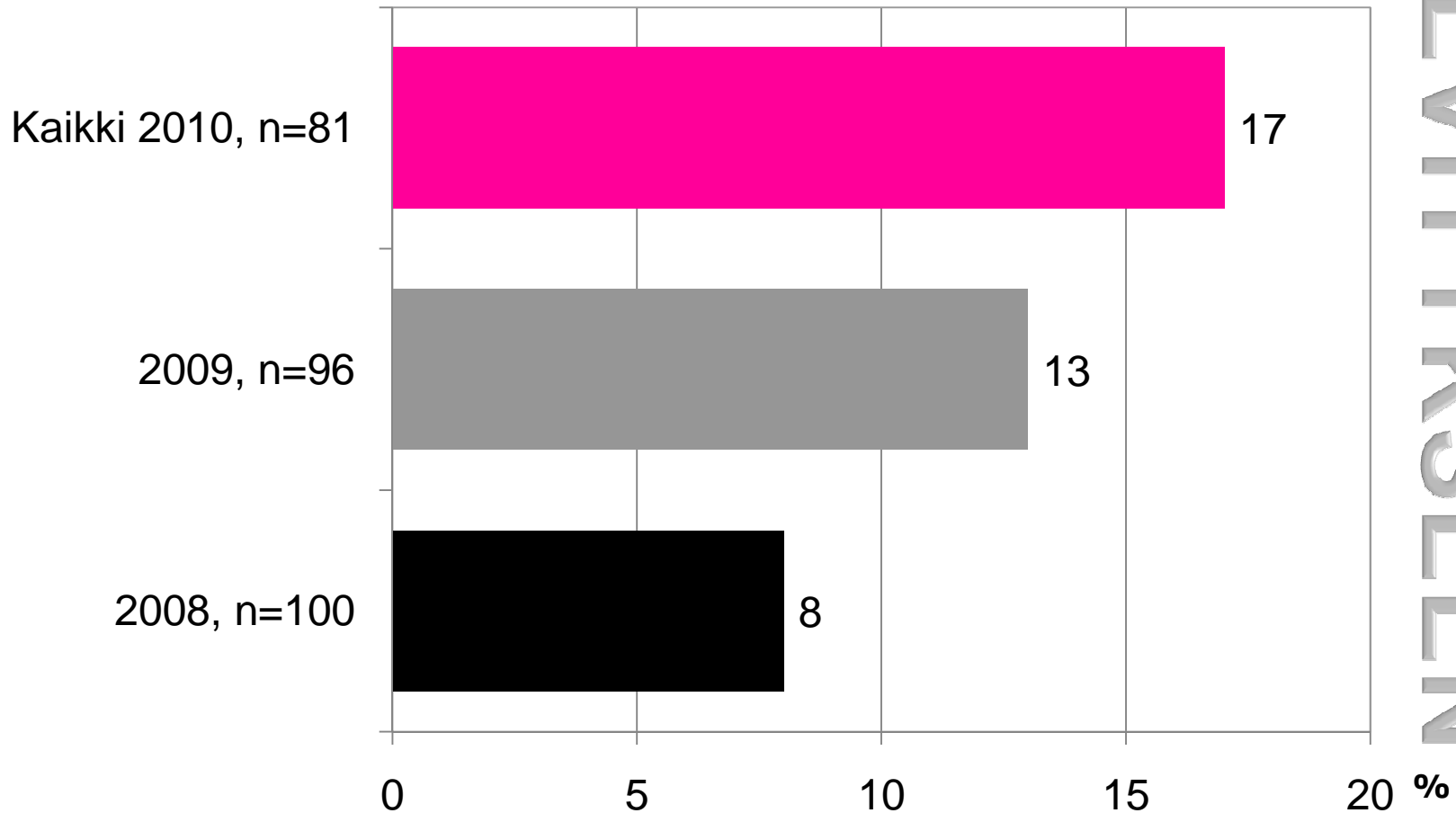
ISO 9001 -sertifioitu

Digital

Internet-mainonnan osuus mainosbudjetista (%)

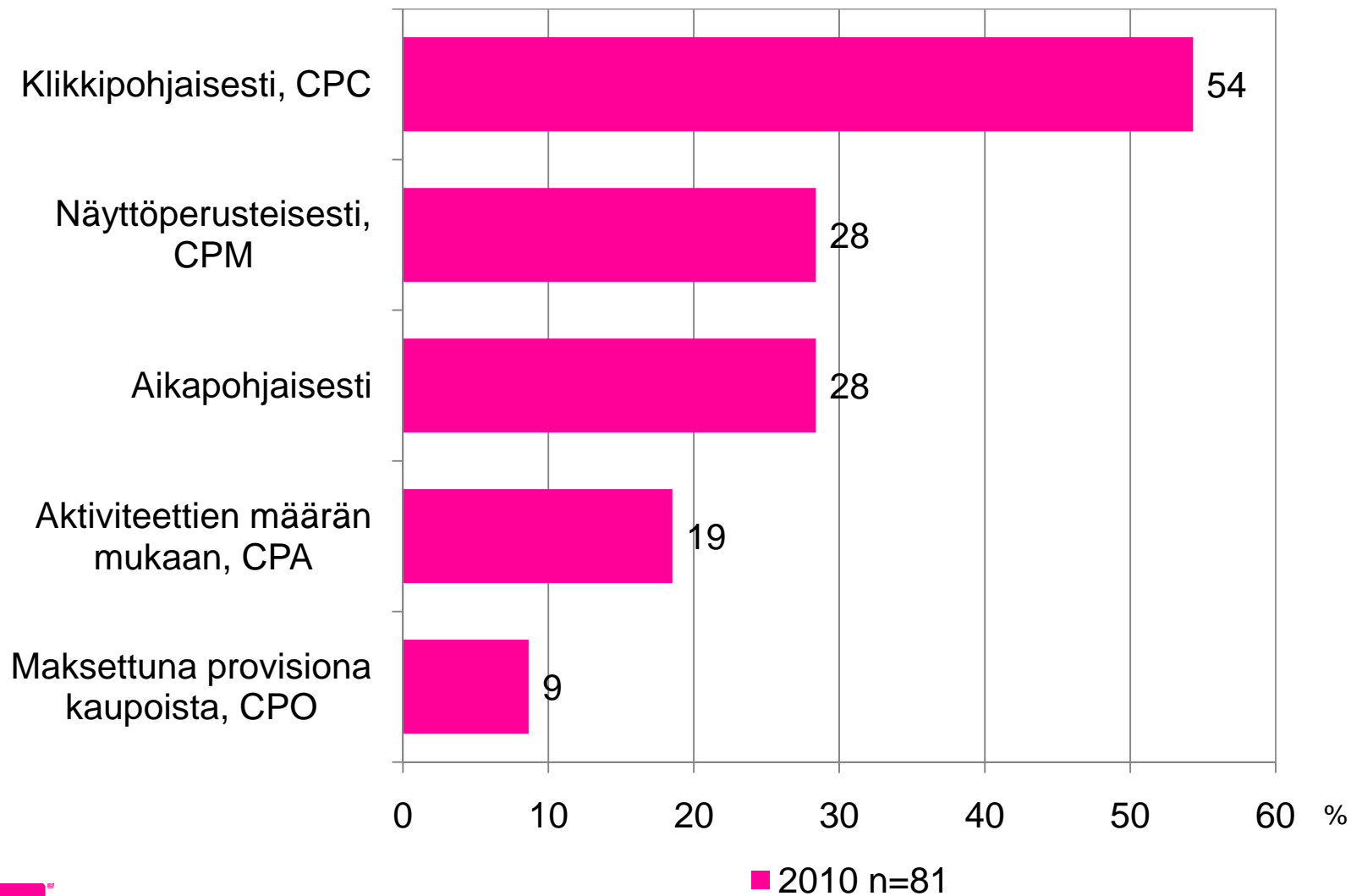
Sisältäen vain ilmoitustilan oston, ml. Hakukonemainonta

EI LEVITYKSEEN



Internet-mainonnan ilmoitustilan preferoitu ostotapa (%)

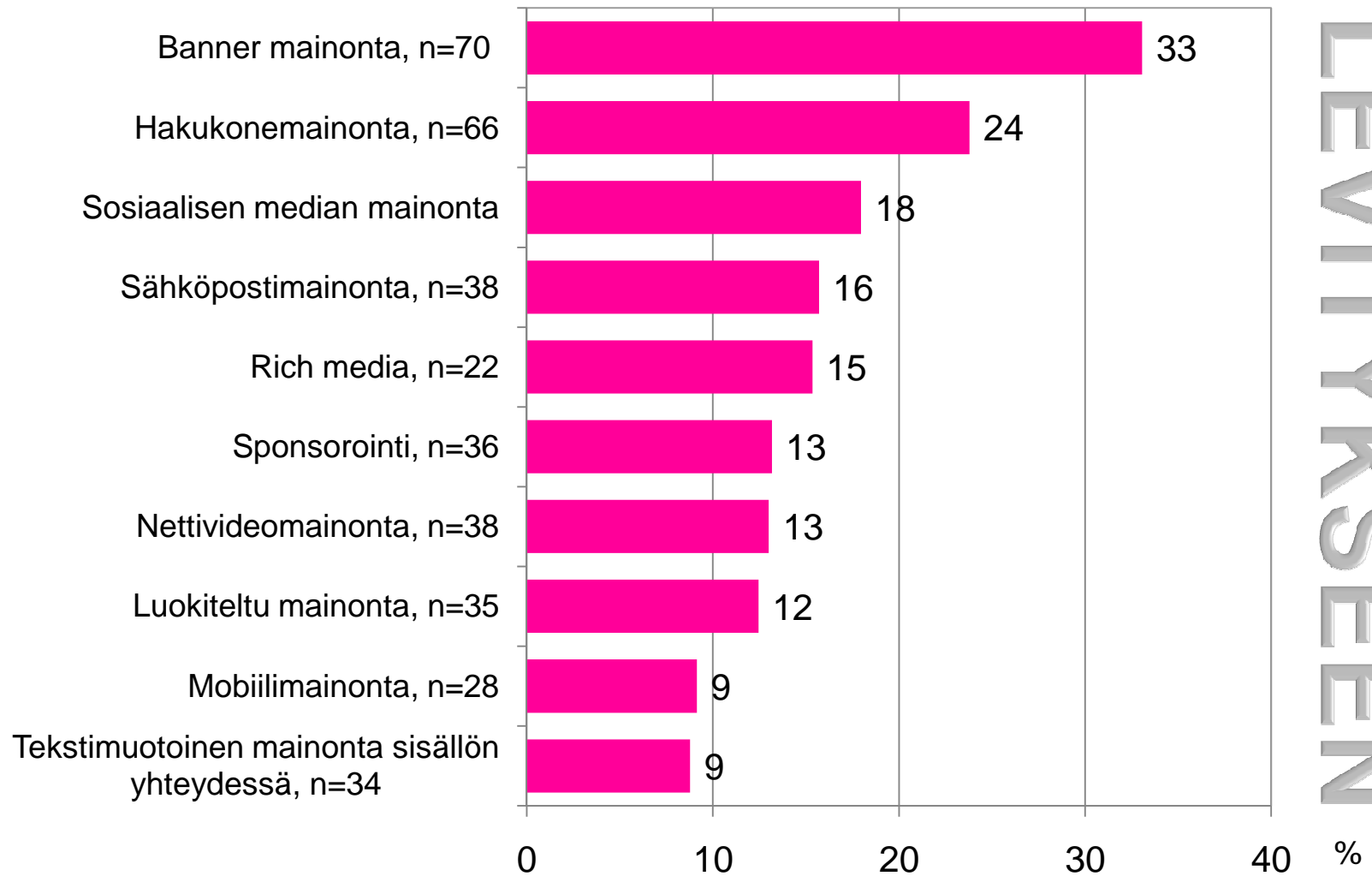
Suurmainostajat, jotka mainostaneet Internetissä



EI LEVITYKSEEN

Tulevan Internet-mainonnan muotojen osuudet (%)

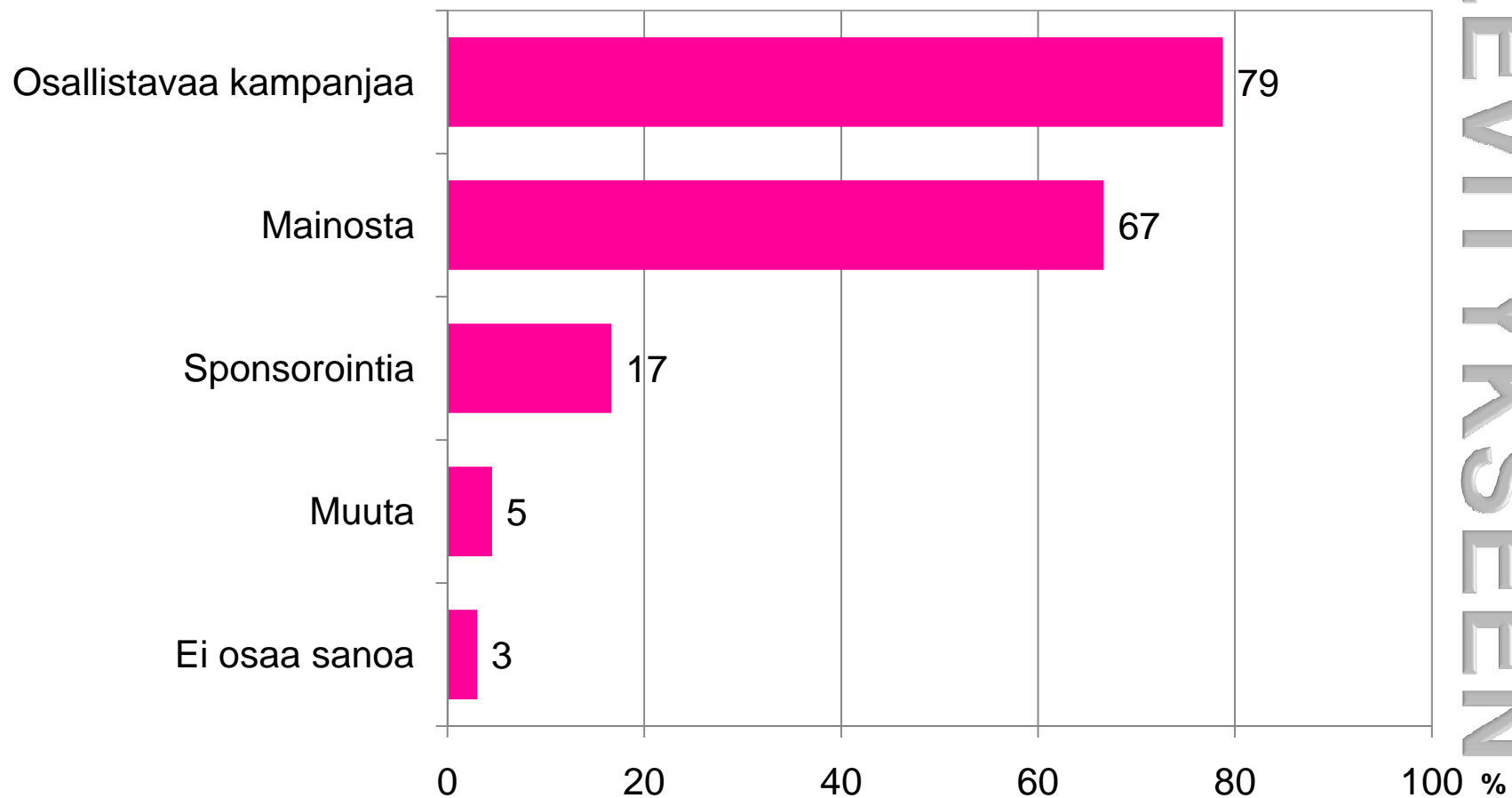
Prosenttiosuuksien keskiarvo



Kokemukset Some -mainonnan muodoista

Mitä käyttänyt viimeisen vuoden aikana (%)

Suurmainostaja, jotka mainostaneet sosiaalisessa mediassa, n=66

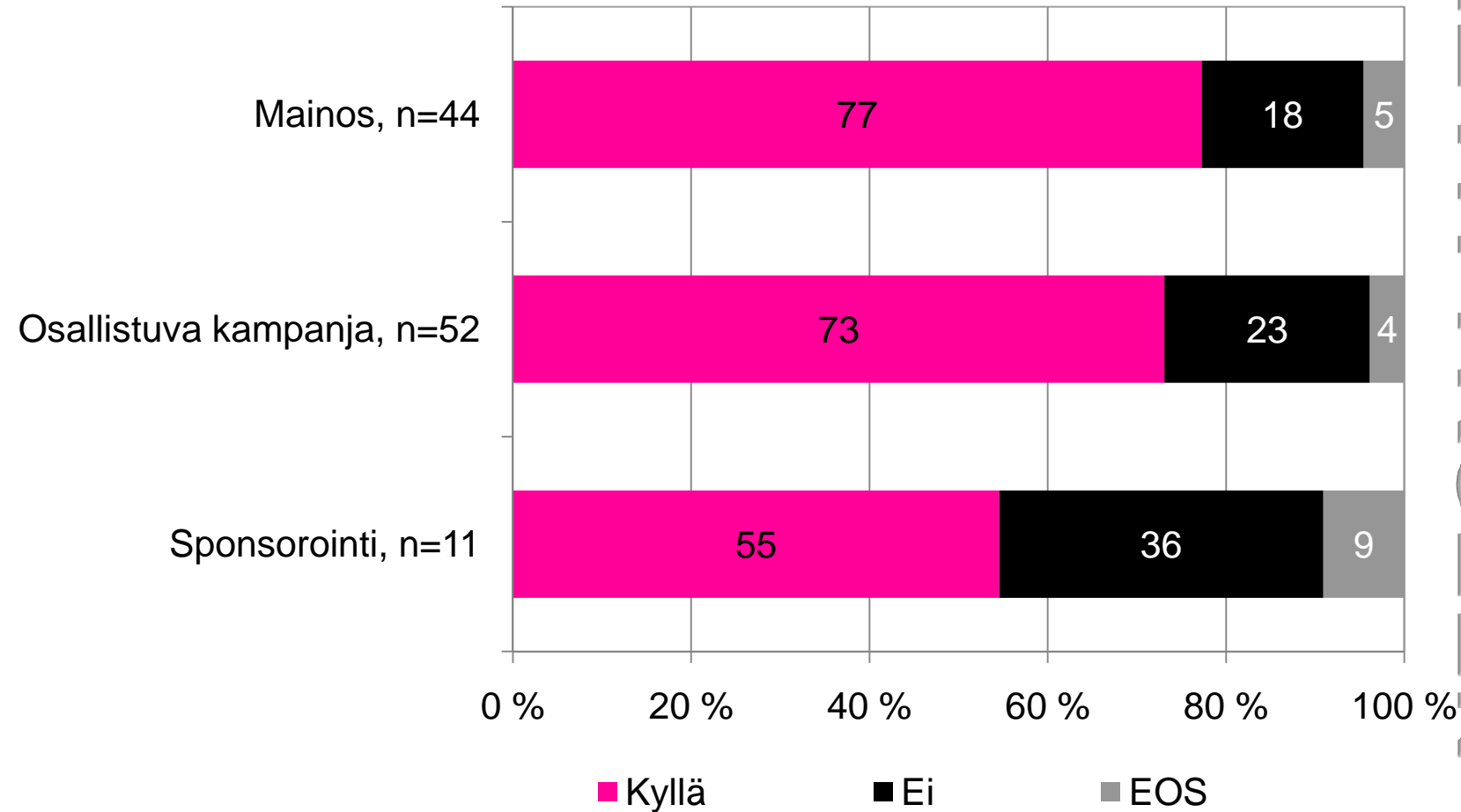


EI LEVITYKSEEN

Kokemukset Some -mainonnan muodoista

Oliko mainosratkaisu toimiva (%)

Mainostanut sosiaalisessa mediassa

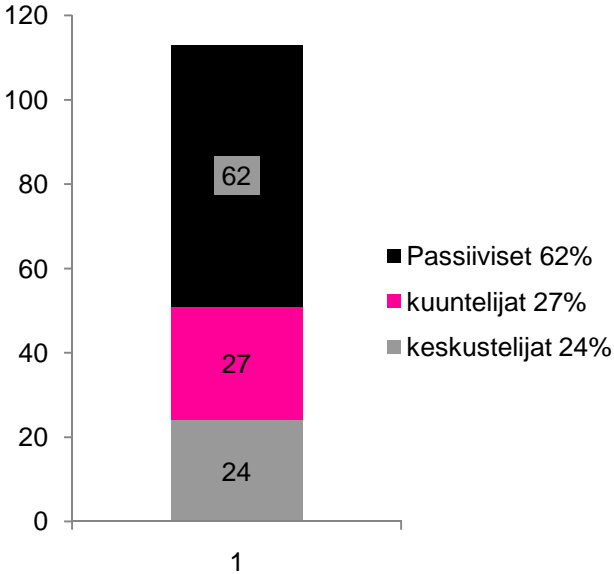


EI LEVITYKSEEN

Brandeistä keskustellaan sosiaalisissa medioissa, mutta...

EI LEVITYKSEEN

Aktiivisuus brandi keskeisissä keskusteluissa



Asenne brandin läsnäoloon sosiaalisessa mediassa

