



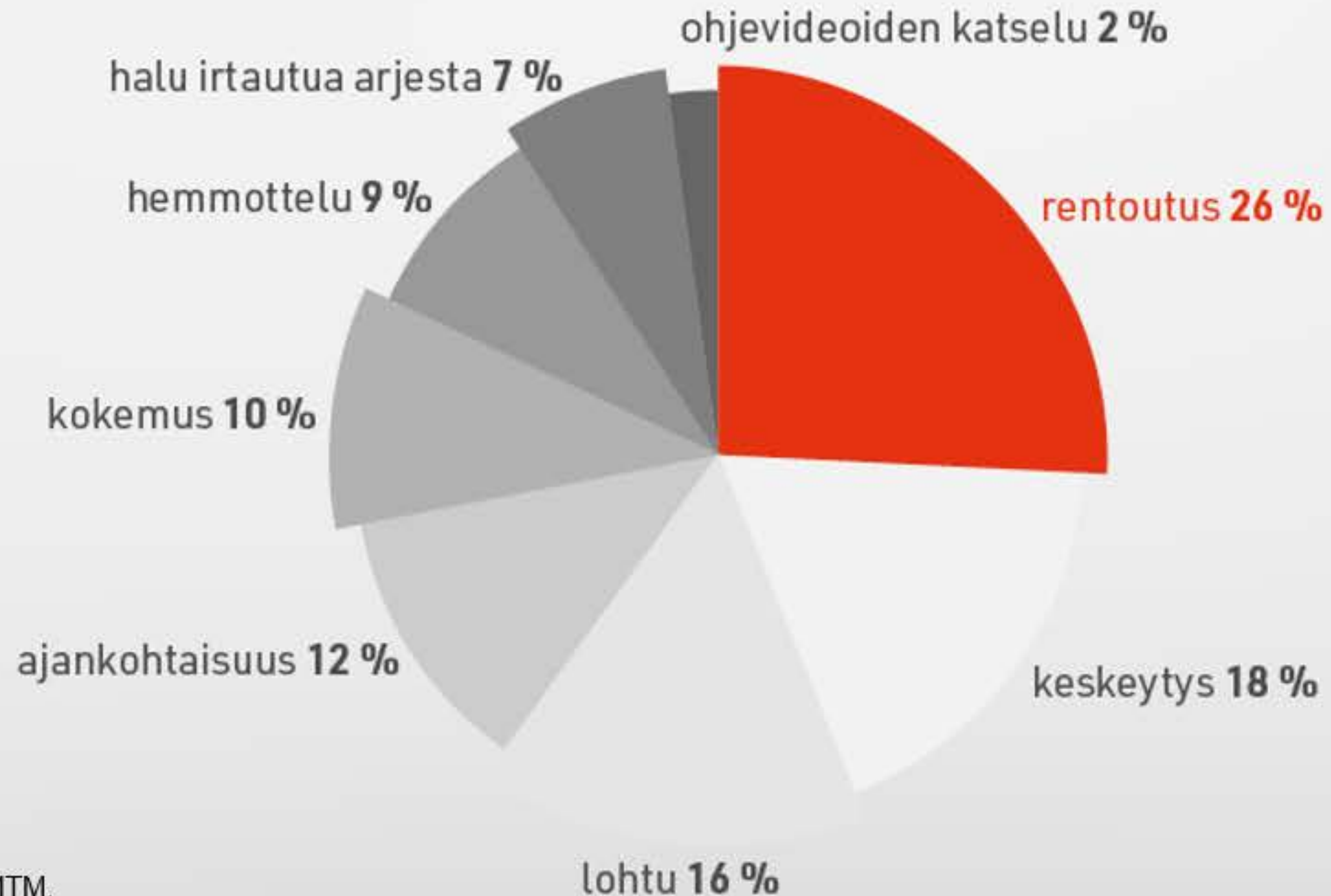
**Videomainonnan
vaikuttavuus & mittaamisen
haasteet**

Video on vaikuttavaa koska:

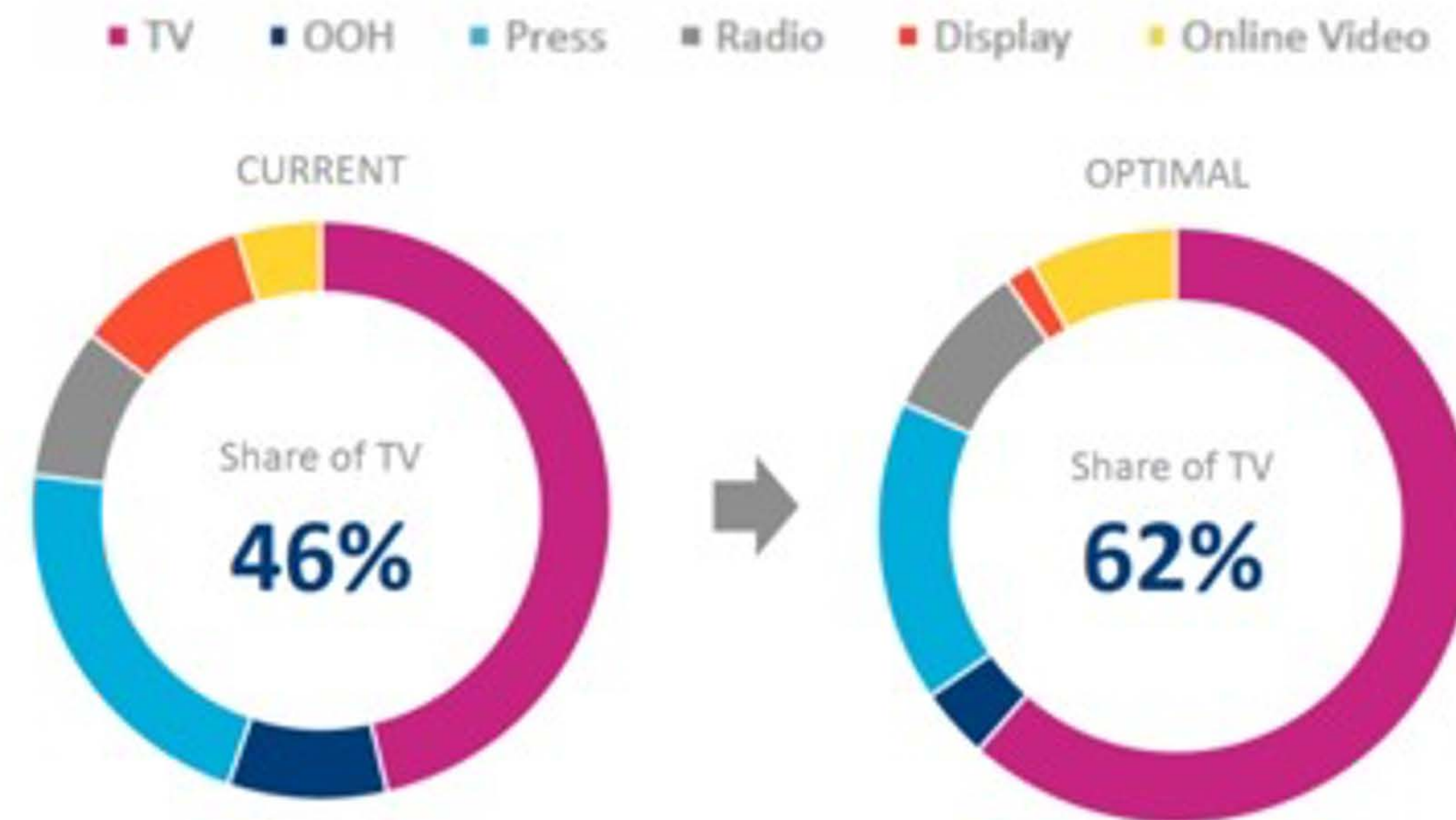
1. Se on tunnemedia: Liikuvan kuvan ja äänen yhdistelmä sekä tarinallisuus on voimakas ja vaikuttaa syvästi ihmisiin
2. Tunne jättää muistijäljen.
3. Liikkuva kuva luo myyntiä lyhyellä ja pitkällä aikavälillä ja nykypäivän brändillä ei ole varaa keskittyä vain taktiseen tekemiseen. Harva media pystyy tuottamaan tuloksia samalla tavalla sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä kuin liikkuva kuva.

Lähde: Ebiquity, Thinkbox: Profitability & IPA databank:
The most effective campaigns use TV and online video

♥ 8 erilaista tunnetilaa, jotka motivoivat liikkuvan kuvan katseluun



Vaikuttavimmat kampanjat laittavat jopa 80% mediapanostuksista liikkuvaan kuvaan



2500+
campaign observations
3+
years

ebiquity

Videomainonta on tehokasta koska:

1,6x

Parempi ROMI kuin muiden mediamuotojen keskiarvoinen ROMI

2-8x

hitaampi mainonnan vaikutuksen puoliintumisaika kuin displaymainonnalla (TV 1,7 viikkoa, online-video 0,4 viikkoa, displaymainonta 0,2 viikkoa)

0,3x

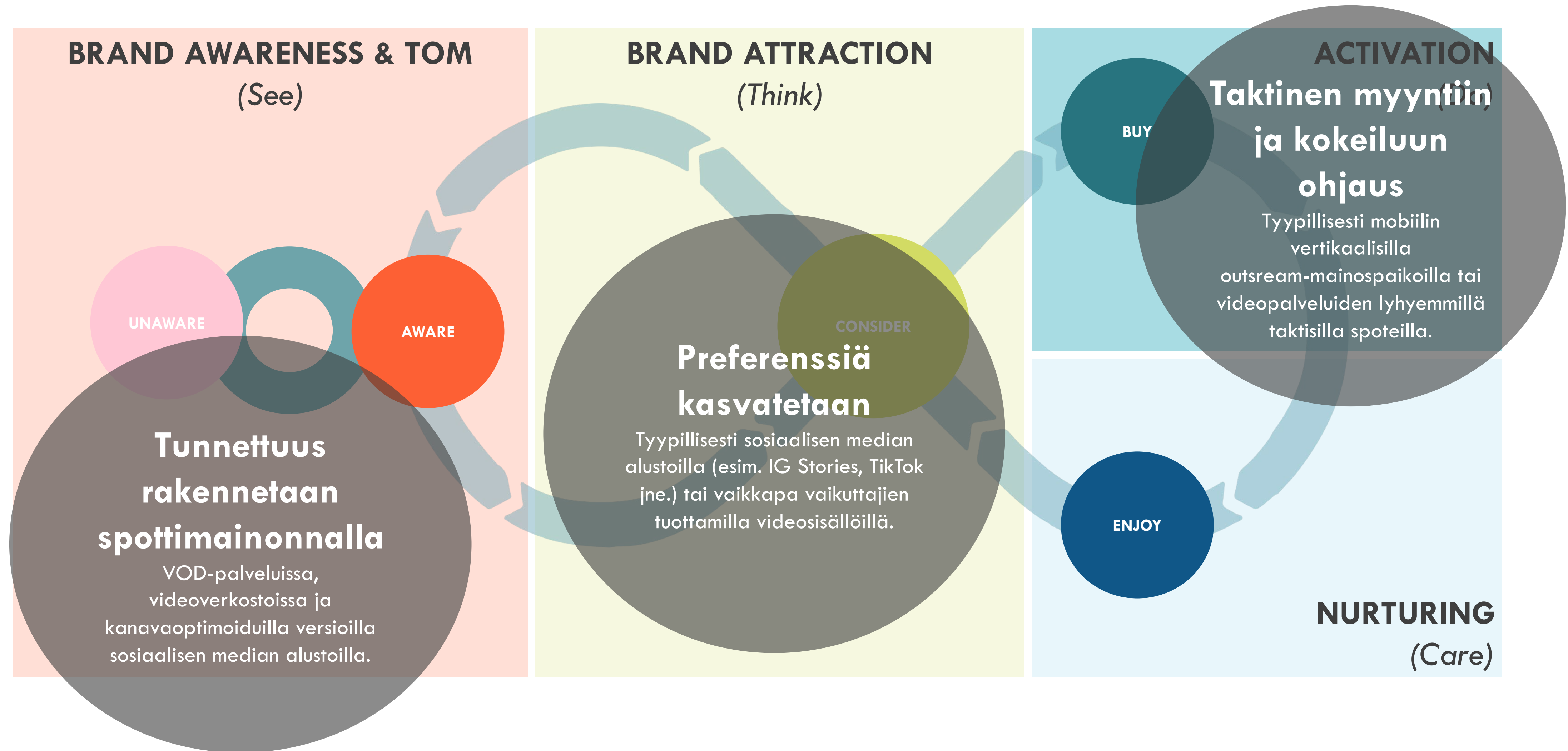
suurempi ohjaavuus myyntiin kuin, mikä on videomainonnan osuus mediainvestoinneista

1x

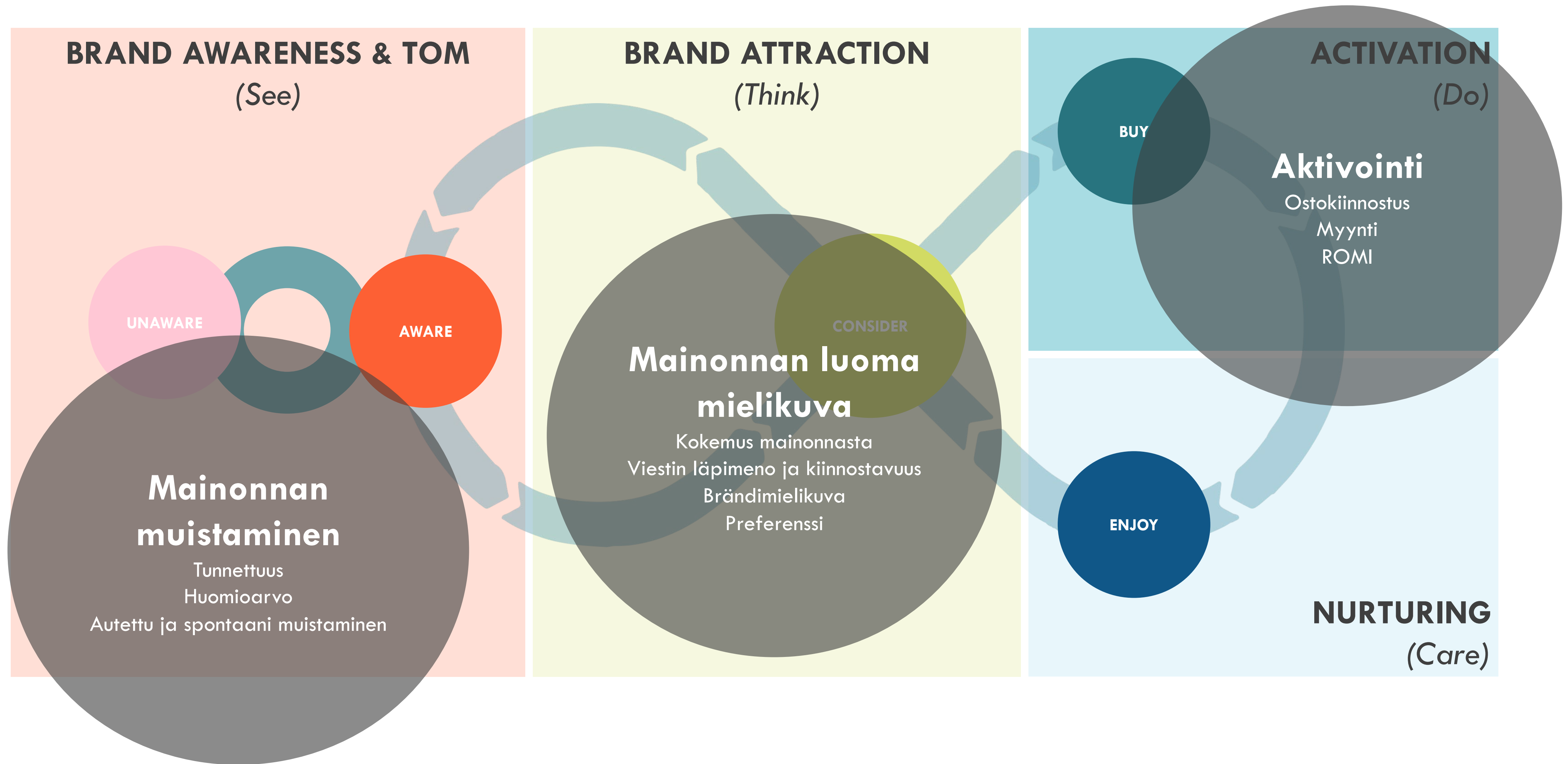
suurempi ohjaavuus verkkoon kuin, mikä on videomainonnan osuus mediainvestoinneista

Lähde: Dagmarin ROMI-mallinnukset 2012-2020

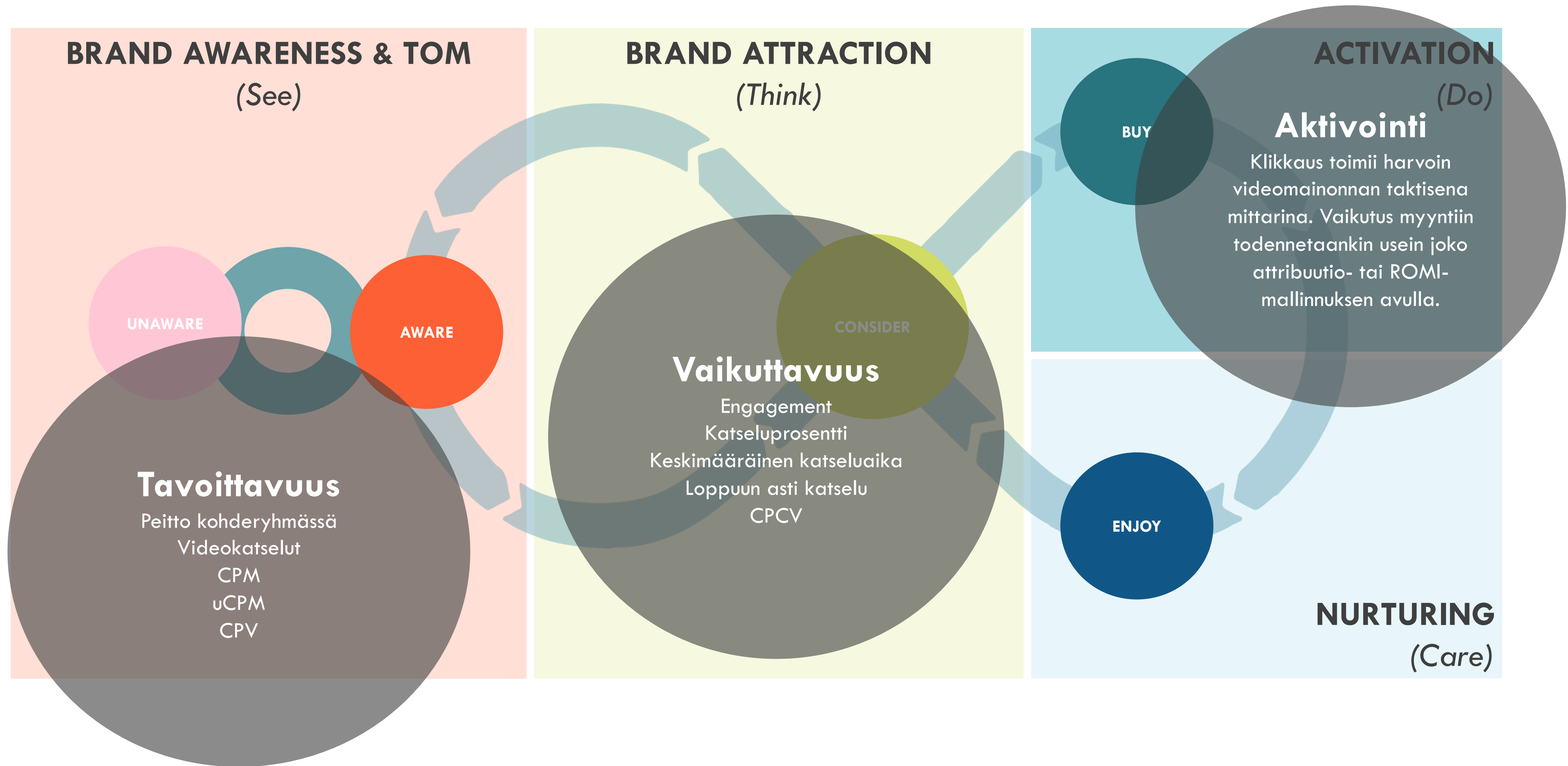
Video kattaa koko asiakaspolun



Mittaa suhteessa tavoitteisiin



Operatiiviset mittarit



Vinkit vaikuttavaan videomainontaan:

1. Video soveltuu moneen, sillä se kattaa koko asiakaspolun
2. Suunnittele kanava edellä
3. Mittaa suhteessa tavoitteisiin
4. Muista sisältö