

Mitä kuuluu video?

IAB webinaari

18.11.2020





Mitä kuuluu video?

Webinaarin agenda

- 10.00 **Webinaarin avaus & tervetuloa** - Mira Vaurula, IAB Finland
 - Katsaus digitaalisen videomainonnan markkinaan** - Aki Ronkainen, Smartclip
 - Videopalveluiden kulutus Suomessa** - Tuomo Sinkkonen, dentsu finland
 - Videomainonnan vaikuttavuus & mittaamisen haasteet** - Ilari Ahtola, Dagmar & Anna Lujanen, Screenforce
 - Paneelikeskustelu: Videomainonnan haasteet syyniin**
 - Tapio Haaja, Videolle
 - Valtteri Lahtinen, GroupM
 - Ulla Hagelberg, MTV
 - Robert From, Youtube
- 11.00 **Webinaari päättyy**

WEBINAARIOHJEET

1. Älä huoli näkymisestä tai kuulumisesta, kaikki osallistujat ovat ns. äänettömiä!
2. Webinaari on vuorovaikutteinen - voit halutessasi esittää chatin kautta kysymyksiä tai kommentteja puhujille, lisäksi puhujamme esittävät osallistujille kysymyksiä.
3. Webinaaritallenne tulee jälkikäteen sähköpostiinne
4. Jos tulee teknisiä ongelmia, voit kokeilla yhteyden muodostamista uudelleen webinaarin yläreunasta tai poistua ja tulla samalla linkillä sisään uudelleen.
5. Jos sinulle tulee yllättäviä ongelmia, voit laittaa viestiä toimisto@iab.fi tai yksityisviestiä admineille tässä webinaarihuoneessa.



IAB Finland on digitaalisen mainonnan ja markkinoinnin tulevaisuutta kehittävä yhteisö, joka tarjoaa koulutusta, kohtaamisia sekä puolueetonta asiantuntijatietoa

iab.fi

INDUSTRY PARTNERIT



sanoma



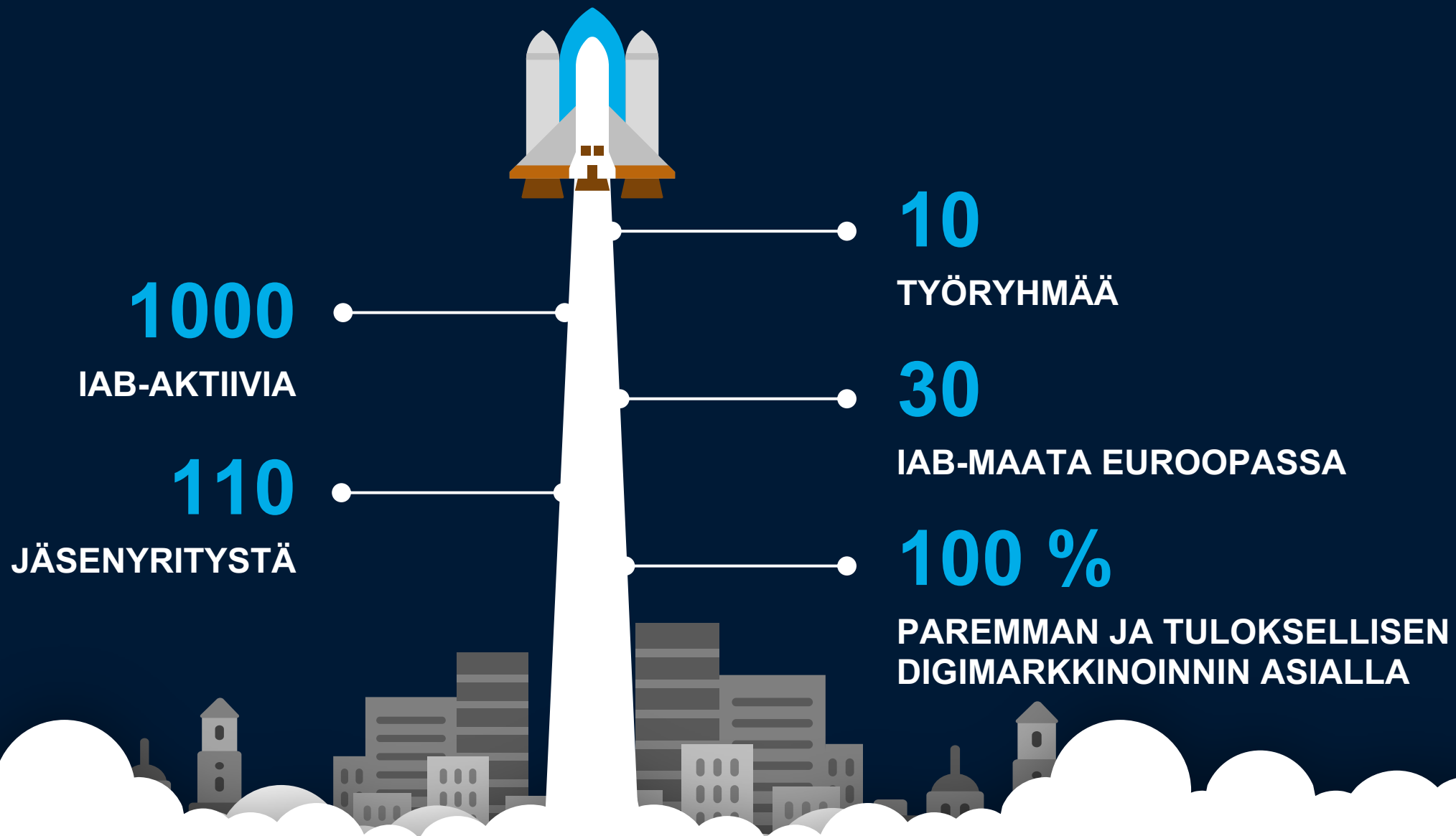
PREMIUM-JÄSENET

tieto

dentsu AEGIS
network

DAGMAR*







Mitä kuuluu video?

IAB webinaari

18.11.2020

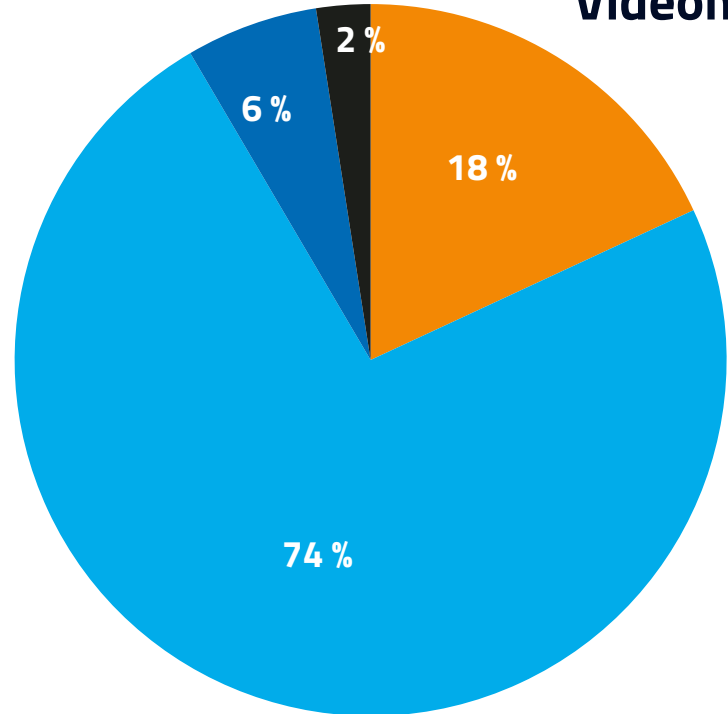


**Katsaus digitaalisen videomainonnan
markkinaan**

Aki Ronkainen / Smartclip
IAB Videomainonnan
työryhmän puheenjohtaja

Digitaalista videota käytetään markkinoinnissa hyvin monipuolisesti

Videomainonta Suomessa H1/2020



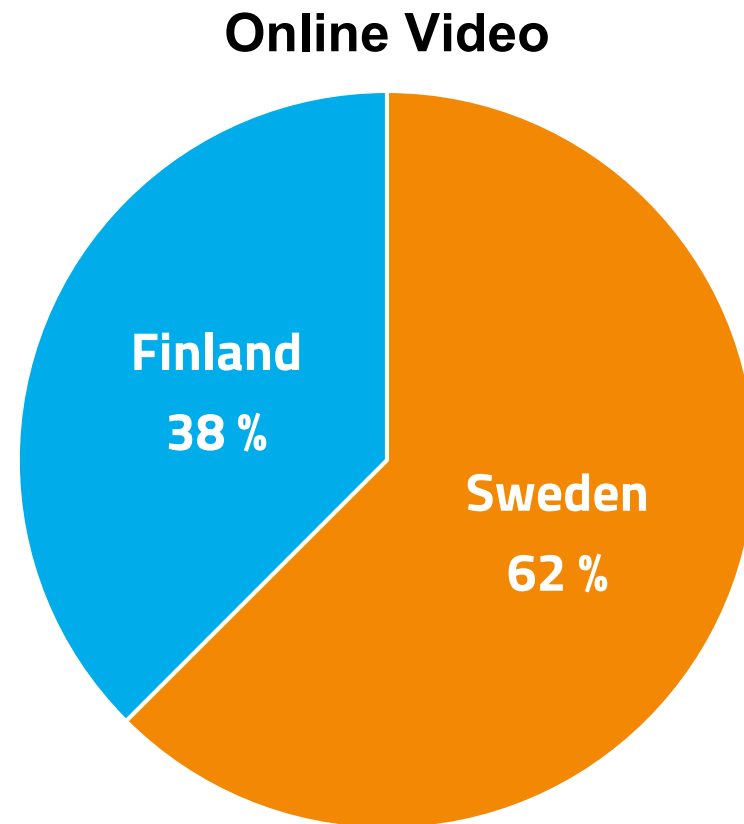
	€
Video in social media platforms*	42 240 000
Instream	10 400 000
Outstream video*	3 450 000
In-banner video*	1 412 500
TOTAL	57 502 500

Lähde: IAB Finland, Kantar

* IAB Finlandin estimaatti

Markkinavertailua rakkaaseen naapuriimme

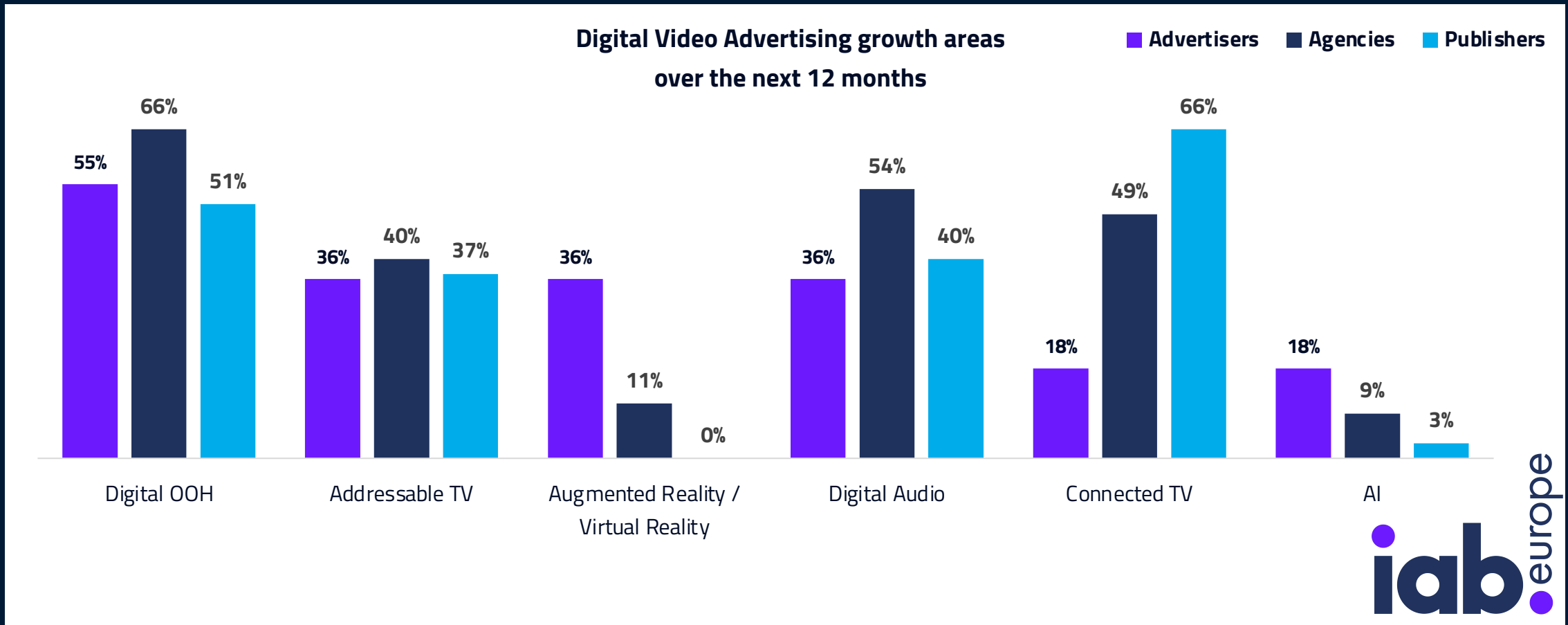
- Online video Ruotsissa arviolta **200 M€**
(2019, Nordicom Meedieutveckling 2020)
 - Markkinan uskotaan laskevan noin 10% 2020 koronan vuoksi
- Suomen videomarkkina **120 M€**
(IAB estimaatti 2020 H1)



Lähde: Nordicom Meedieutveckling 2020, IAB Survey estimate 2020

<https://www.mprt.se/globalassets/dokument/publikationer/medieutveckling/medieekonomi/medieekonomi-2020.pdf>

Digitaalisen videon kasvu ulkomainonnassa sekä isoilla ruuduilla



Source: IAB Europe – Attitudes to Digital Video Advertising Report (July 2020)

Mediamarkkinan näkymät Q4/2020 - “Liittoumat yleisty”

Aftonbladet TV & Expressen TV Video Impact

Nå minst 750 000 unika individer. **Garanterat!**



Nå minst 750 000 unika individer
Mätning valideras via MMS



Maximal räckvidd i 7 dagar
Ditt budskap prioriteras hos Sveriges största
nyhetsmedier



Två nyhetsmedier - en kontaktperson
En kontakt, en bokning, en filmkod,
en rapport, en faktura



Garanterad leverans
Vi levererar tills de utlovade visningarna är
uppnådda



Exponeras i en
kvalitativ
nyhetskontext

PRIS: Fast pris 330 000 SEK (CPU 0,44 kr, ca CPM 150)
KÖPS: IO

Est, Frekvens: 3 Format: pre-roll Längd: 5-15 sek Device: Desktop, mobil, tablet



News | RTL Group, Gruner + Jahr | Cologne / Hamburg, 06/30/2016
IP Deutschland And G+J EMS Form Ad Alliance



AD ALLIANCE
for your media success



G+J EMS



BONNIER Schibsted
News Sales

Danske mediehuse klar med Publisher Platform

Publisher Platform

Publisher Platform er en self service platform, der
giver adgang til danske kvalitetsmedier. Med få
klik kan du sammensætte en effektiv kampagne
med stor synlighed, som rammer i målgruppen

KOM I GANG

01-10-2020

Af: Mads Boysen, TV 2 Kommunikation

TV 2, JP/Politikens Hus, Berlingske Media, Børsen, Jysk Fynske Medier og
Sjællandske Medier står bag lanceringen af den nye digitale reklameplatform,
hvor annoncørerne er garanteret en dansk, journalistisk kvalitetskontekst og

Guardian, News UK and Telegraph create shared ad network The Ozone Project

Muutoksen tekijöille





Mitä kuuluu video?

IAB webinaari

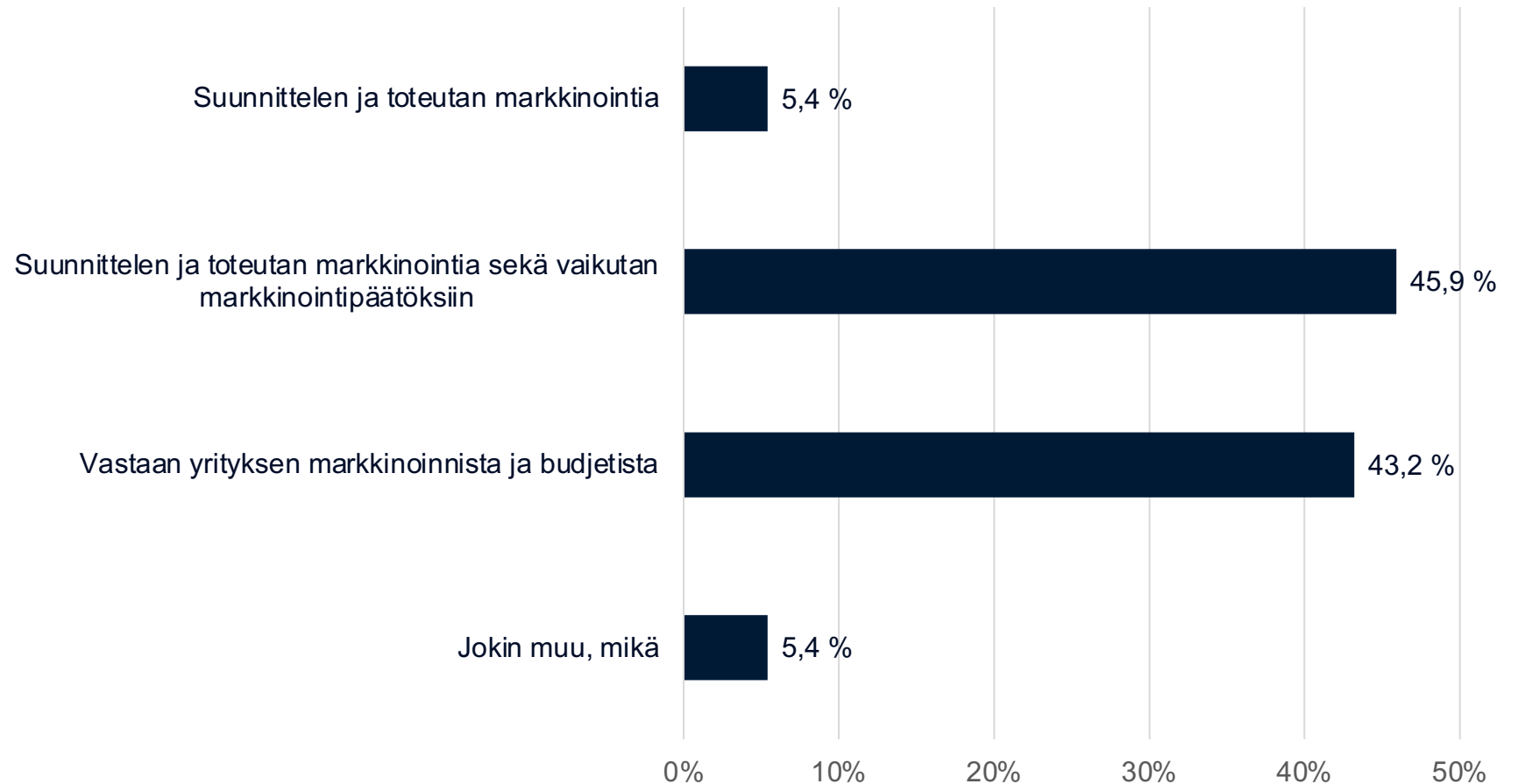
18.11.2020



**Kysely markkinointipäättäjille
videomainonnan tilasta**

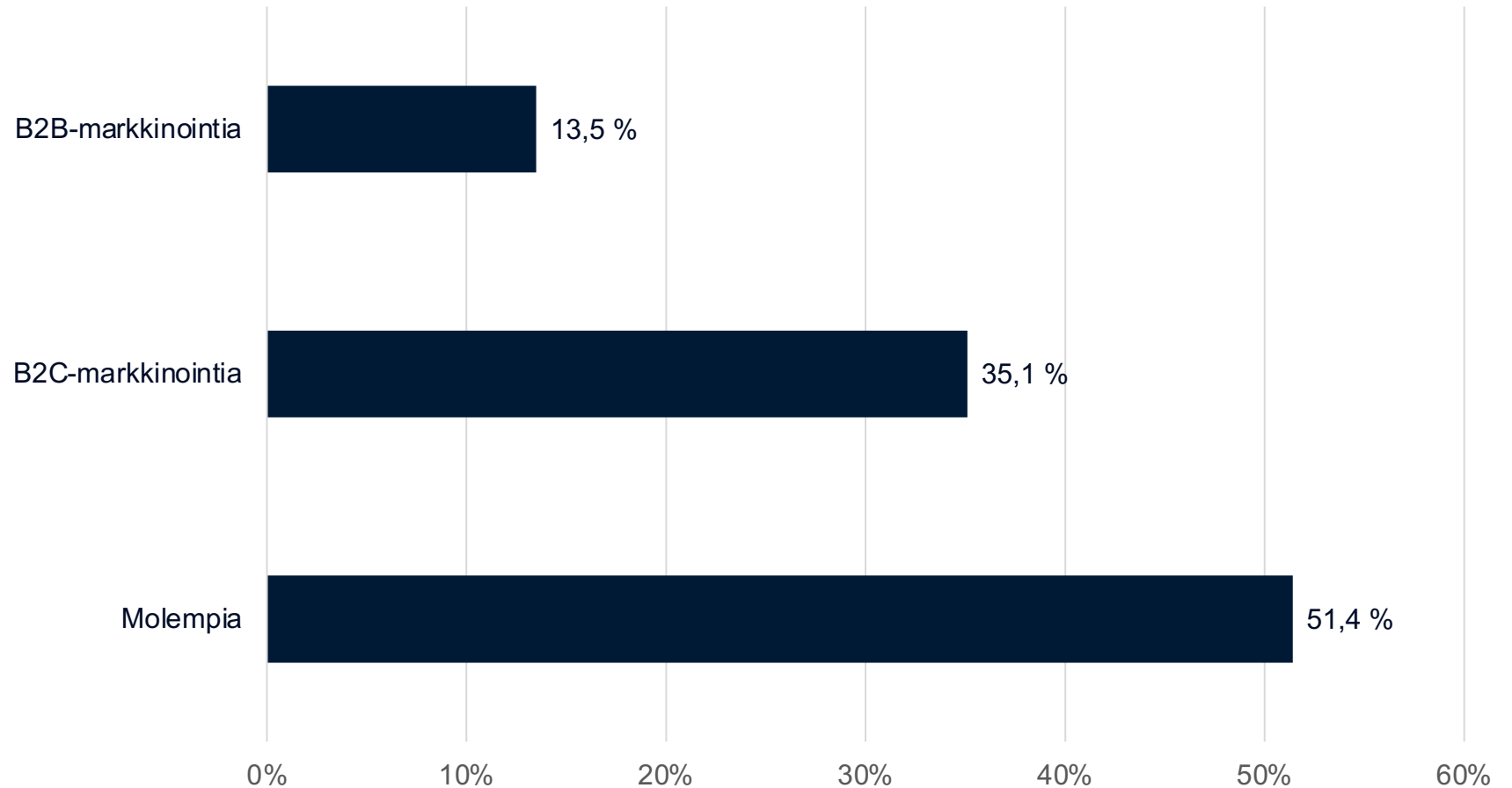
38 vastaajassa lähes kaikki joko markkinoinnin budjeteista päättäviä tai päätöksiin vaikuttavia

Missä roolissa työskentelet?



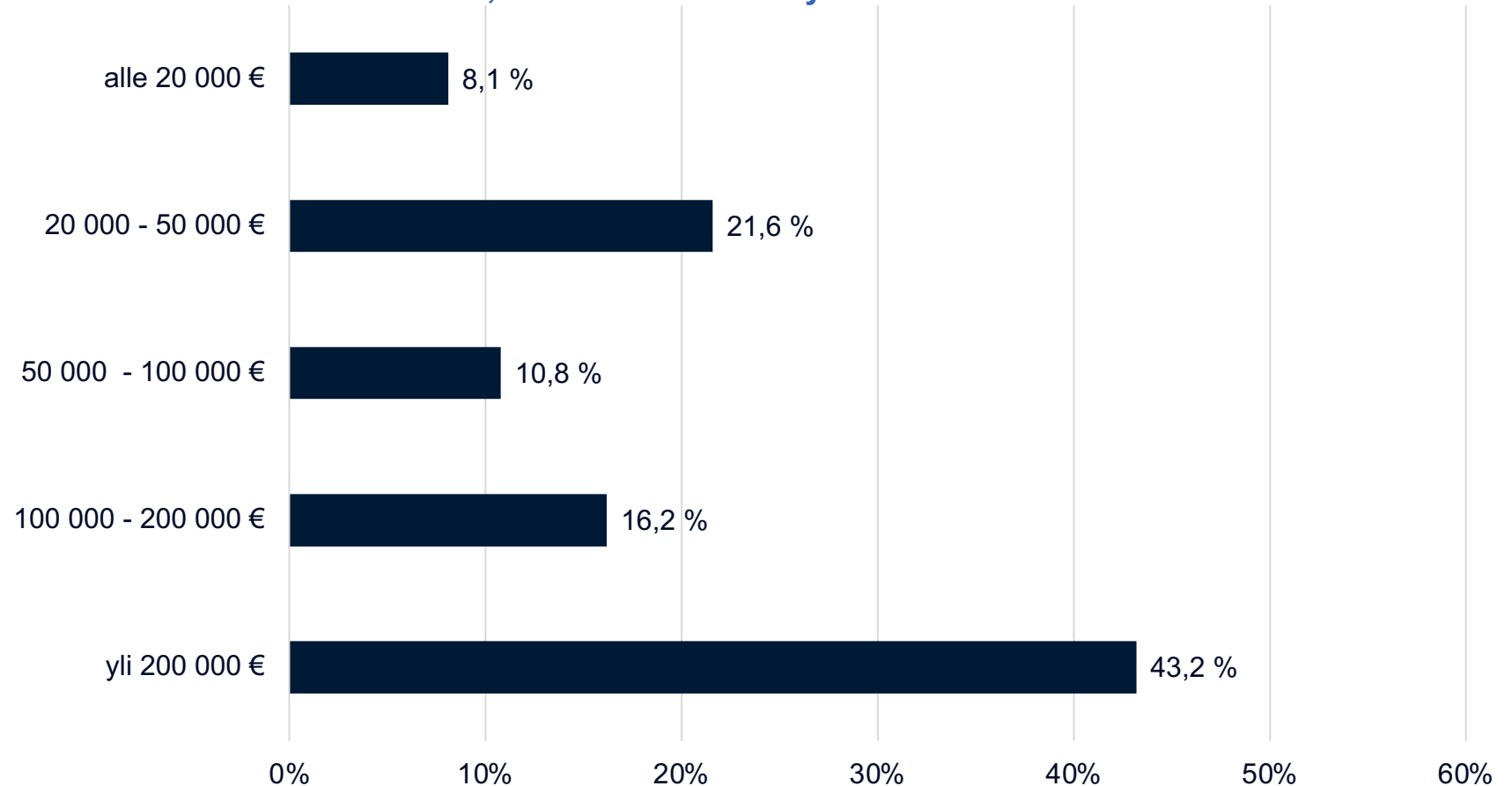
Sekä B2C että B2B-markkinointi edustettuna

Tekeekö edustamasi yritys...



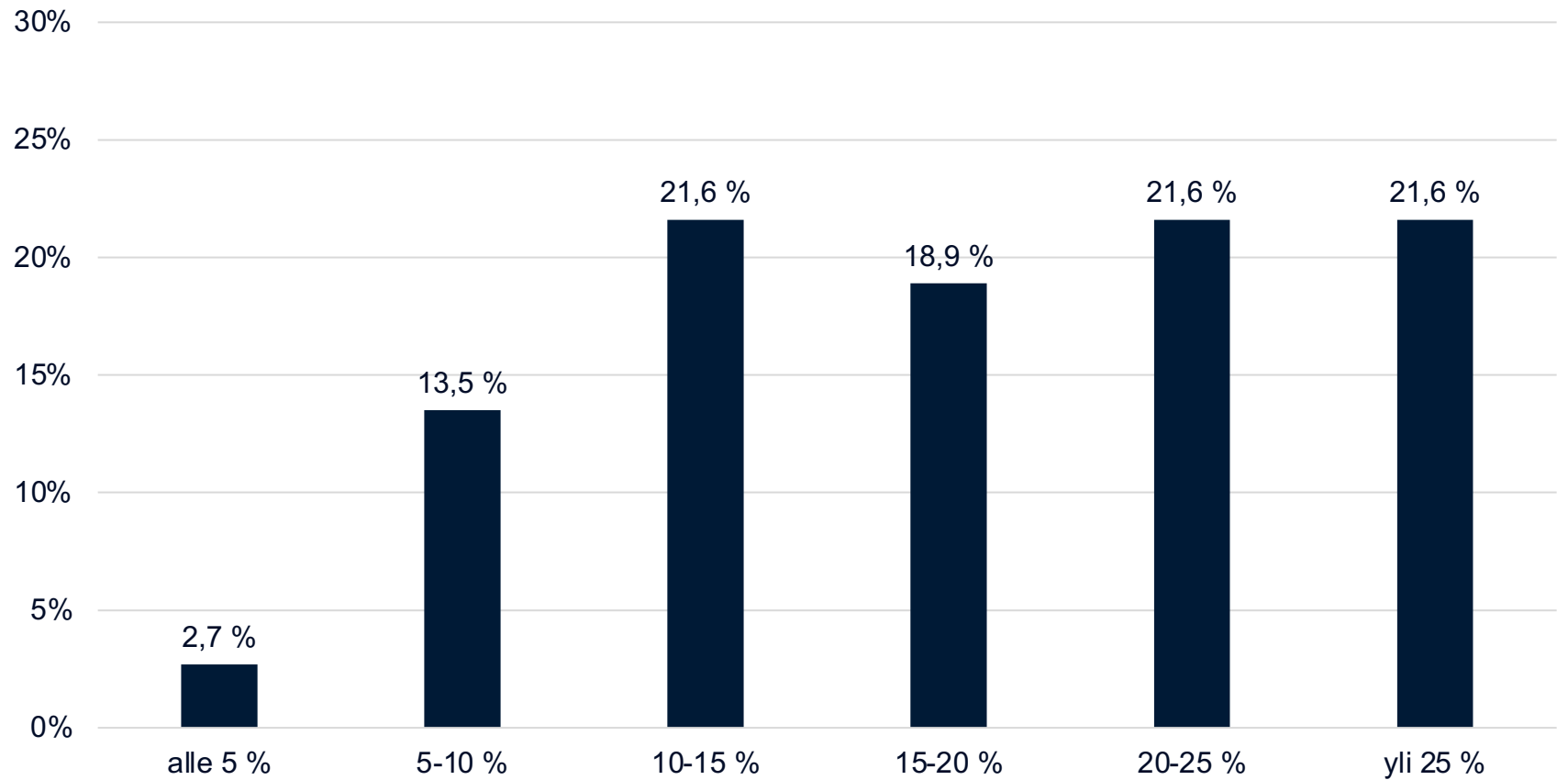
Yli 40% vastaajista panostaa digitaaliseen videomainontaan vuositasolla yli 200 000 €

Paljonko arvioisit yrityksenne panostavan kokonaisuudessaan digitaaliseen videomainontaan vuodessa, sisältäen tuotanto- ym. kustannukset?



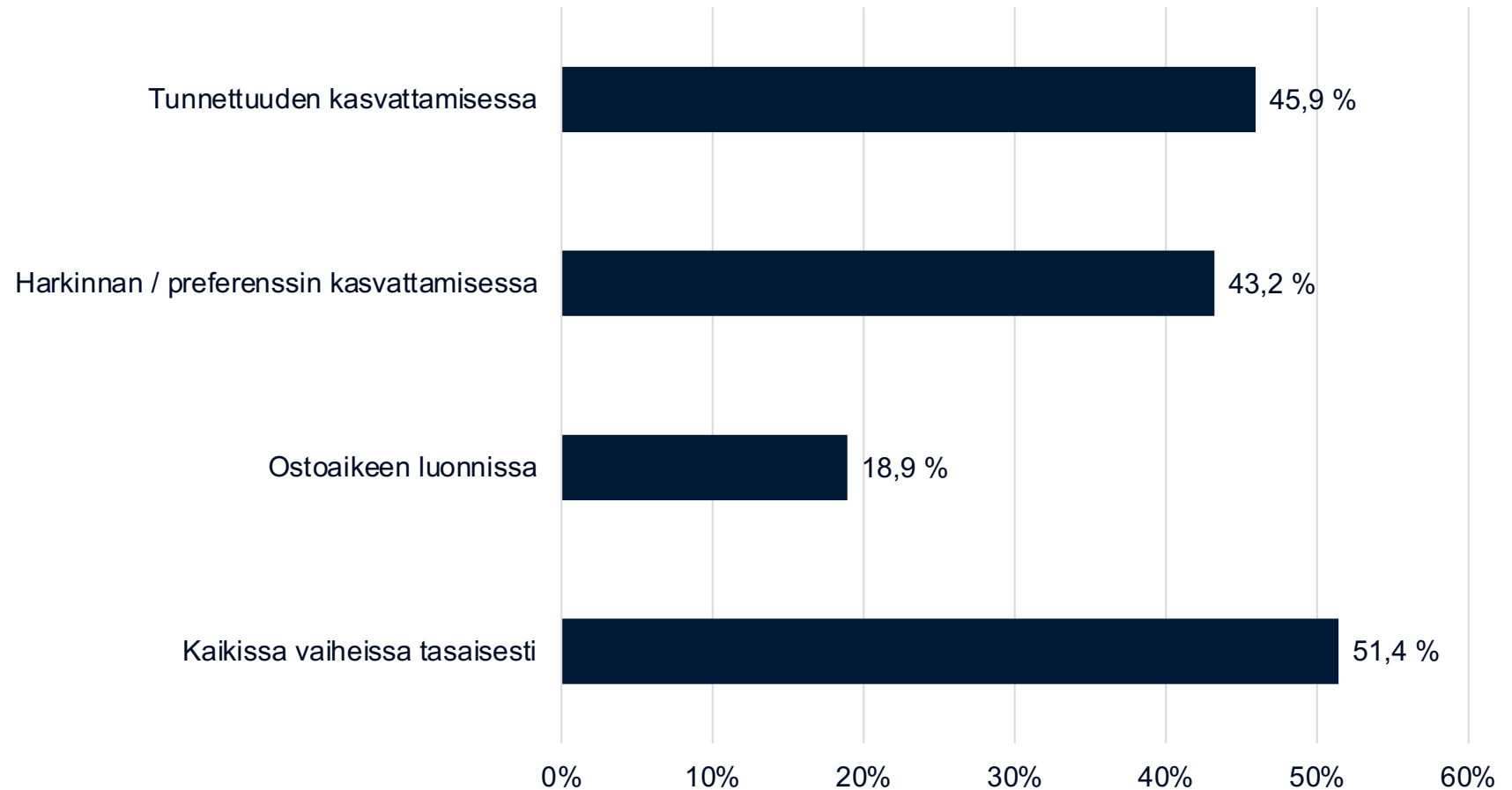
Materiaalituotannon osuus vaihtelee suuresti

Kuinka paljon tästä kokonaispanostuksesta arvioit materiaalituotannon osuuden olevan?



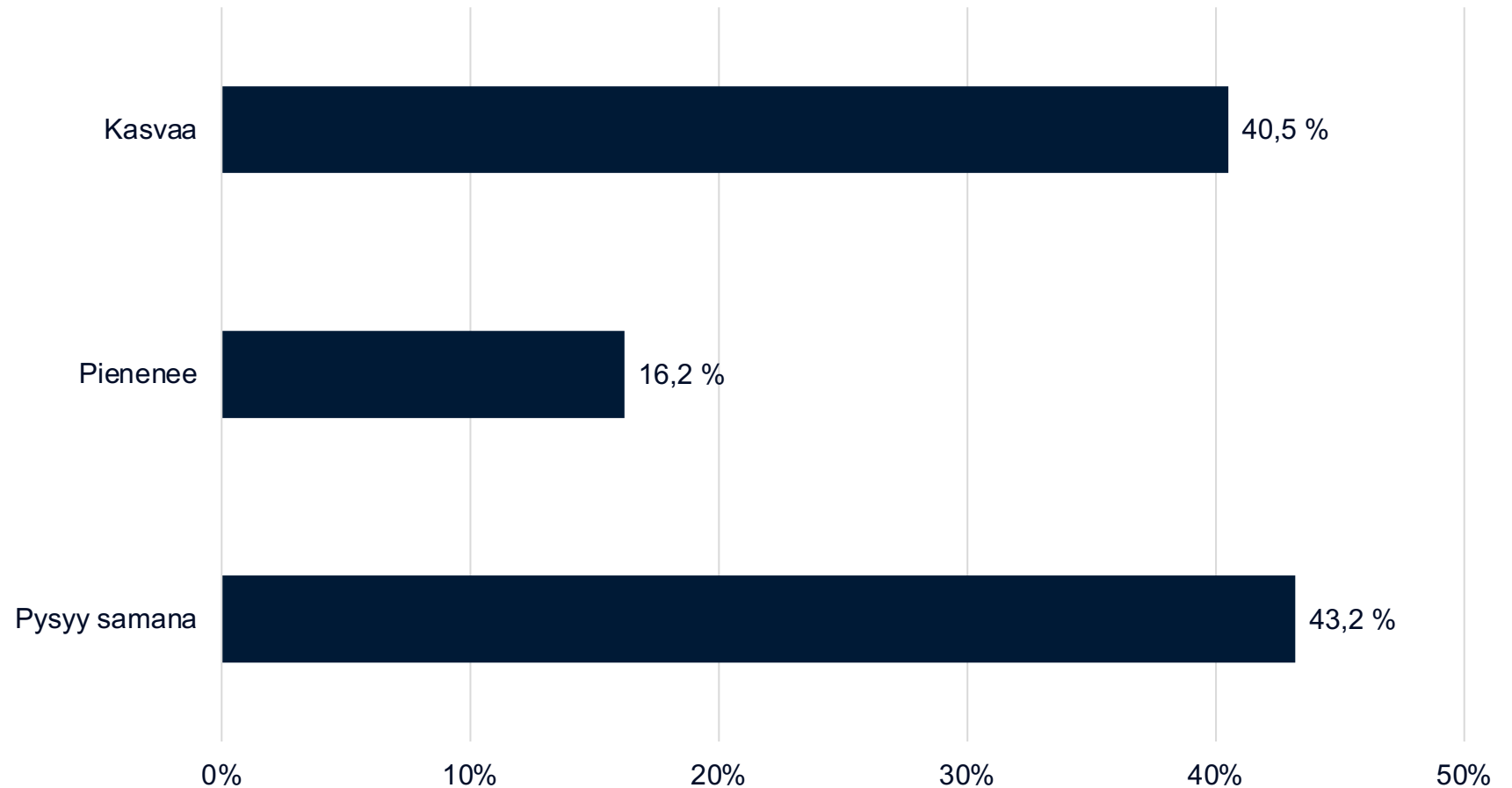
Liikkuvaa kuvaa hyödynnetään läpi asiakaspolun, mutta vähiten ostoaikeen luonnissa

Missä ostosuppilon / asiakaspolun vaiheessa hyödynnätte pääsääntöisesti liikkuvaa kuvaa?



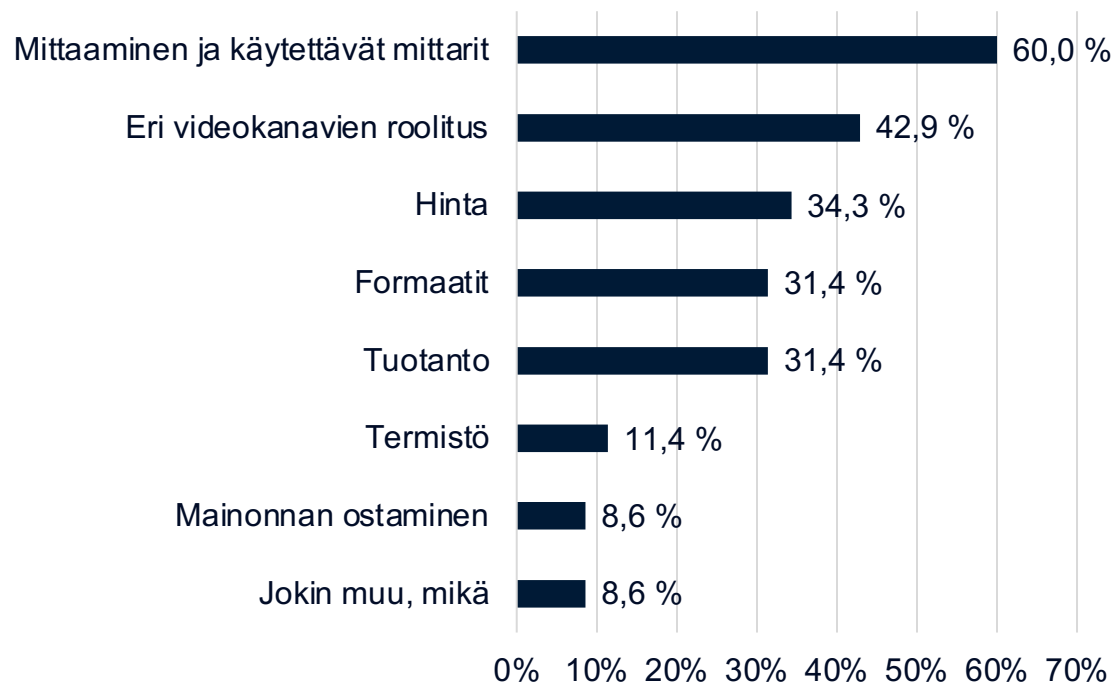
Erityisesti pienimmät ja isoimmat panostajat uskovat eurojen kasvuun

Miten uskotte yrityksenne liikkuvan kuvan kokonaispanostusten (TV & digitaalinen video) muuttuvan yrityksessänne seuraavan 12 kuukauden aikana?



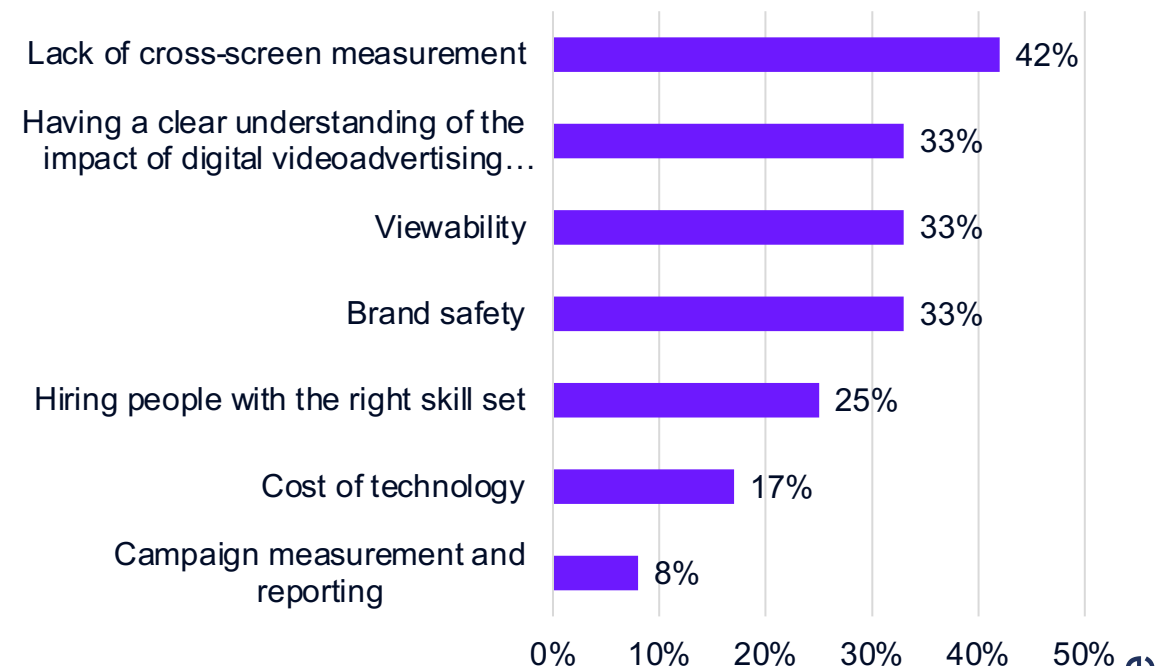
Mittaaminen nousee suurimmaksi haasteeksi sekä Suomessa että Euroopassa

Koetko, että liikkuvan kuvan hyödyntämisen suhteen markkinoinnissa on jotain merkittäviä haasteita, jotka tulisi korjata? Jos kyllä, mihin ne liittyvät:



Lähde: IAB Finland – Kysely markkinointipäätäjille (08/2020 n. 38)

Digital Video Advertising investment barriers



Source: IAB Europe – Attitudes to Digital Video Advertising Report (July 2020)



Lataa työryhmän koostama esitys:

"Digitaalisen videomainonnan keskeisimmät diat pähkinäkuoressa"

