

Mediaostamisen laadun varmistaminen

Heidi Heikura, Tori.fi

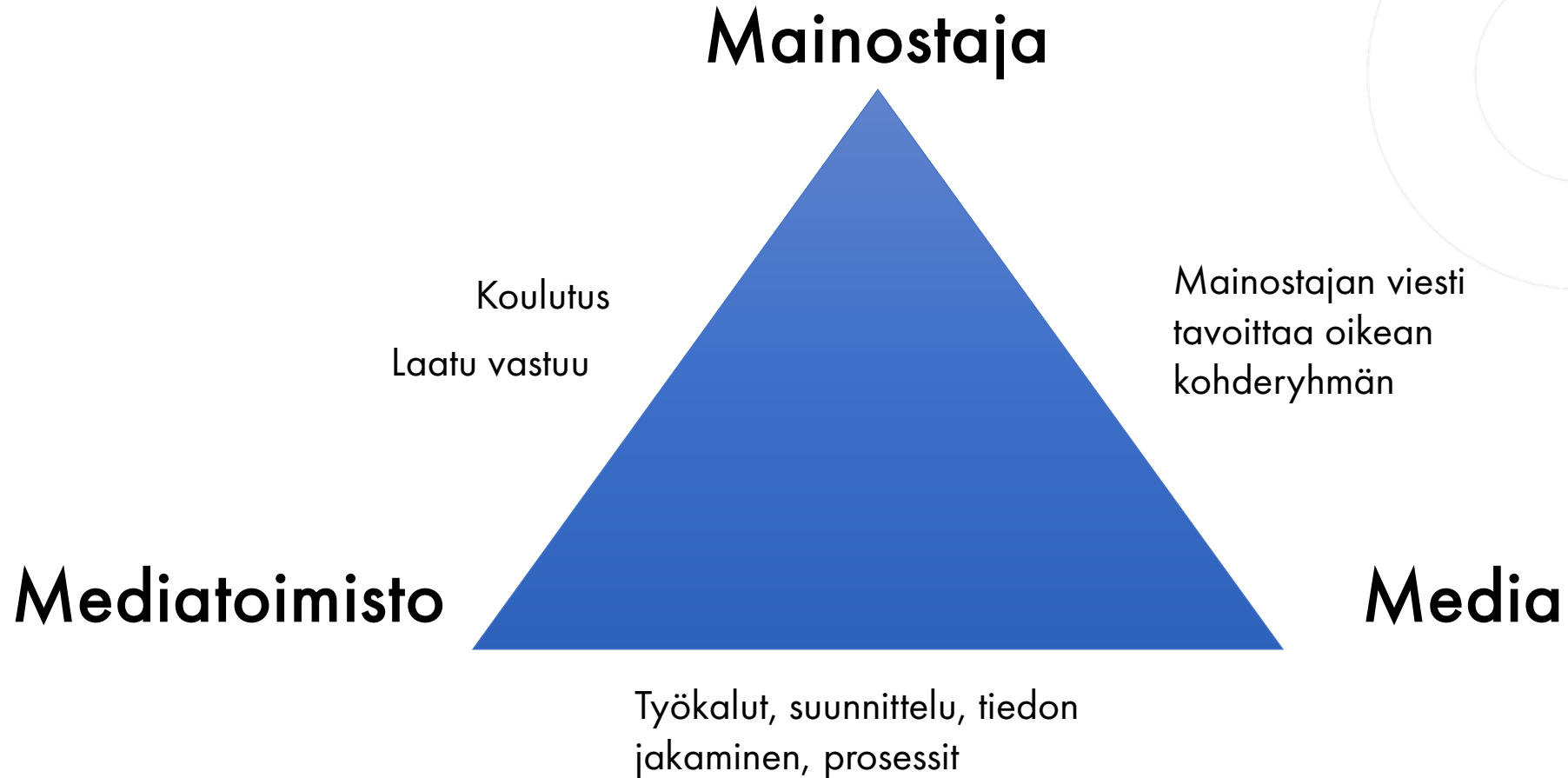
Timo Petänen, Dentsu Aegis Network

dentsu
AEGIS
network

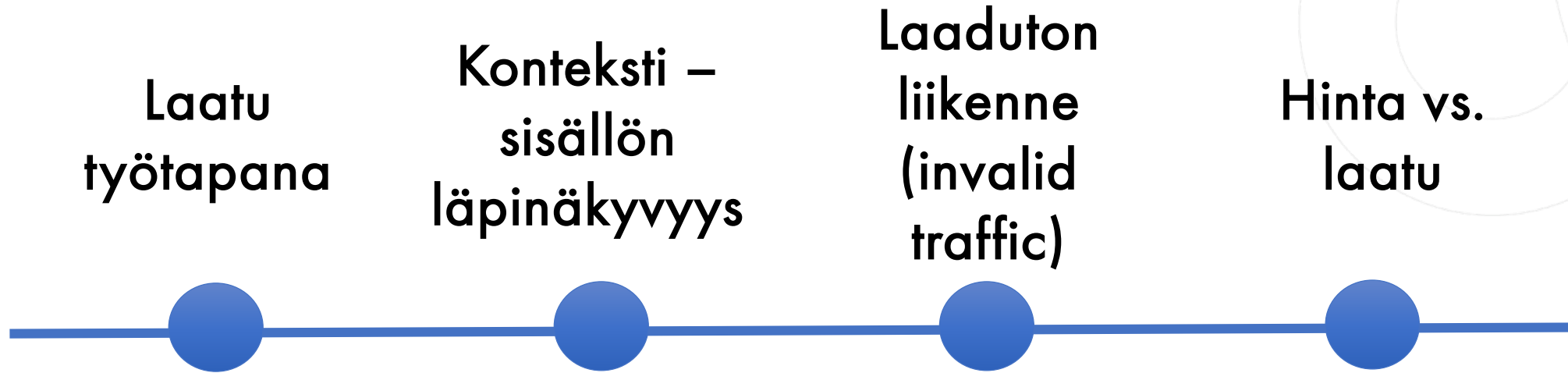
tori.fi



Mediaostamisen laadun ekosysteemi



Mediaostamisen laadun osa-alueet



Laatu työtapana

Mediatoimiston vastuu

- Koulutus – oma henkilökunta ja mainostaja
- Prosessit ja prosessivalvonta
 - Työkalu implementointi – DSP ja 3rd party -työkalu
 - Ei-toivotun median estäminen
- Yhteistyö ja kehitys media/teknologia kumppanit

Median vastuu

- Median sisällön laatu
 - Parhaimmillaan mainonta tukee käyttäjäkokemusta
 - Ei-toivotun mainonnan estäminen
- Median brändilläkin on merkitystä

Konteksti – sisällön läpinäkyvyys

Mediatoimiston vastuu

- Median tunteminen
- Suunnittelu - vastaa mainostajan sisällöllisiä tavoitteita
- Kumppaneiden ja teknologioiden validointi

Median vastuu

- Läpinäkyvyys kohdentamisessa
- Oman median tunteminen
- Rauhallinen mediaympäristö

Laaduton liikenne – päätyykö raha rikollisille?

Liikenne, joka ei ole ihmisen tuottamaa tai liikenne, joka ei tue kampanjan tavoitteita, vaikka olisikin ihmisen tuottamaa.

Mediatoimiston vastuu

- Työkalujen käyttö ja validioiminen
- Riippumaton raportointi
- Reagoitukyky
- Yhteinen vastuu – koko ekosysteemiä tarvitaan

Median vastuu

- Bottiliikenteen seuraaminen
- Premium-sivustoilla vähemmän liikenteen laatuongelmia
- Kumppanien asiantuntemus
- Ads.txt – varmistaa inventaarilähteen oikeellisuuden

Laadulla on hintansa, mutta se on sen arvoista!

Mediatoimiston vastuu



Median vastuu

- Mainospaikkojen sijoittelu ja suorittaminen
- Hyvällä inventaarilla on hyvä hintalappu

LÄPINÄKYVYYS + YHTEISTYÖ
=
LAADUKAS MEDIAOSTAMINEN

Kiitos!

Heidi Heikura, Tori.fi, heidi@tori.fi, puh. 040 653 7076

Timo Petänen, Dentsu Aegis Network timo.petanen@amnetgroup.com,
puh. 040 661 2771

dentsu
AEGIS
network

tori.fi

