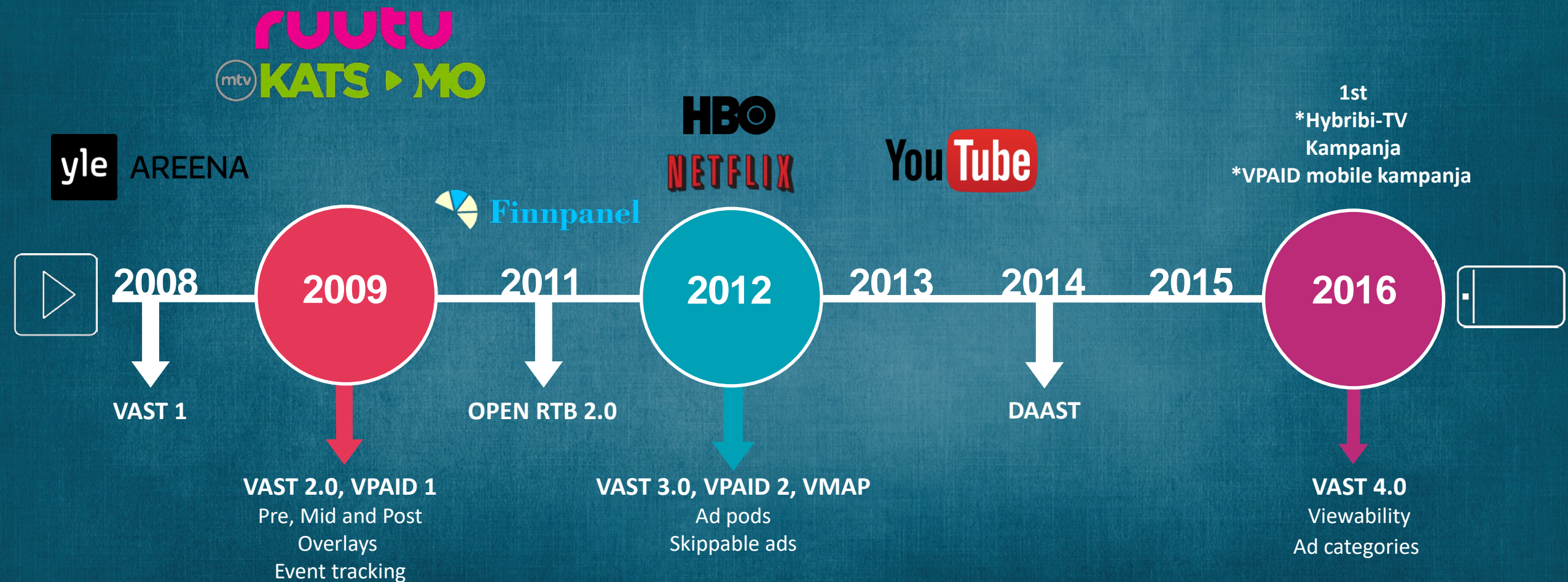


Katsaus Suomen videomarkkinaan

Teemu Suominen,
IAB:n videomainonnan työryhmän puheenjohtaja



Video standardien ja palvelujen kehitys



	2014	2015	2016
Mitattu in-stream markkina (€)	13 M	15 M	17 M
Osuus display mainonnasta	17,2 %	19,5 %	21,7 %
Arvio ohjelmallisen osuudesta koko videomarkkinasta		7 %	16 %

Huomioita videomarkkinasta

- **Videon käyttö kasvaa**
 - Ylivertainen tarinnankerronnan keino
 - Mikä määrittellään videomainonnaksi?
- **Puutteellinen mittaristo**
 - Yhteismitallisuus
- **Ostaminen monimutkaista**
 - Formaattit
 - Hinnoittelu



IAB:n videomainonnan infograafi

- **Formaatit**
in-stream & out-stream
- **Hinnoittelutavat**
CPM & CPV
- **Ostajan muistilista**
- **Luovan suunnittelun opas 2017**

OSTAJAN CHECKLIST

MUISTA/KYSY MYYJÄLTÄSI AINAKIN NÄMÄ KUN OSTAT VIDEOMAINONTAA:

- 1.** Missä ympäristöissä ja sisällöissä ostettu mainos tulee näkymään?
- 2.** Käynnistyykö videomainos automaattisesti (ilman ääniä/äänet päällä) vai käyttäjän aloitteesta?
- 3.** Mikä on katselun määritelmä ja laskutusperuste?
- 4.** Kuinka pitkään videomainosta keskimäärin katsotaan (aika & osuus)?
- 5.** Mitä lukuja kampanjasta voidaan mitata ja raportoida (inscreen/viewability, completion rate, vuorovaikutus/aika mainoksen parissa)?