

Miten digitaalinen CTV- ratkaisu sopii lineaari- tv-ympäristöön

IAB seminaari 6.5.2026

Mittaamalla menestykseen –seminaari

Jani Saari, Digita Oy



Sisältö

- Digita lyhyesti
- CTV eli HybridiTV
- Case esimerkit
- Yhteenveto



HybridiTV eli ConnectedTV

- HybridiTV on sama asia kuin ”TV kytkettynä nettiin”
- Kaikissa uusimmissa televisiomalleissa on HybridiTV-valmius
 - n. 95 % myytävistä televisioista äly-tv-malleja = HybridiTV
- Yli 70 % kotitalouksista on kytkenyt äly-televisioita nettiin
- Katsoja pääsee HybridiTV-palveluiden äärelle
 - Kaukosäätimen värinapeilla
 - Vaihtamalla kanavaa
 - Katsomalla TV-mainoksia



TV

- Suuret yhtäaikaiset kohderyhmät
- Pitää katsojan pidemmän aikaa otteessaan

NETTI

- Kohdennettavuus
- Ajasta riippumattomuus
- Tarkka seurattavuus
- Mainonta
- Videokirjastot

HybridiTV toiminnallisuudet

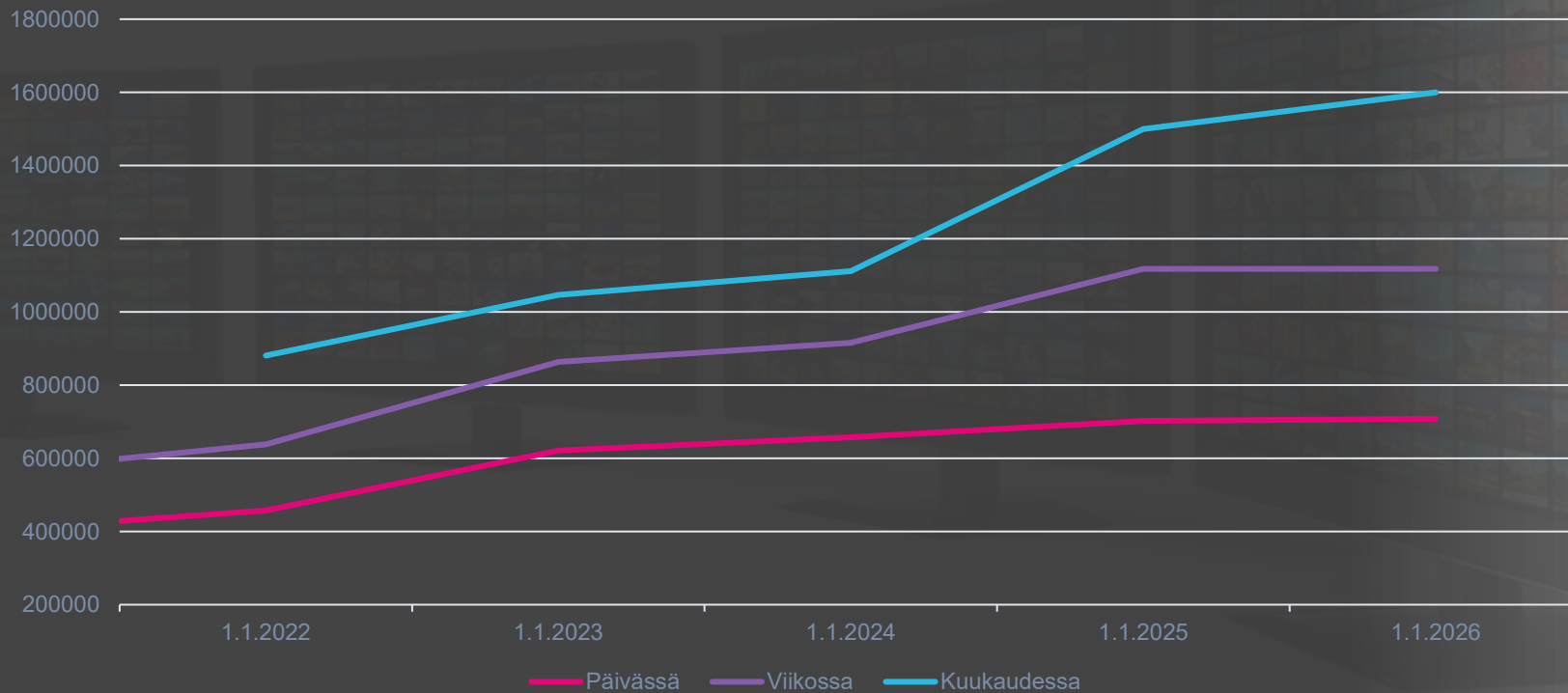
- **Toiminnallisuudet**

- Switch-IN
- Ohjelmayhteistyö (äänestys ja arvonnat)
- Addressable TV lineaarimainoskatkoilla (MTV Video CTV -ratkaisu)

- Kaikki toiminnallisuudet perustuvat dataan ja mitattavuuteen
- HybridiTV-data mahdollistaa myös ohjelmien ja katkojen tarkan ja reaaliaikaisen mittauksen



HybridiTV-päätelaitemäärän kehitys



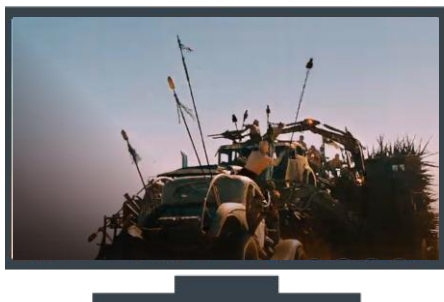
Kuukaudessa
1.600.000

Viikossa
1.100.000

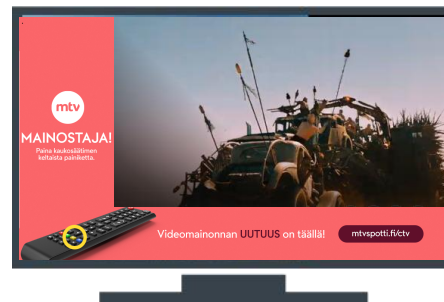
Päivässä
700.000

Esimerkki: **SWITCH-IN ON OHITTAMATON** MAINOSPAIKKA VUOROVAIKUTTEINEN (Display + Aktivointi)

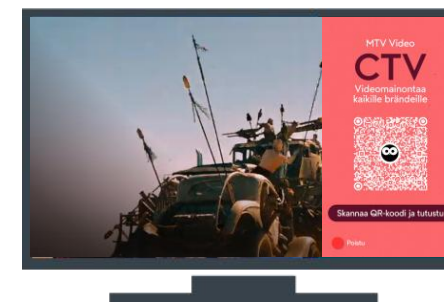
Katsoja vaihtaa kanavaa



Kun katsoja tulee kanavalle
 aktivoituu kampanja TV-ruudulle
 10s:n ajaksi, aktivointi
 kaukosäätimen keltaisella napilla.



Katsojalle avautuu QR-koodi
 linkitys halutulle sivustolle tai
 kampanjaländärille.
 Näkymä poistuu katsojan
 painamalla punaista nappia.



Switch-IN Case MTV Video CTV

Switch-IN -kampanja

- **B-2-B**-kampanjaa ajettiin 2 viikkoa MTV3, MTV Ava ja MTV Sub –kanavilla
- Kampanjan clickrate oli 0,75% (kaukosäätimen keltaisen napin painallus)
- Noin 665.000 uniikkia TV:ä näytti kampanjan, eli noin 1,2 miljoonaa silmäparia näki mainoksen




MAINOSTAJA!
 Paina kaukosäätimen keltaista painiketta.

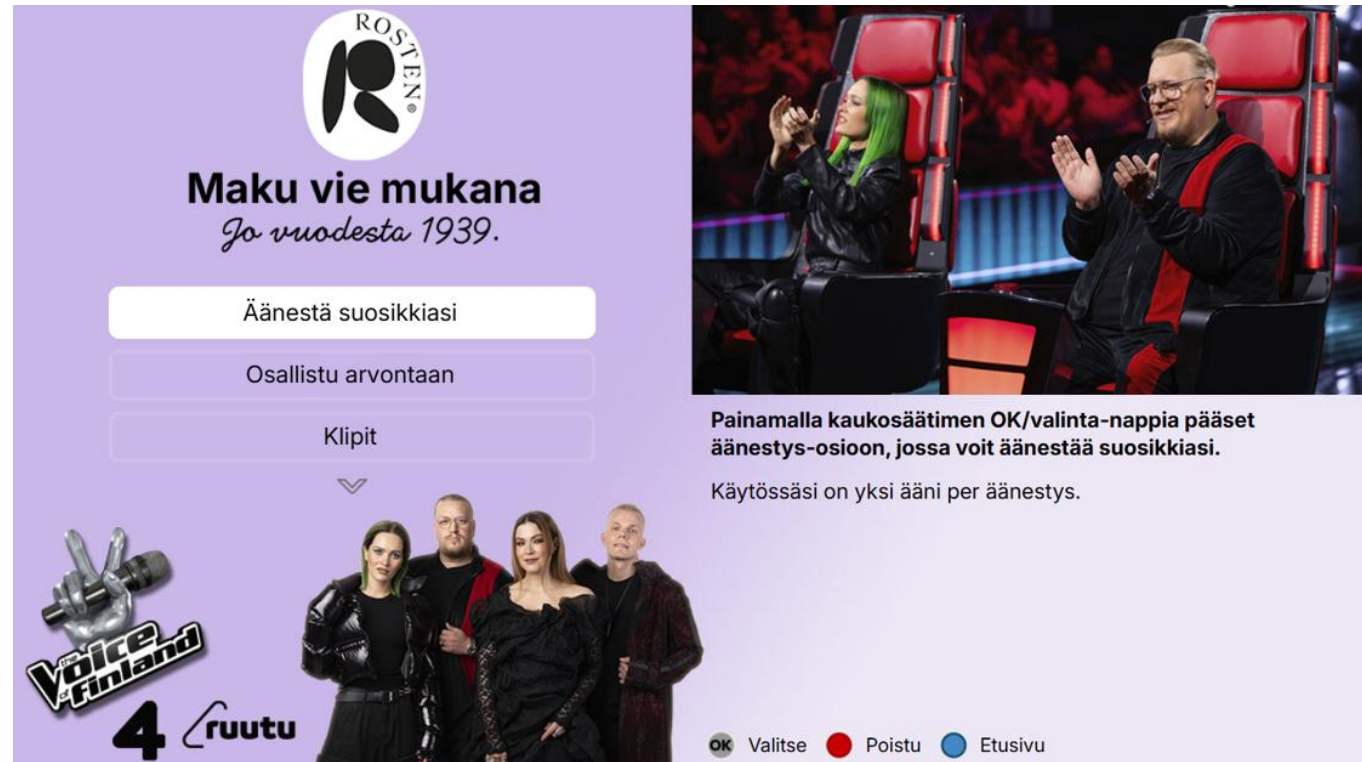
- Noin 6.26 M näyttöä
- 665.000 uniikkia TV:ä
- Noin 47 k aktivointia
- Clickrate noin 0,75%

Videomainonnan **UUTUUS** on täällä! mtvspotti.fi/ctv

Esimerkki case: Sanoma Nelonen, The Voice of Finland 2026

Ohjelmayhteistyö

- Sitouttaa katsojat sisältöön ja vahvistaa kumppanibrändien näkyvyyttä.
- Palvelun käyttöä ja aktiivisuutta seurataan ja mitataan.



ROSTEN

Maku vie mukana
Jo vuodesta 1939.

Äänestä suosikkiasi

Osallistu arvontaan

Klipit

▼

Voice of Finland

4 ruutu


OK Valitse Poistu Etusivu

Painamalla kaukosäätimen OK/valinta-nappia pääset äänestys-osioon, jossa voit äänestää suosikkiasi.
Käytössäsi on yksi ääni per äänestys.

Esimerkki case: Sanoma Nelonen, The Voice of Finland 2026

Ohjelmayhteistyö Leipomo Rosten

- Leipomo Rosten oli HybridiTV konseptin kumppanina live-lähetyksissä omalla brändi näkyvyydellä
- Taktisena elementtinä oli arvonta, palkintona viikoittaiset tuotepalkinnot
- Silmäpareina konsepti tavoitti noin **120 000** silmäparia. Arvota aktivoi noin **16 000** arvontaan osallistujaa




Maku vie mukana
Jo vuodesta 1939.

Osallistu arvontaan ja voit voittaa Leipomo Rostenin tuotekassin. Palkintoja arvotaan 10 kpl per viikko.

Syötä puhelinnumerosi alla olevaan kenttään.

Lähetä numerosi


Arvannon säännöt



Syötä puhelinnumerosi kaukosäätimen numeronäppäimillä ja siirry Lähetä numerosi -valikkoon ja paina OK.

Syötä numero ilman maatunnusta.

Puhelinnumeroa käytetään vain arvonnassa, eikä sitä käytetä mihinkään muuhun tarkoitukseen.



OK Valitse Poistu Etusivu

Yhteenveto

- Tuotteet ja potentiaali on jo olemassa
- Lineaari-TV on digitalisoitunut ja sen kautta voidaan mitata mainontaa ja ohjelmia reaaliaikaisesti dataan pohjautuen





DIGITA

Kiitos ja kysymykset

Jani Saari

jani.saari@digita.fi

p. 040 742 1491

