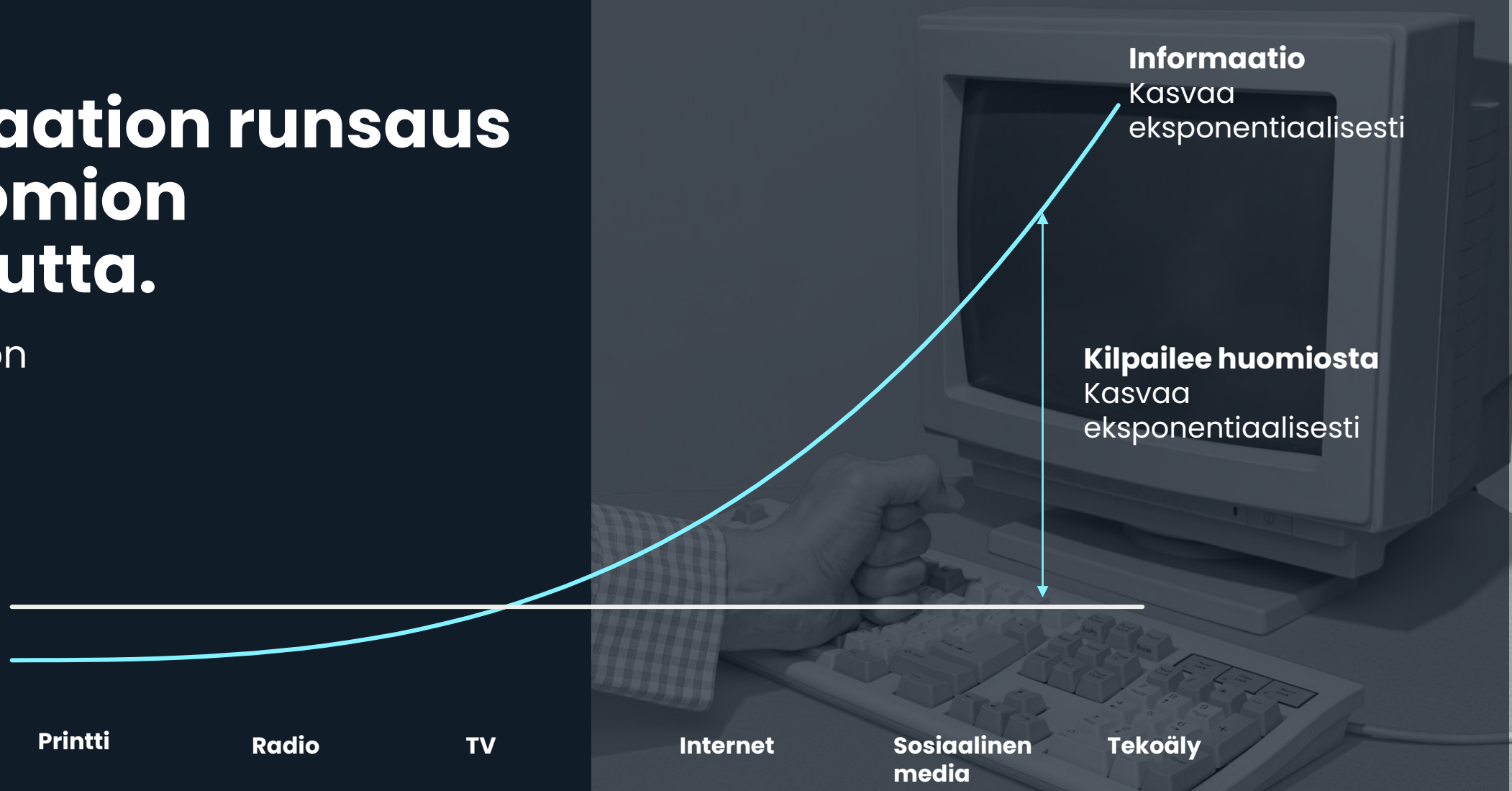
Tekoälyn haasteista mahdollisuuksiksi

ADNAMI

Informaation runsaus luo huomion niukkuutta.

Herbert Simon



ADNAMI

Tekoälyn vauhdittama sisältöbuumi

45%

Verkkosivustojen määrän kasvu kahden viime vuoden aikana Googlen bottidatan mukaan.

10k

Uutta tekoälyroskasivustoa tunnistetaan kuukaudessa vuonna 2025, lähteenä Deepsee.io.

>1,3

Miljardia tekoälyn tuottamaa videota TikTokissa.

>50%

YouTuben algoritmin uusille käyttäjille näyttämistä videoista on tekoälyroskaa tai aivomätää.

10%

YouTuben nopeimmin kasvavista kanavista on tekoälyroskaa.

26%

Kuluttajista suosii tekoälyn tuottamaa sisältöä ihmisen tekemän sijaan.

Laskua 60 % 2023!!

ADNAMI

Miksi tällä on väliä?

91%

Kuluttajista sanoo, että laadukkaan sisällön ympärillä näkyminen vaikuttaa heidän mielikuvaansa mainoksista.

65%

Sanoo sitoutuvansa todennäköisemmin brändeihin, jotka mainostavat laadukkaan sisällön vieressä.

90%

Kuluttajista kertoo ärsyyntyvänsä, jos mainos näkyy heikkolaatuisen sisällön vieressä!

ADNAMI

Minne kaikki ihmiset katosivat?



Nyt eletään nollaklikkihaun aikaa

JULKAISIJAT MENETTÄVÄT HAKULIIKENNETTÄ

-33%

Googlen hakuliikenne, globaalisti

-60%

Pienet julkaisijat, kaksi vuotta maaliskuuhun 2026

-43%

Julkaisijoiden oma ennuste vuoteen 2029

TEKOÄLYVASTAUKSET EIVÄT OHJAA LUKIJOITA TAKAISIN

-58%

Klikkiprosentti, kun AI Overview näytetään

0,02%

ChatGPT:stä tulevan liikenteen osuus

-40%

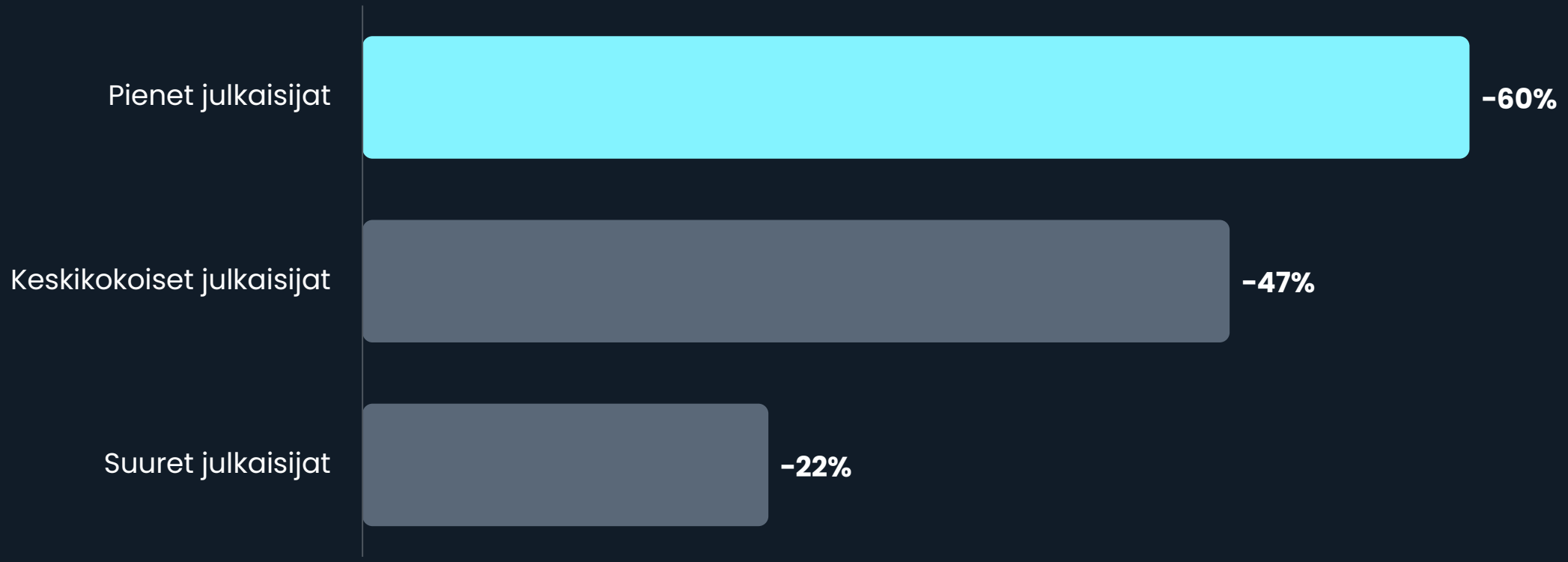
Avoimen verkon mainosinventaari, Q2 2026

Chartbeat Reuters Institutelle, tammikuu 2026 · Press Gazette. AI Overview-, ChatGPT- ja mainosinventaariluvut.

ADNAMI

Ja mikä pahinta: mitä pienempi julkaisija, sitä kovempi isku

Hakuliikenteen muutos julkaisijan koon mukaan, kaksi vuotta maaliskuuhun 2026



Lähde: Chartbeat, maaliskuu 2026. Pienet julkaisijat = 1 000–10 000 päivittäistä sivunäyttöä.

Mihin me voimme vaikuttaa?



Pienenevä avoin verkko nostaa yksittäisen näyttökerran rimaa

01

Volyymi ei ole enää vipuvarsi

02

Attention-mittaus vahvistuu edelleen

03

Budjetti allakointi per kanava monimutkaistuu

04

Julkaisijat tarvitsevat tuottoa, eivät peittoa

Vastaus on sama julkaisijoille ja mainostajille:

osoita, mitä yksittäinen näyttökerta todella tuottaa

ADNAMI

Enemmän arvoa mainosnäytölle

Keskity siihen, mihin voit vaikuttaa ja millä on oikeasti merkitystä



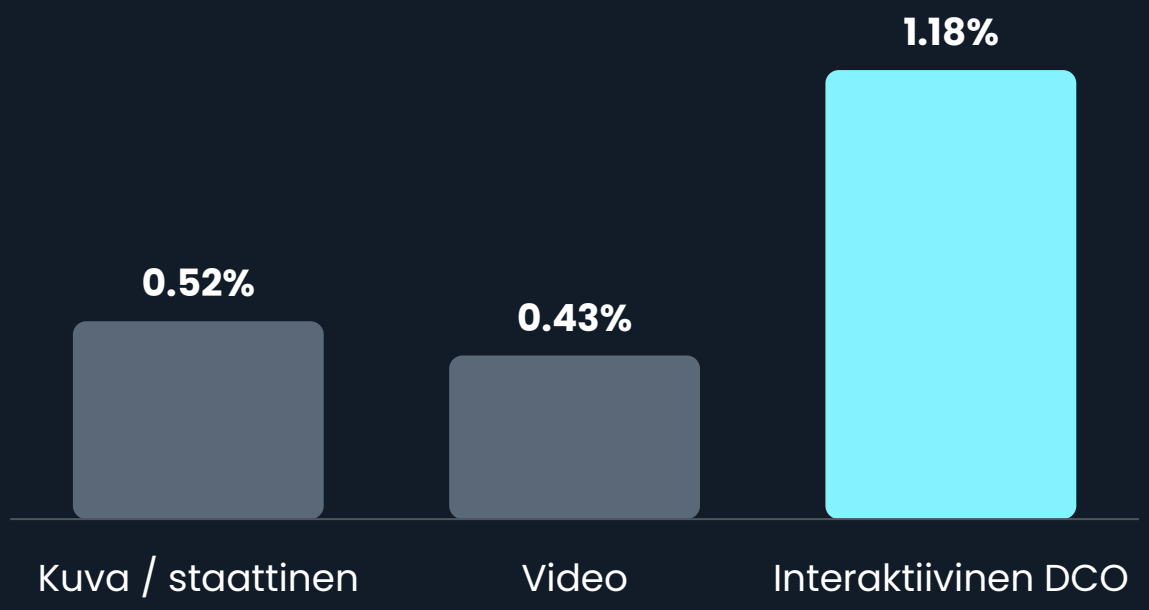
ADNAMI

1 Interaktiivisuus rakentaa huomion

ADNAMI

Interaktiivisuus nostaa reagointia, ei näkyvyyttä

Klikkiprosentti mainosmateriaalin tyypin mukaan



Viewability pysyy 74–76 prosentissa kaikissa ryhmissä: mainosta ei nähdä useammin, se pysäyttää käyttäjän.

2,6×

CTR vs. kuva- ja videomainosten keskiarvo

10×

Sitoutuminen: 6,14 % vs. 0,6 %

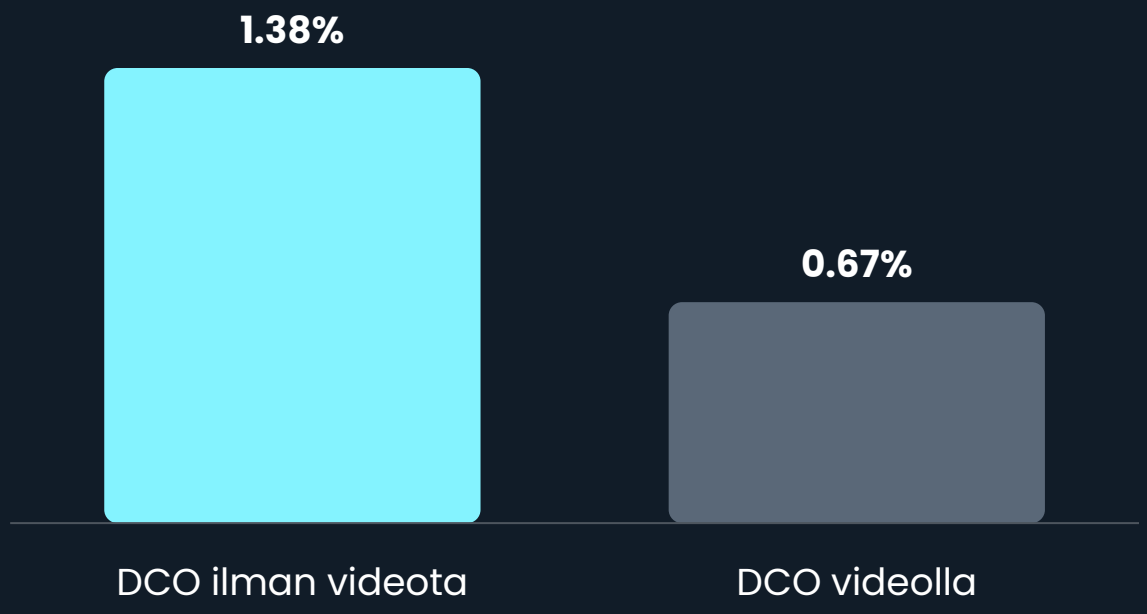
+26%

eAPM, ja 0,7 s pidempi viipymäaika

ADNAMI

Nosto tulee interaktiivisuudesta, ei videosta

Klikkiprosentti, DCO-mainospohja



Video voittaa vain sitoutumisessa (9,81 % vs. 5,44 %)

2×

CTR ilman videota (1,38 % vs. 0,67 %)

+11%

eAPM ilman videota

+0,7 s

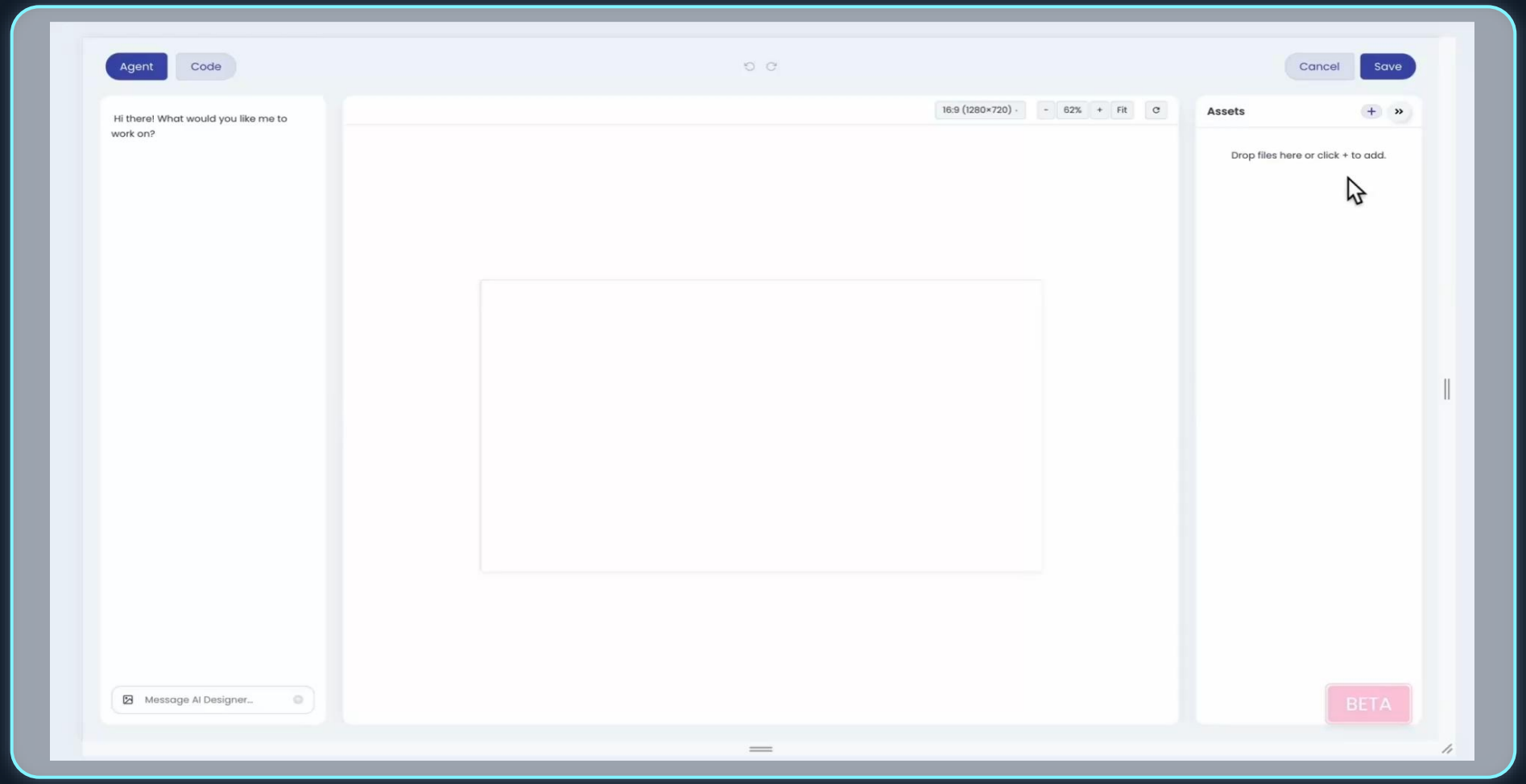
Katseluaika ilman videota

ADNAMI

2 Rakenna erinomaisia mainoksia tekoälyn avulla

ADNAMI

Käytätkö AI työkaluja interaktiivisten mainosten luomiseen?



3 Optimoitu mediaostaminen

ADNAMI

Ostojärjestelmät optimoivat volyymia, kun mainostajat hakevat laatua

ADNAMI

Nykyiset aktivoinnin haasteet markkinassa

Avoin markkinapaikka		Julkaisijadiilit	
Ease of activation	↗ High	Ease of activation	↘ Low
Quality	↘ Low	Quality	↗ High
Control	↘ Low	Control	↗ High



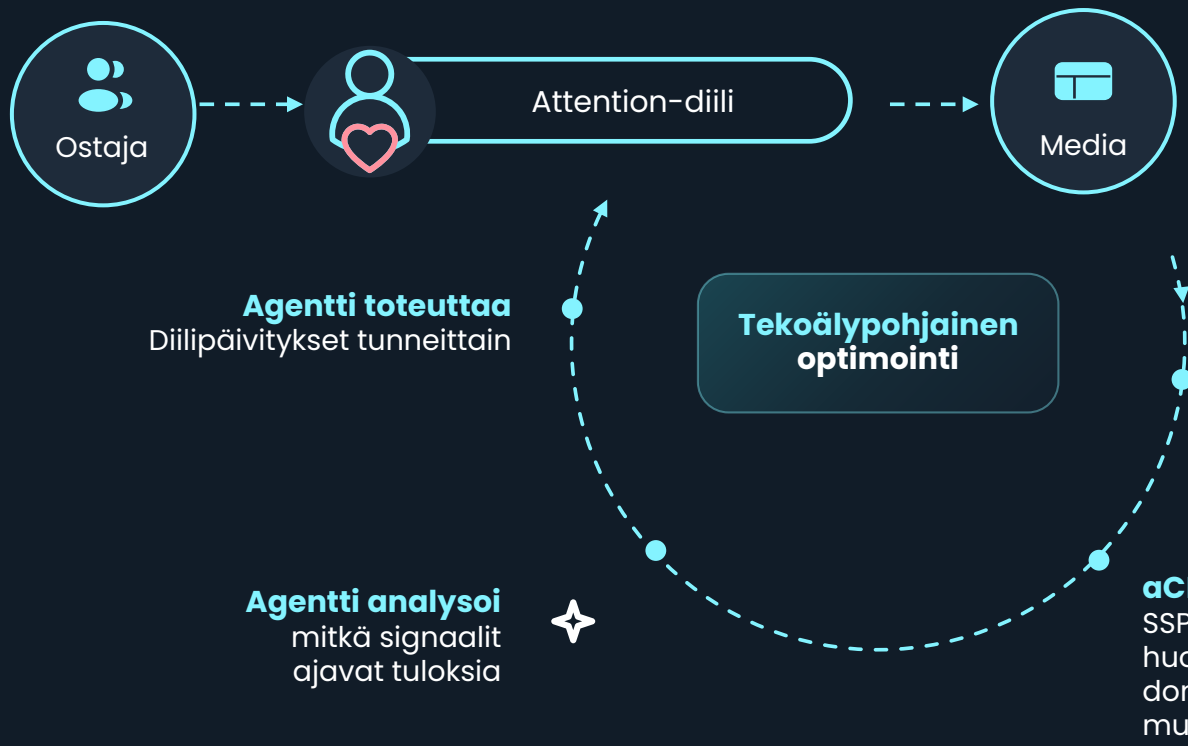
ADNAMI

Optimoinnilla on väliä, mutta kenelläkään ei ole tarpeeksi aikaa siihen

Varsinkin usean maan optimointi yhtä aikaa.

ADNAMI

Näin agenttipohjainen optimointi toimii



”Shortlistalle valittu ratkaisu”
Microsoftin lähestymistapa Adnamin kautta: optimoinnin ydinajatus, joka ajetaan tunneittain.

Adnamin MCP
Säästää aikaa ja tekee tästä hallittavaa.

ADNAMI

Esimerkkejä tuloksista



ADNAMI

Todisteet: huomioarvo-optimointi tuottaa

SAS

High impact -video Skandinaviassa, 2025

4 389
eAPM, 160 % yli vertailuarvon

83%
Paras VTR (lähtötaso 69 %)

86%
Paras näkyvyys (lähtötaso 67 %)





Hartwall

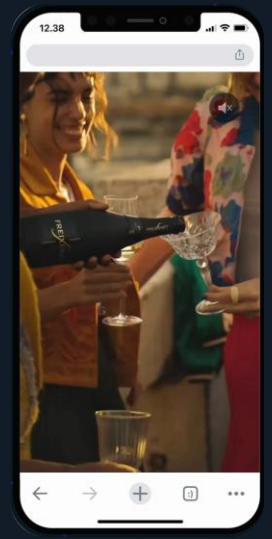
A/B-testi: attention- vs. viewabilitysoptimointi, Suomi 2025

+19%
eAPM

+22%
Näkyvyysaika

+27%
CTR

-12%
aCPM*





*aCPM indeksoitu asiakkaan luottamuksellisuuden suojaamiseksi

ADNAMI

KIITOS!

Ville-Joonas Appel

Commercial Director, Suomi
villejoonas.appel@adnami.io

ADNAMI

