

Televisio kehittyy yksisuuntaisesta interaktiiviseksi

Uudet HybridiTV:tä hyödyntävät kehittyneen mainonnan ratkaisut antavat eväitä kasvulle

Juha Ourila, Business Developer, Digita Oy

Saku Sahramies, Director, Product Development online&linear, MTV Oy

Agenda

- Alustus
- Connected TV – The Best of Both Worlds
- Seuraavan sukupolven TV-mainonnan palikat
- Miltä näyttää huomienen?
- Mainostajan 4 kotiinviemistä
- QA

MIKSI INTERAKTIIVINEN TV,
CONNECTED TV, ON
PUHEENAIHEENA JUURI NYT JA
MITÄ SE ON KÄYTÄNNÖSSÄ?

CTV

Best of Both Two Worlds

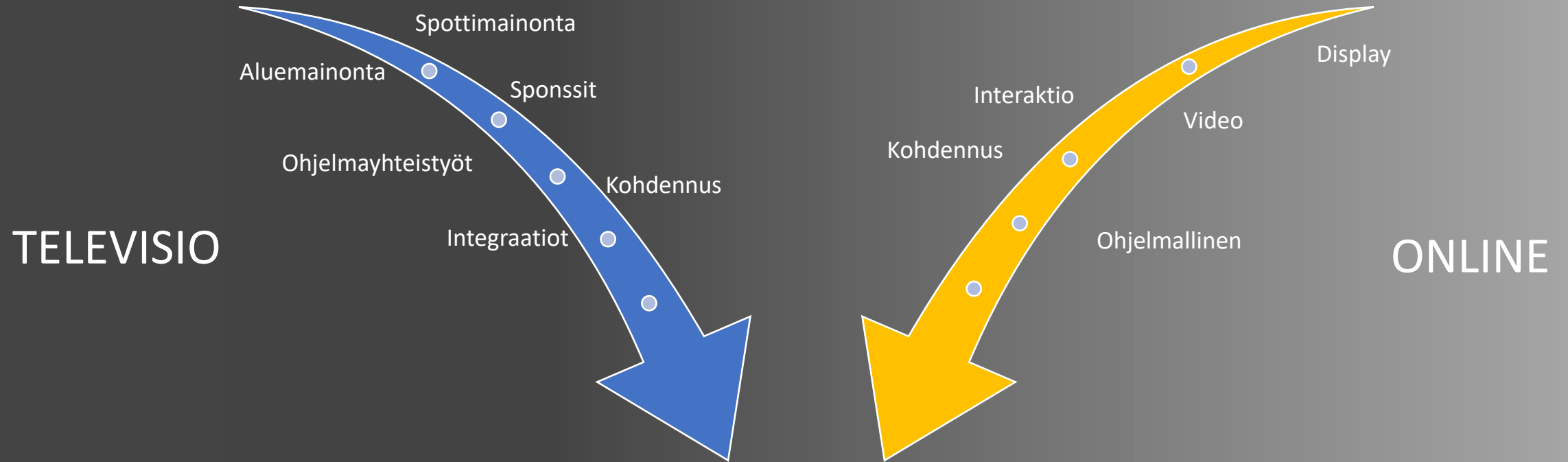
TELEVISIO

ONLINE

Etabloituneet mainosmediat | Testatut konseptit | Tehokkuus | Mitattavuus | Kohdistettavuus

CTV

Best of Both Two Worlds

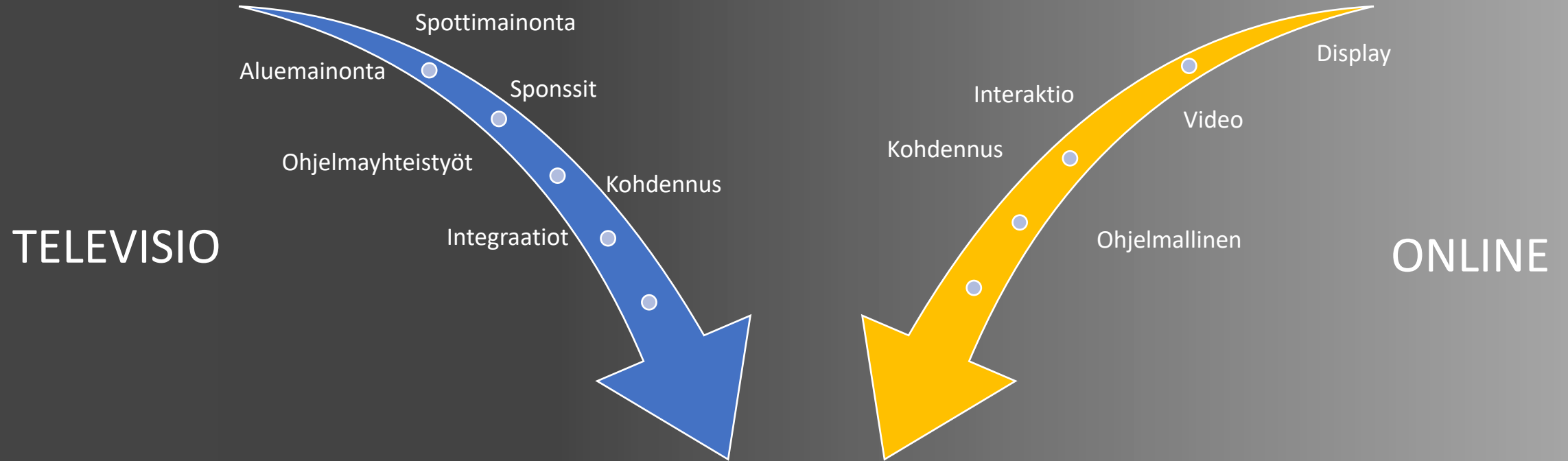


Nykyiset CTV-mainonnan muodot

Hybriditv:n switch-in, ActiveAd, OHY | BVOD spottimainonta | YouTube

CTV

Best of Both Two Worlds



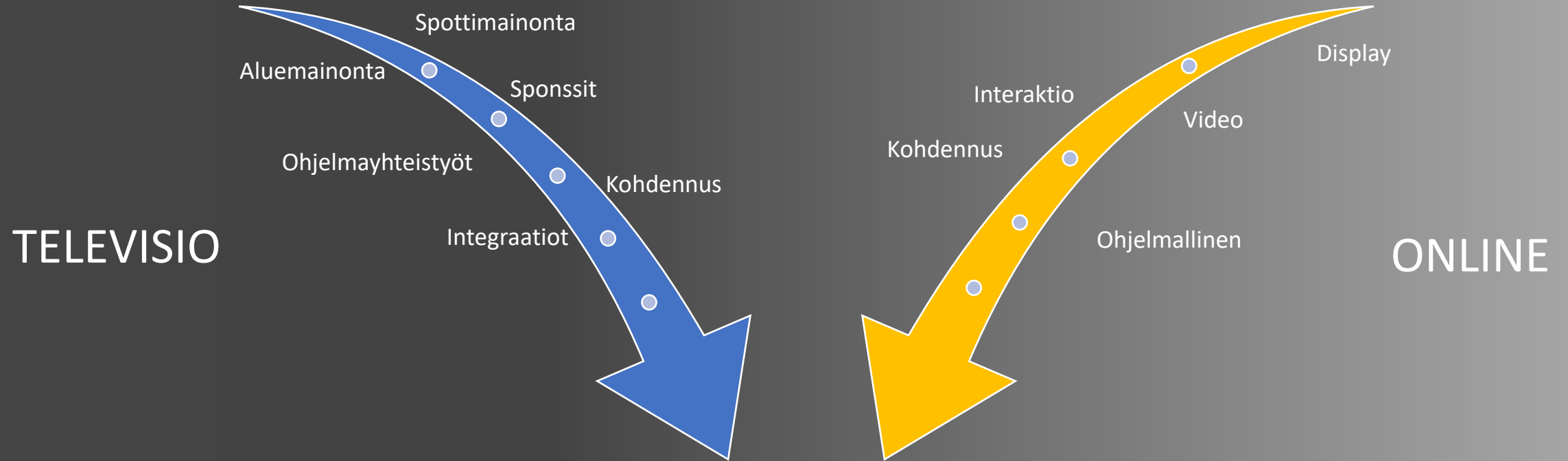
HybriditV näyttää Suomessa olevan "se" teknologia, jolla lineaarisen CTV-mainonnan ratkaisut toteutetaan

Skaala | Teknologia | Kokemus



CTV

Best of Both Two Worlds



NYT ON MOMENTUM

LINEAARI TV:N SIIRTYÄ SEURAAVALLE TASOLLE

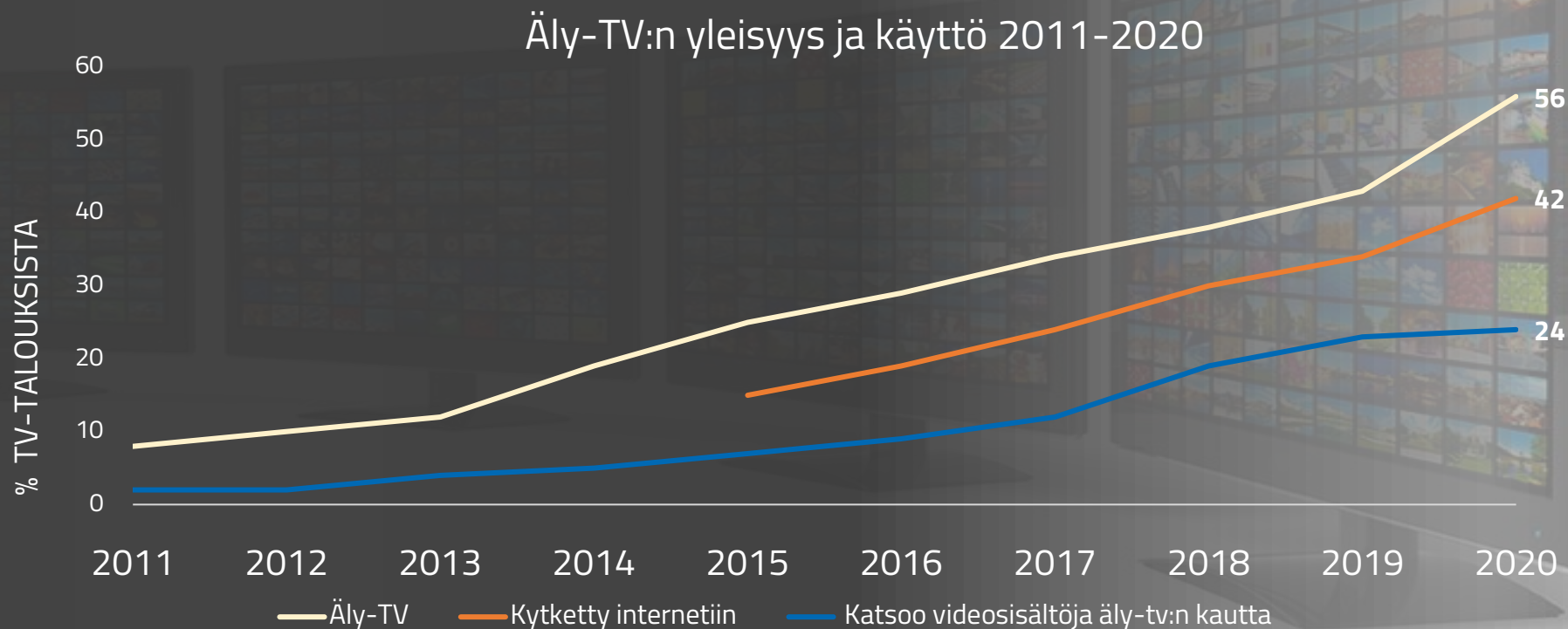
PALIKAT OVAT
KASASSA SEURAAVAN
SUKUPOLVEN TV-
MAINOSRATKAISUIHIN



SKAALA

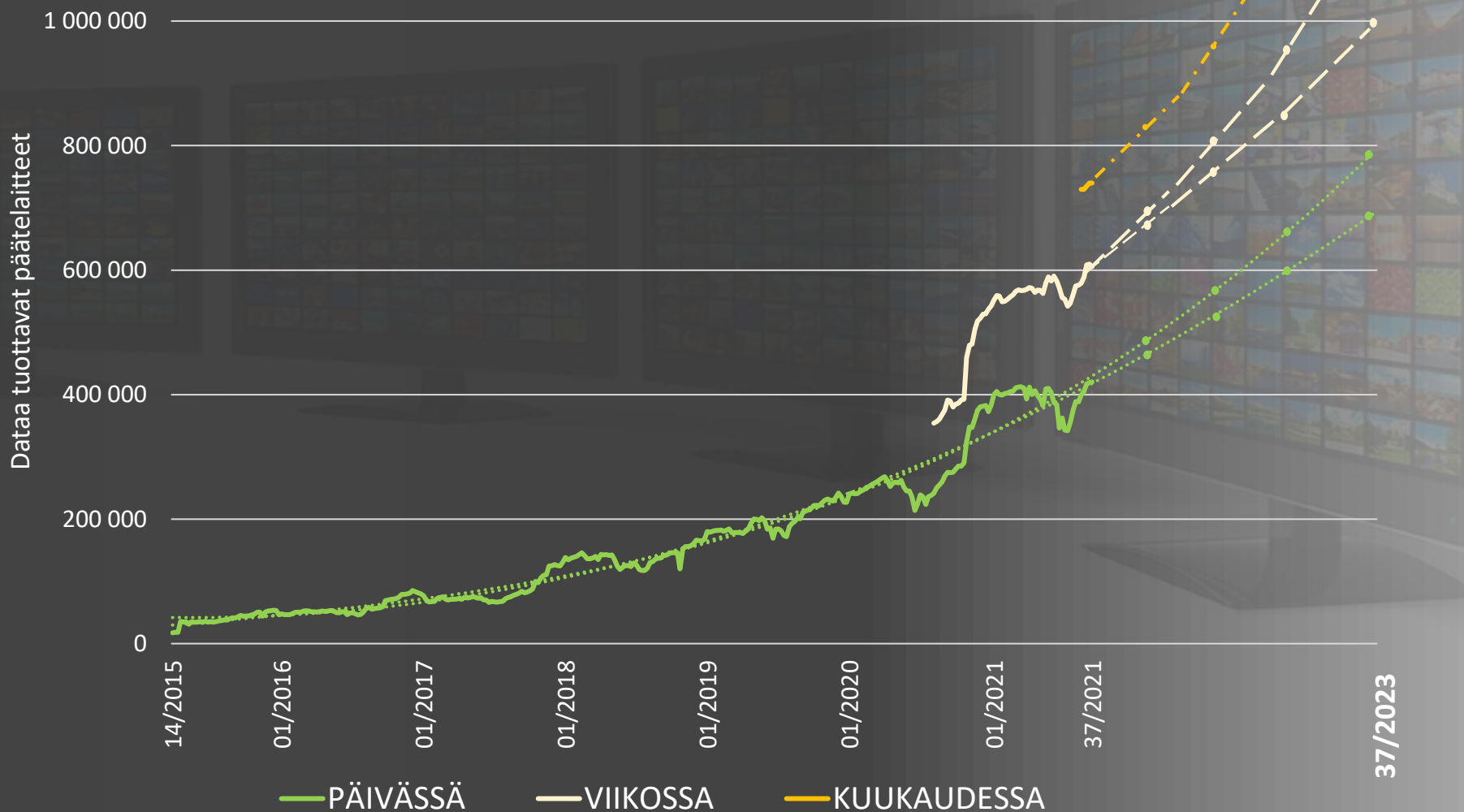


ÄlyTV-laitteet yleistyvät vauhdilla



HybridiTV-laitekanta kasvaa

(Digita, Telia, DNA(MTV.n kanavat))



Laitekanta HybridiTV-datassa tänään

Kuukaudessa

740 000

Viikossa

600 000

Päivässä

400 000



MEDIA- YMPÄRISTÖ

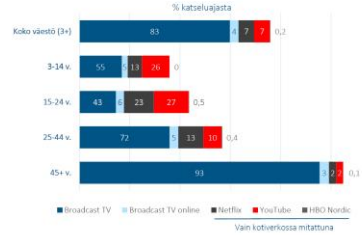


aa, koronavuotena telkkarin ääressä



Lähde: TV-mittauskeskus (4+). Muu tv-palveluiden käyttö sisältää esim. suoratoistopalvelut, videotallennet, pelailun ja dvd/blu-ray katselu.

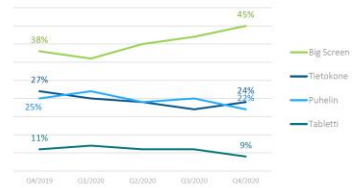
TV- ja videopalveluiden katselu



Lähde: TV-mittauskeskus ja TotalTV-tutkimus, 2.22. 20-5.1.20. TV-katselu kaikkien kotien. Online-katselu (suoratoistot) digitaalisilla palveluilla (Freemove, MTV-palvelut, More ja Ruutu & Ruutu.fi), Netflix, TV ja muu vain kotiverkossa.



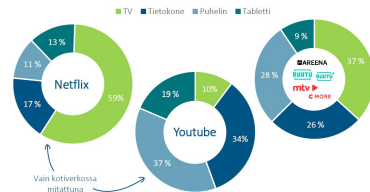
Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



Total TV-tutkimus, ei laskettu enää online-katselusta (reklaamivuorot). Online-katselu (suoratoistot) digitaalisilla palveluilla (Freemove, MTV-palvelut, More ja Ruutu & Ruutu.fi).



Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein



Lähde: TotalTV-tutkimus, 2.22. 20-5.1.20. Online-katselu (suoratoistot) digitaalisilla palveluilla (Freemove, MTV-palvelut, More ja Ruutu & Ruutu.fi), Netflix ja Youtube vain kotiverkossa.

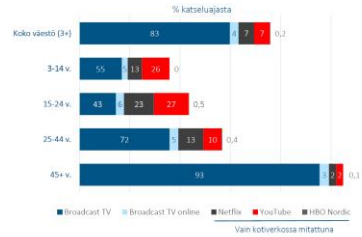


Big Screen ympäristö



Lähde: TV-mittaritutkimus (4+). Muu tv-ruudun käyttö sisältää esim. suoratoistopalvelut, vanhat tallenteet, pelaaminen ja dvd/blu-ray katselu.

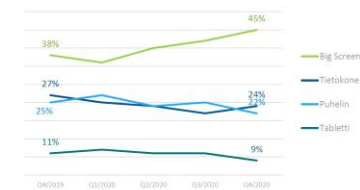
TV- ja videopalveluiden katselu



Lähde: TV-mittaritutkimus ja TotalTV-tutkimus. 2.12. 20-51.10.20 TV-katselu kotikoneella. Online-katselu (suoratoistopalvelut) digitaalisilla palveluilla (The Arrow, MTV-palvelu & C More ja Ruutu & Ruutu+).



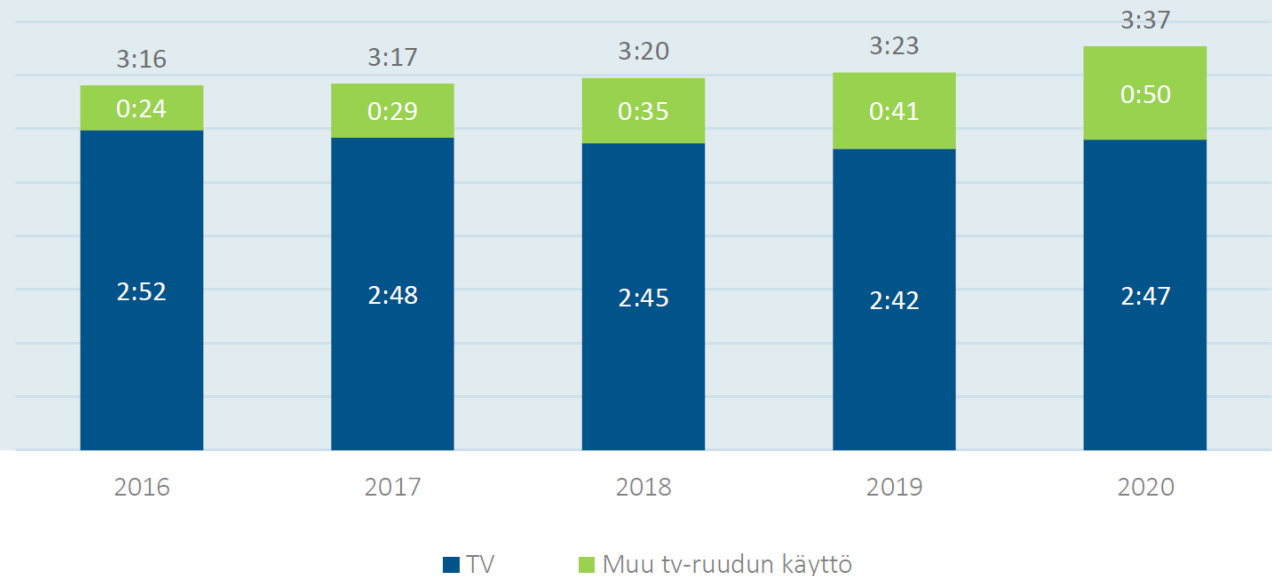
Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



Total TV-tutkimus, ei laitteiden osuus online-katselusta (reklamansuostajan). Online-katselu (suoratoistopalvelut) digitaalisilla palveluilla (The Arrow, MTV-palvelu & C More ja Ruutu & Ruutu+).

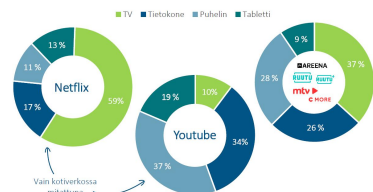


Lisäksi TV-ruudun muu käyttöaika kasvaa, koronavuotena telkkarin ääressä viihdyttiin yli 3,5 tuntia päivässä



■ TV ■ Muu tv-ruudun käyttö

Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein



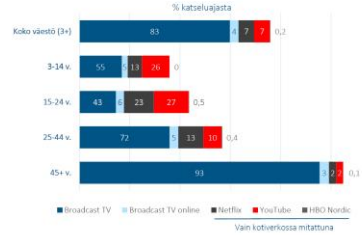
Lähde: TotalTV-tutkimus. 2.12. 20-51.10.20. Online-katselu (suoratoistopalvelut) digitaalisilla palveluilla (The Arrow, MTV-palvelu & C More ja Ruutu & Ruutu+).





Lähde: TV-mittauskeskus (4+). Muu tv-palvelun käyttö sisältää esim. suoratoistopalvelut, vanhat tallennet, pelkän ja digitaalisen katselun.

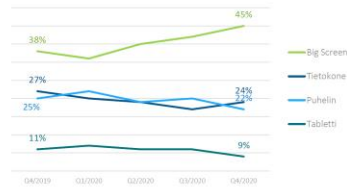
TV- ja videopalveluiden katselu



Lähde: TV-mittauskeskus ja TotalTV-tutkimus, 2.22. - 1.1.20. TV-katselu katkaisuilla. Online-katselu (vod+simulcast) tähtitetyille playereille (yle Areena-, Mtv-palvelu & C More- ja Ruutu & Ruutu+).



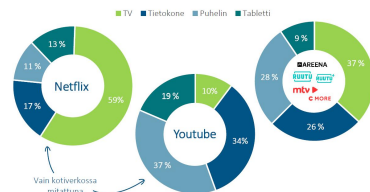
Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



Total-TV-tutkimus, eri laitteiden osuus online-katselusta (neljännesvuosittain). Online-katselu (vod+simulcast) tähtitetyille playereille (yle Areena-, Mtv-palvelu & C More- ja Ruutu & Ruutu+).



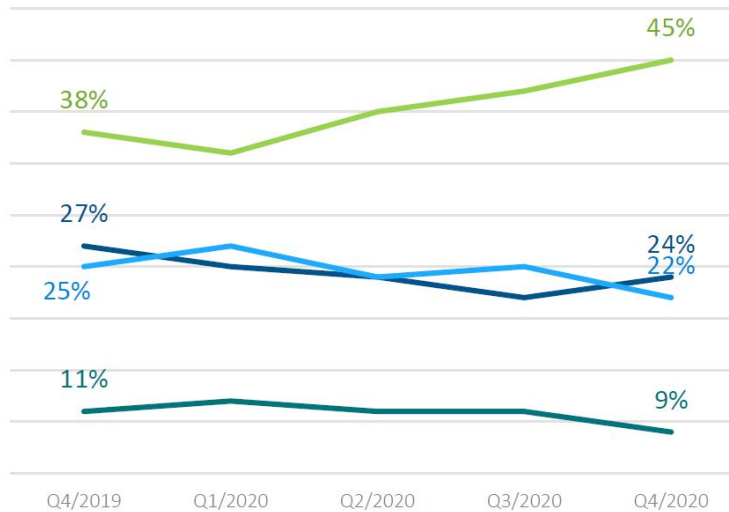
Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein



Lähde: TotalTV-tutkimus, 2.22. - 1.1.20. Online-katselu (vod+simulcast) tähtitetyille playereille (yle Areena-, mtv-palvelu & C More- ja Ruutu & Ruutu+).



Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



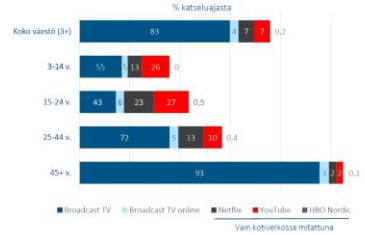
Big Screen
Tietokone
Puhelin
Tabletti





Lähde: TV-mittaukset (4+). Muu tv-ruudun käyttö sisältää esim. suoratoistopalvelut, vanhat tallennet, pelkän ja digitaalisen katselun.

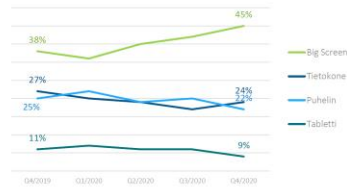
TV- ja videopalveluiden katselu



Lähde: TV-mittaukset ja TotalTV-tutkimus, 2.12.-19.-5.1.-20. TV-katsoja kyselytutkimus. Online-katsoja (vod+simulcast) tähtitetyille playereille (Yle Areena, mtv-palvelu/C More ja Ruutu & Ruutu+). Netflix ja YouTube vain kotiverkossa.



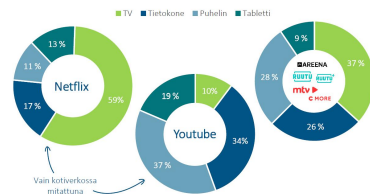
Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



TotalTV-tutkimus, ei laskettu enää online-katsoja (pelkän suoratoiston). Online-katsoja (vod+simulcast) tähtitetyille playereille (Yle Areena, mtv-palvelu/C More ja Ruutu & Ruutu+).



Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein

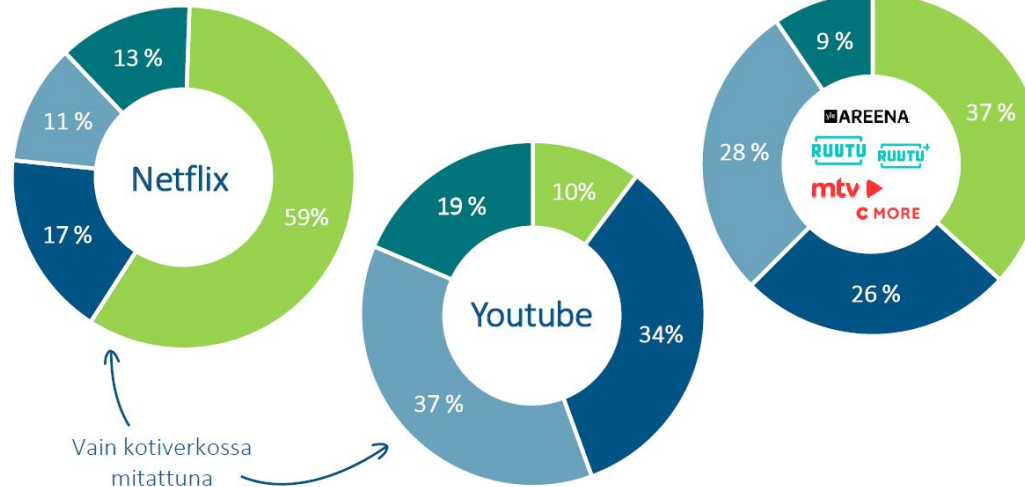


Lähde: TotalTV-tutkimus, 2.12.-19.-5.1.-20. Online-katsoja (vod+simulcast) tähtitetyille playereille (Yle Areena, mtv-palvelu/C More ja Ruutu & Ruutu+). Netflix ja YouTube vain kotiverkossa.



Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein

■ TV ■ Tietokone ■ Puhelin ■ Tabletti



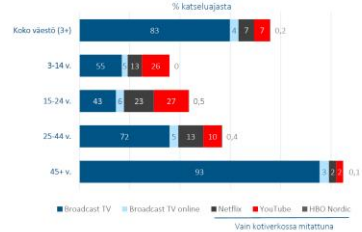
Vain kotiverkossa mitattuna





Lähde: TV-mittaritutkimus (4+). Muu tv-ruudun käyttö sisältää esim. suoratoistopalvelut, vanhat tallennet, pelisäntien ja dvd/Blu-ray katselu.

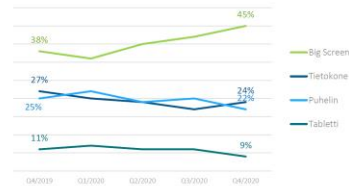
TV- ja videopalveluiden katselu



Lähde: TV-mittaritutkimus ja TotalTV-tutkimus. 2.12.-19.-5.1.-20. TV-katselu kaikilla kanavilla. Online-katselu (vod+simulcast) tägitetyille playereille (Yle Areena-, Mtv-palvelu/C More ja Ruutu & Ruutu+). Netflix, YT ja HBO vain kotiverkossa.



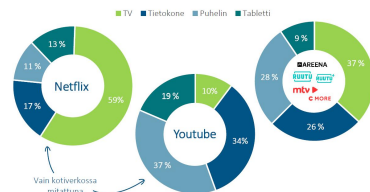
Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



Total TV-tutkimus, ei lasketa enää online-katselusta (reklamansvotarna). Online-katselu (vod+simulcast) tägitetyille playereille (Yle Areena-, Mtv-palvelu/C More ja Ruutu & Ruutu+).



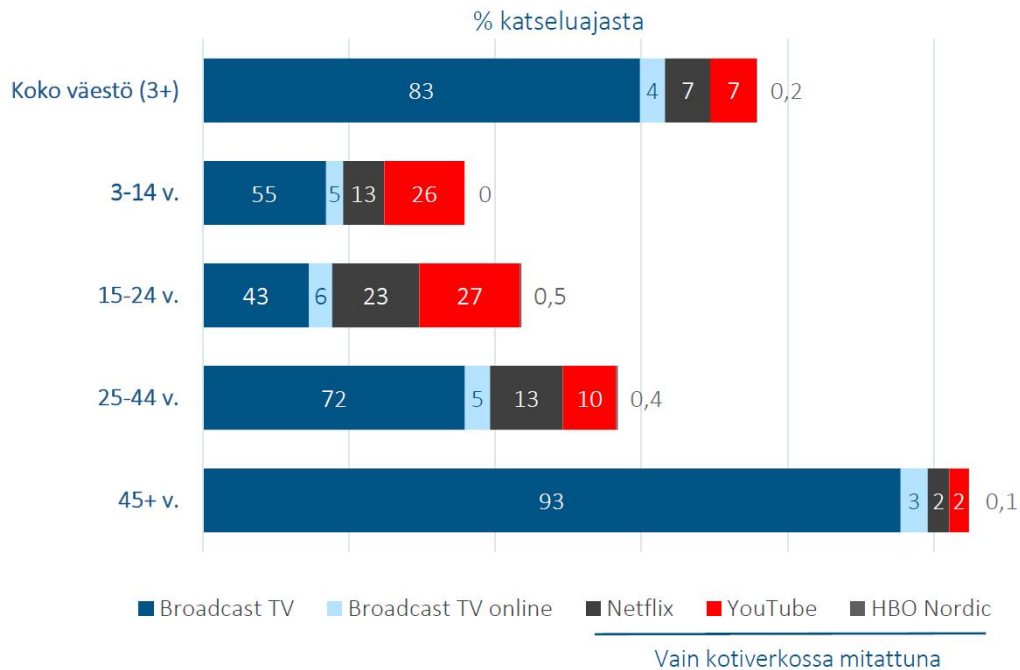
Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein



Lähde: TotalTV-tutkimus. 2.12.-19.-5.1.-20. Online-katselu (vod+simulcast) tägitetyille playereille (Yle Areena-, Mtv-palvelu/C More ja Ruutu & Ruutu+). Netflix, YT ja HBO vain kotiverkossa.



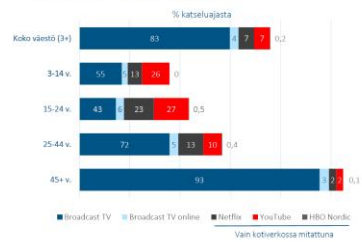
TV- ja videopalveluiden katselu





Lähde: TV-mittauskeskus (M+). Muu tv-ruudun käyttö sisältää esim. suoratoistopalvelut, videotallenteet, peliaikaa ja digitaalisen katselun.

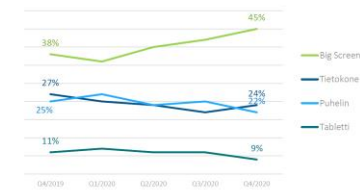
TV- ja videopalveluiden katselu



Lähde: TV-mittauskeskus ja TotalTV-tutkimus, 2.22. 20-5.1.20. TV-katselu katkaisuilla. Online-katselu (suoratoistopalvelut) digitaalisella palvelulla (H+ Areena, M+ palvelu & C More ja Ruutu & Ruutu+).



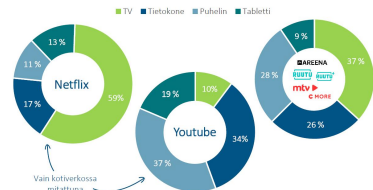
Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



Total TV-tutkimus, ei laskettu enää online-katselusta (reklamansvotter). Online-katselu (suoratoistopalvelut) digitaalisella palvelulla (H+ Areena, M+ palvelu & C More ja Ruutu & Ruutu+).



Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein



Lähde: TotalTV-tutkimus, 2.22. 20-5.1.20. Online-katselu (suoratoistopalvelut) digitaalisella palvelulla (H+ Areena, M+ palvelu & C More ja Ruutu & Ruutu+).



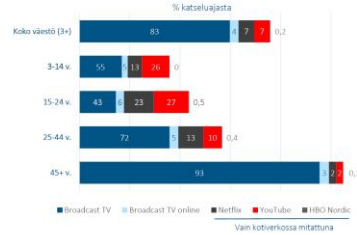
Big Screenin käyttö on suurempaa kuin koskaan ja nyt se tarjoaa 'interaktiivisia' mainosmuotoja

aa, koronavuotena telkkarin ääressä



Lähde: TV-mittaukset (4+). Muu tv-palvelun käyttö sisältää esim. suoratoistopalvelut, videotallennet, pelailminen ja digitaalisen katselun.

TV- ja videopalveluiden katselu



Lähde: TV-mittaukset ja TotalTV-tutkimus. 2.12. 20-5.1.20 TV-katsoja kyselytutkimus. Online-katsoja (suoratoistajien digitaalisen palvelun (The Avenue, MTV-palvelu & C More) ja Ruutu & Ruutu+).



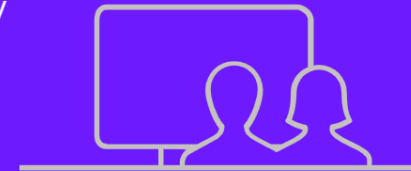
“KEY GROWTH AREA”

IAB Europe Attitudes to Digital Video Advertising survey 2020

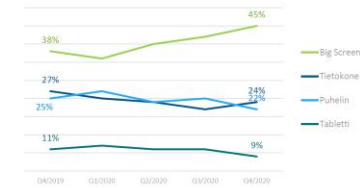
Addressable and Connected TV earmarked as key drivers for future video advertising investment

54% of advertisers and 99% of agencies cite either addressable or connected TV as the key growth areas for digital video over the next 12 months.

66% of publishers note that the key area of growth will be connected TV advertising.



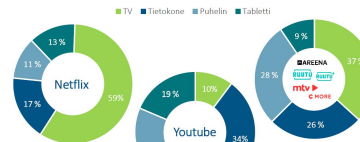
Televisio suosituin päätelaite myös online-katselussa



Total TV-tutkimus, ei lasketa enää online-katsoja (reklamointia). Online-katsoja (suoratoistajien digitaalisen palvelun (The Avenue, MTV-palvelu & C More) ja Ruutu & Ruutu+).



Eri palveluita kulutetaan erilaisin välinein



mtv digitaalisen palvelun (The Avenue, MTV-palvelu & C More) ja Ruutu & Ruutu+.

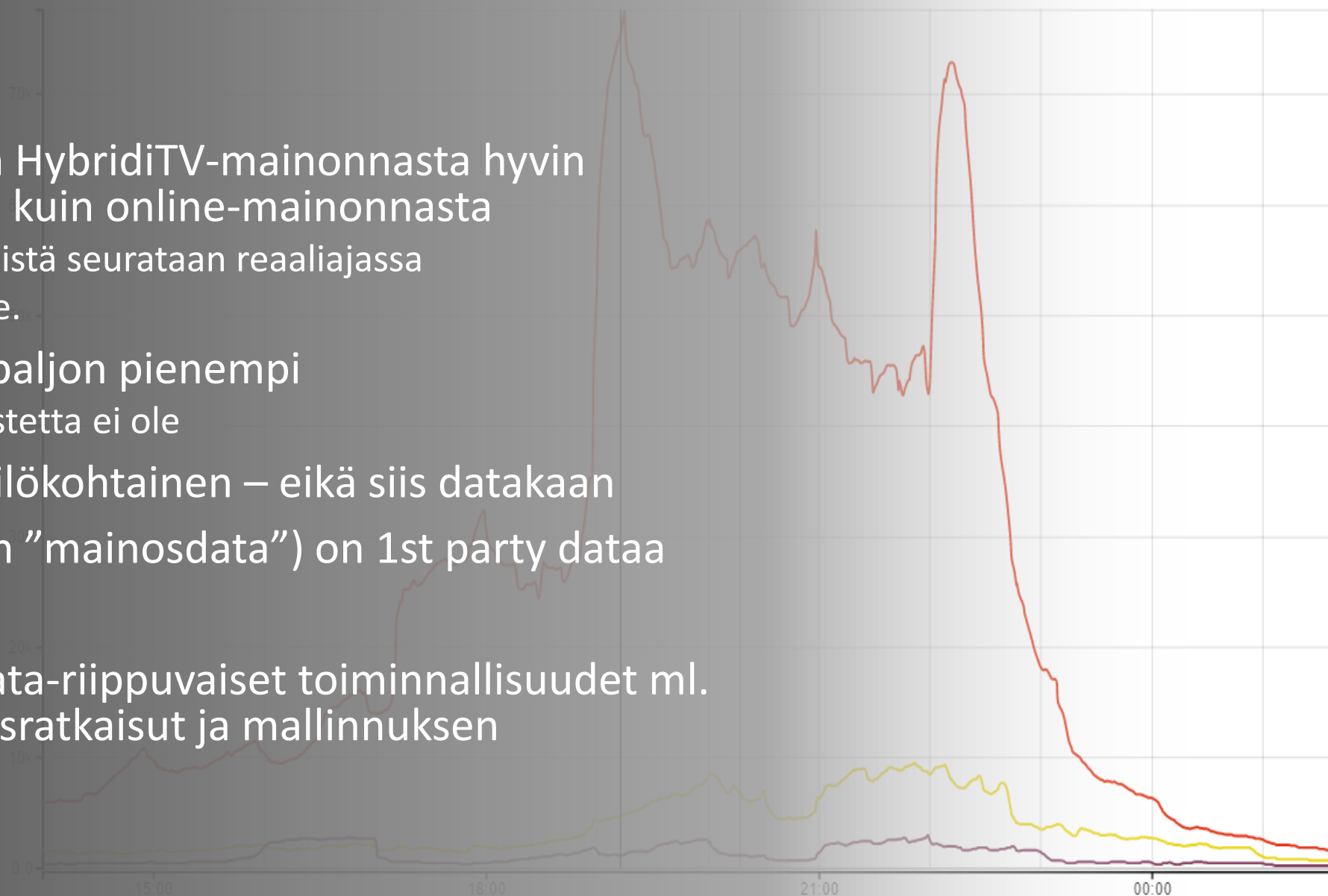
DATA



Data

- HybridiTV:llä kerätään HybridiTV-mainonnasta hyvin samantyyppistä dataa kuin online-mainonnasta
 - Impressioiden kertymistä seurataan reaaliajassa
 - Klikkejä seurataan, jne.
- Validation-haaste on paljon pienempi
 - esim. viewability-haastetta ei ole
- Päätelaite ei ole henkilökohtainen – eikä siis datakaan
- Katseludata (ja Digitan ”mainosdata”) on 1st party dataa

→ Data mahdollistaa data-riippuvaiset toiminnallisuudet ml. Frequ-kontrollin, mainosratkaisut ja mallinnuksen



TEKNISET TOTEUTUKSET



Interaktiiviset elementit ja aktivoivat toiminnallisuudet

- Katsojan triggeröimät graafiset elementit
 - Some-liitännät
 - Esim. SuomiAreena: Kysykatsojalta-konsepti
 - Ohjelmayhteistyössä käytettyjä toiminnallisuuksia
 - 2nd screenien käyttö
 - QR-koodit
 - Puhelinnumerot/SMS
 - Tietojen keräys
 - Yms.
- Arvonnat
- Äänestykset
- Tilaukset
- Jne.

Pieni askel katsojalle,
suuri harppaus Posse
Vaikuta ohjelmaan ja
arvontaan.

VAIKUTA OHJELMAAN

ARVONTA



Lineaarimainonnan korvaaminen

- LineaariTV:n aluemainonnassa on toteutettu lineaarimainoksen korvaaminen "online-mainoksella"
- Korvaaminen mahdollistaa mm:
 - mm. katseluhistorian käytön aktivoivaan mainontaan
 - Päätelaiteriippumaton mainonta
 - muu räätälöinti

IF

THEN

ELSE

Online-palveluun rekisteröityneen käyttäjän tunnistaminen televisiossa

- Keväällä 2021 Jääkiekon MM-kisojen yhteydessä MTV toteutti MM-lätkä HybridiTV-sovelluksen, jonka palvelut avautuivat vain tunnistetuille MTV-palveluun rekisteröityneille käyttäjille
- Tunnistamisen lisäksi sovelluksessa käytettiin erilaisia aktivoivia toiminnallisuuksia



KUUMA PERUNA: VASTAA JA VOITA

KÄYNNISSÄ OLEVAT OTTELUT

PELATUT OTTELUT

TULEVAT OTTELUT

KIRJAUDU ULOS

Juha

Vastaa kysymykseen
siirtymällä nuolinapilla
oikealle

SULJE TIETOSUOJA

OK VALITSE

✓ MURSKAVOITOLLA

SELVIN LUKEMIN

NIUKASTI

OSALLISTU ARVONTAAN

Miltä näyttää huominen?

- ÄlyTV-päätelaitteiden määrän kasvu kiihtyy
- LineaariTV:n data ja online-mainonnan data kohtaavat
- Addressable TV:n ja kohdennetun mainonnan vaatimat toiminnallisuudet ovat jo olemassa ja ne tullaan viemään käytäntöön - testejä ja pilotteja tullaan näkemään enemmän
- IAB:n videotyöryhmän ennusteen mukaan 2023 on ”se” muutoksen vuosi, jolloin uudet Connected TV:n sisältö- ja mainosratkaisut ovat laajasti ostettavissa ja mainostajien käytettävissä

Mainostajan 4 bullet pointtia kotiinviemiseksi

1. Tehokkaimpaan mediaan – televisioon - tulee kohdennettu mainonta
2. Data ja toistokontrolli tulevat osaksi TV-mainontaa
3. CTV-mainonta on jo täällä → HybridiTV-mainonta
4. Paluukanava on jo käytössä – aktivoi kuluttaja niin mainonnassa kuin sisällöissä

