

IAB Finland Ry

Vuosikertomus 2016

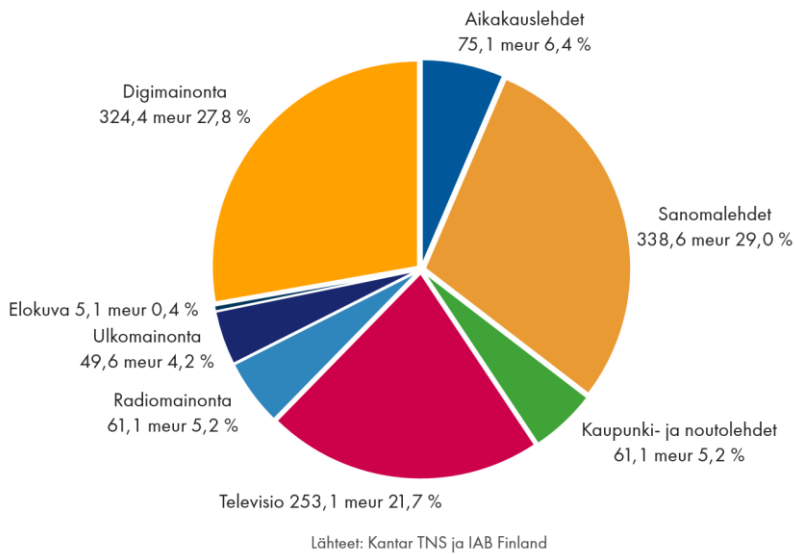
Sisällysluettelo

Digimainonta Suomessa 2016	2
Vuoden 2016 tärkeimpiä tavoitteita ja teemoja	3
Painopistealueet 2015-2016.....	3
Organisaatio.....	3
Viestintä.....	4
Koulutus ja sertifiointiohjelma	5
Muu toiminta.....	5
Oppaat ja tapahtumat.....	5
Työryhmät ja task forcet.....	6
Jäsentilanne ja jäsenmäärä.....	7

Digimainonta Suomessa 2016

Mediamainonta oli yhteensä 1,168 miljoonaa euroa. Panostukset digitaalisiin medioihin jatkoivat kasvuaan poiketen muun mediamainonnan kehityksestä. Digimainontaan panostettiin 324,4 miljoonaa euroa ja kasvua kertyi yhteensä 12,6 % edellisestä vuodesta.

Mediamainonta 2016 Mediamainonta yhteensä 1.168 meur



Digimainonta 2016

	meur	muutos-%
Hakumainonta yhteensä	100,2	4,8
Facebook	41,3	29,9
YouTube	7,8	18,2
Display (sis. natiivi)	97,1	11,7
Instream video	17,9	17,0
Mobiili	24,3	29,9
Luokitellut	35,8	6,9
Digimainonta yhteensä	324,4	12,6

Lähteet: Kantar TNS ja IAB Finland

Vuoden 2016 tärkeimpiä tavoitteita ja teemoja

- Työryhmätoiminnan kehittäminen edelleen; Työryhmien yhteisen sosiaalisen työskentelyalustan perustaminen ja hankkeen aloitus
- Tapahtumat
- Ohjeistukset, suositukset ja oppaat sekä mediamyyjien sertifiointiohjelman aloitus Suomessa
- IAB-yhteisön kasvattaminen ja alan edistäminen
- Digimainonnan laatu; käyttäjäkokemus, uhkakuvat, yhteismitallisuus
- EU tietosuoja-asetuksen vaikutukset alalle

Painopistealueet 2015-2016

Ulkoiset painopistealueet

1. Mainostajien kannustaminen mukaan digitaaliseen mainontaan ja mainostajien tietämyksen kasvattaminen
2. Ostamisen ja myymisen tapojen muutos (Ohjelmallinen ostaminen)
3. Julkaisijoiden kilpailukyvyyn parantaminen

Sisäiset painopistealueet

1. Työryhmien ja hallituksen välisen yhteistyön lisääminen
2. Oppaat, tapahtumat, koulutus ja sertifiointit

Organisaatio

Hallitus

IAB:n hallitus koostuu 6 median edustajasta ja 6 muiden yritysten edustajista.

Median edustajat

- Aller Media Oy, Sini Kervinen
- Alma Media Oyj, Johanna Vartiainen
- Otavamedia Oy, Jukka Pulkkinen
- Google Finland Oy, Jussi Luhtasela
- Keskisuomalainen Oyj, Kirsi Hakaniemi
- MTV Oy, Jere Teutari

Muut

- SEK Oy, Tommi Pelkonen
- Oy Carat Finland Ab / Dentsu Aegis Network Oy, Johanna Lehtonen
- Veikkaus Oy, Tommi Malmivaara
- Klkkicom Oy, Jukka Sundquist
- Kesko Oyj, Outi Nylund
- DNA Oy, Riikka Järvinen

Toimisto

Toiminnanjohtaja
Markkinointipäällikkö
Markkinointikoordinaattori

Työryhmät

Ad Blocking
Ad spend
Markkinointiteknologia
Mobiilimainonta
Natiivimainonta
Ohjelmallinen ostaminen
Sosiaalinen media
Tietosuoja
Tubettajat
Työntekijälähettilyyks
Videomainonta
Viewability

Viestintä

IAB:n viestintäkanavina toimivat IAB sivusto, IAB:n Facebook- ja LinkedIn- sivustot, Twitter ja YouTube, tiedotteet alan medioille sekä jäsenille suunnatut jäsenkirjeet ja -tiedotteet.

Viestinnän kohderyhmät

- Jäsenet (sis. työryhmät ja hallitus)
- Muu yleisö; digimainonnasta ja –markkinoinnista kiinnostuneet

Viestinnän tarpeet

- Kvartaalitiedotteet ja muu uutisointi
- Blogikirjoitukset
- Uutiskirje jäsenille
- Julkaisut (oppaat, ohjeistukset, haastattelusarjat, infograafit ym.)
- Seminaarit / tilaisuudet (kutsut ja viestintä)
- Digimediavyyjien sertifiointiohjelma
- IAB European ja US:n julkaiseman tiedon jakaminen

IABlogi

- Digitaalisen mainonnan ja markkinoinnin alaa edistävä asiantuntijablogi
- 34 postausta alan asiantuntijoilta eri teemoista vuonna 2016 mm. ad blocking, ohjelmallinen ostaminen, tietosuoja, markkinointiteknologia, työntekijälähettilyyks, natiivimainonta, markkinointi sosiaalisessa mediassa.

Koulutus ja sertifiointiohjelma

IDM-tutkinto

- IDM-koulutusohjelma on Englannin johtavan markkinointi-instituutin, Institute of Direct and Digital Marketing IDM:n virallinen, tutkintoon tähtäävä opintokokonaisuus
- Perustutkinto The Professional Diploma in Digital Marketing, Dip DigM
- Kymmenes vuosikurssi
- Opiskelijoita 38

Digimediomyyjien sertifiointiohjelma

- Ohjelman aloitettiin keväällä 2016 ja järjestettiin neljä kertaa vuoden aikana.
- Ensimmäisen vuoden aikana sertifiointiin noin 50 digimediomyyjää.
- Ohjelmaan kuuluu johdantoluento, lokalisoitu itseopiskelumateriaali sekä kaksituntinen tentti, jonka läpäisseet saavat Sertifioitu digimediomyyjä -diplomin.
- Ohjelman kumppanina toimii Saranen Consulting.

Muu toiminta

Mainonnan Neuvottelukunta

- IAB Finlandin toiminnanjohtaja edustaa IAB:tä Mainonnan Neuvottelukunnassa.
- MNK rahoittaa Mainonnan eettistä neuvostoa, tilaa mediamainonnan määrää mittavat vuosiraportit TNS:ltä sekä valmistelee alan edunvalvontahankkeita.

Yhteistyö IAB Europen kanssa

- IAB Finland toimii aktiivisesti yhteistyössä IAB Europen kanssa. IAB Finlandin työryhmien puheenjohtajia on osallistunut IAB Europen työryhmätoimintaan.
- Toiminnanjohtaja on aktiivisesti yhteydessä IAB Nordic kollegojen kanssa.

Oppaat ja tapahtumat

Työryhmien ulostulot ja seminaarit:

- 14.4. Tietosuoja-asetus seminaari
- 8.6. Hei me ollaan mobiilissa -seminaari. Mobiilimainonnan Infograafin julkaisu
- 15.8. Videomainonnan ostajan opas -infograafin julkaisu
- 24.8. Ad blocking tiedotustilaisuus julkaisijoille ja tiedote
- 29.9. Ad blocking Whitepaper julkaisu
- Ohjelmallisen ostamisen 4-osainen haastattelusarjan julkaisu touko-syyskuu
- 28.9 Ohjelmallisen ostamisen seminaari
- Työntekijälähettilyyso-pas, julkaisu joulukuussa 2016
- 8.12. Liikkuvan kuvan seminaari
- Tubettajat ja kaupallinen yhteistyö -opas, julkaisu joulukuussa

Muut tapahtumat:

- 4.3. Marketing Industry Outlook 2020, Avaus Marketing, ASML, TNS Gallup ja IAB Finland
- 15.3. Verkostoitumis-afterwork vuosikokouksen jälkeen
- 11.-12.5. IAB Europe Interact 2016 kongressi, Lissabon (IAB Finland ei osallistunut)

Työryhmät ja task forcet

Ohjelmallinen ostaminen

- Puheenjohtaja Jukka Sundquist, Klikkicom
- Vuoden teemoja: Mainostajien tuominen mukaan ohjelmallisesta käytävään keskusteluun, haastattelusarja, 2 seminaaria.

Tietosuoja

- Puheenjohtaja Anna Paimela, Iconics Consulting Oy
- Vuoden teemoja: Viestiminen EU:n tietosuoja-asetuksesta ja sen vaikutuksesta alalle, seminaari

Sosiaalinen media

- Puheenjohtaja Jari Jaanto, Somia, IRC-galleria
- Vuoden teemoja: Sosiaalisen median mittaaminen työkalut, PING Ethics -hanke, alustuksia ja caseja.

Työntekijälähettilyyks

- Vuoden teemoja: Opas työntekijälähettilyyteen, kysely alan toimijoille. Seminaaria ei toteutettu.

Tubettajien ja markkinoijien yhteistyö

- Vuoden teemoja: Alan yhteinen kaupallisten yhteistöiden merkitsemiskäytäntö, pieni opas Blogiyhteistyön oppaan jatkeeksi, seminaari siirrettiin alkuvuoteen 2017

Videomainonta

- Puheenjohtaja Teemu Suominen, Nelonen Media
- Vuoden teemoja: Videomainonnan perusteet infograafimaisessa muodossa, seminaari

Mobiilimainonta

- Puheenjohtaja Juho Juhantalo, Google Finland
- Mobiilimainonnan seminaari
- ”Siksi mobiilimainontaa” infograafiopas

Natiivimainonta

- puheenjohtaja Anna Kurkela, A-lehdet äitiyslomalla, sijaisena toimi Veera Sydänmaanlakka, A-Lehdet
- Vuoden teemoja: Natiivimainonnan oppaan päivitys ja natiivimainonnan prosessikuvaus

Ad blocking

- Puheenjohtaja Sini Kervinen, Aller Media
- Vuoden teemoja: Ohjeistus alan toimijoille, kysely mainonnanesto-ohjelmia käyttäville suomalaisille.
- Infotilaisuus julkaisijoille

Ad spend

- Vuoden teemoja: Selvittää digimainonnan ja -markkinoinnin määrien katvealueita ja panostusten tiedonkeruun kehittäminen

IAB Europan työryhmät

- IAB Finlandin työryhmät ottivat osaa myös IAB Europan työryhmin mm. tietosuoja-, videomainonnan ja natiivimainonnan työryhmien puheenjohtajat ovat osallistuneet IAB Europan puhelin- neuvotteluihin.

Jäsentilanne ja jäsenmäärä

Jäsentilanne pysyi vakaana vuonna 2016. Jäsenrakenteessa on huomattavissa entistä vahvemmin horisontaalisuus. Jäsenyityksiä oli 86.

Premium-jäsenet: Alma Media, Sanoma