

TAVOITTEET TOTAL TV -MAINONNAN MITTAAMISESSA

Screenforce Finland

A full-body photograph of five people standing in a row against a plain, light-colored wall. From left to right: a woman in a patterned blazer and beige trousers holding a smartphone; a man in a grey blazer and dark trousers holding a laptop; a woman in a light green blazer and trousers holding a brown folder; a man in a grey blazer and blue trousers holding a newspaper; and a woman in a grey blazer and skirt holding a white card. The text 'TV ON MONELLA ALUSTALLA' is overlaid in the center.

TV ON MONELLA ALUSTALLA

SCREEN
FORCE
THE MAGIC OF TV

Total TV -mainonnan mittaaminen

TV: Suunnittelu ja raportointi

- TRP
- Reach
- OTS
- Kohderyhmä



VOD: Suunnittelu, raportointi

- Katseltavuus (Viewability)
- Impressiot
- Frekvenssi
- CTR
- Kohdentaminen
- Ohjelmallinen mahdollista

TOTAL TV:

Kampanjakohtainen suunnittelu
ja raportointi kaikilla eri
alustoilla

TV erottuu edukseen videokentässä



Loppuun asti katseltua



Turvallinen brändillesi



Koko näyttö



Yhteisöllinen katselu



Äänet päällä



Mainonta on premium-ympäristössä (vs user-generated).

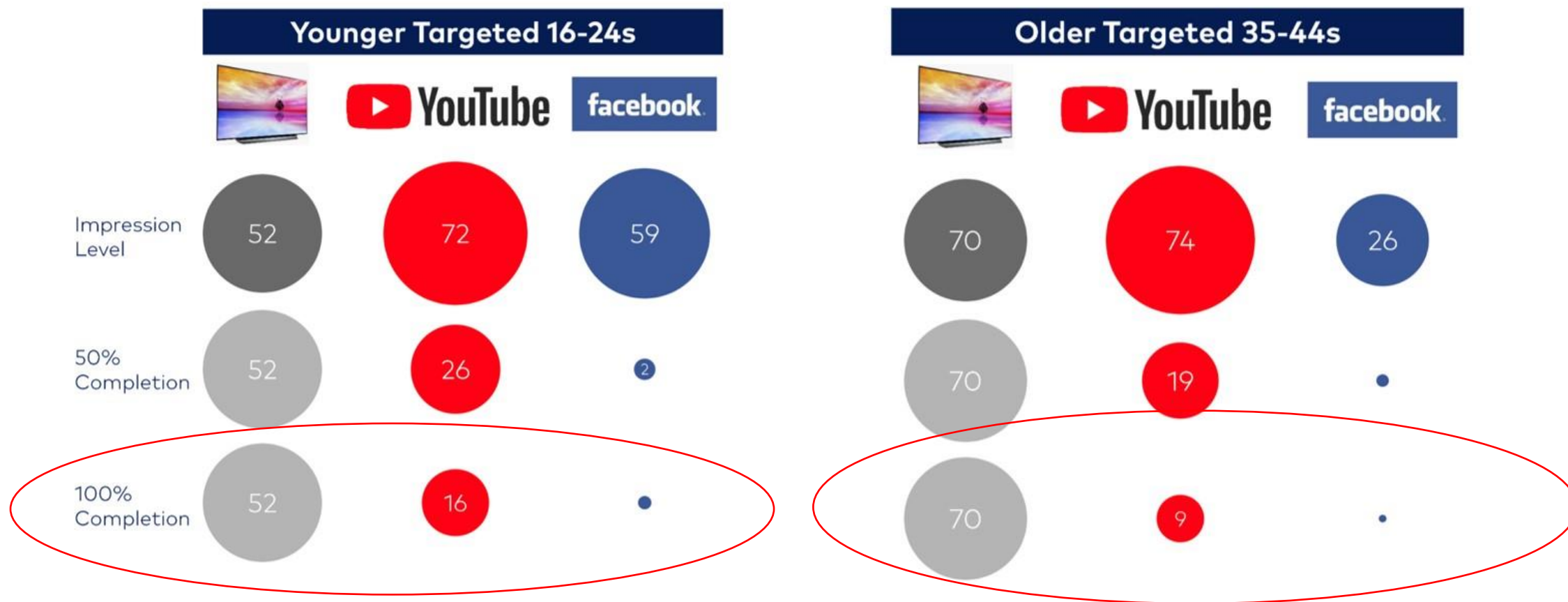


Läpinäkyvä ja luotettava mittaus



Mainonnan kokemus: katsellaan viihtyäkseen ja ajan kanssa

Kaikki katselu ei ole yhdenvertaista



Videomainonnan pelisäännöt vaihtelevat

WFA:N VISIO:

Mahdollisuus suunnitella, raportoida ja myydä samalla valuutalla.

TODELLISUUS:

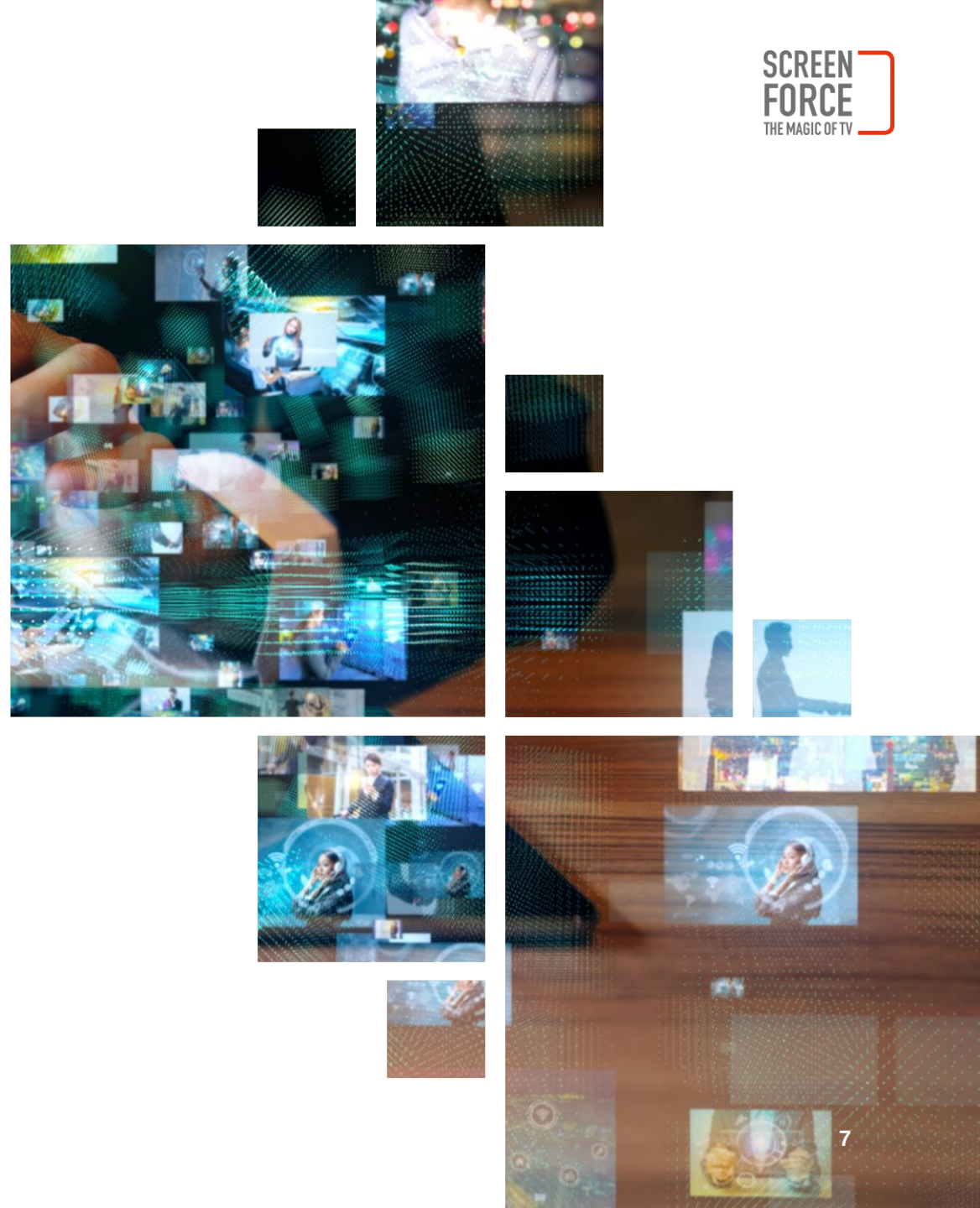
Videokenttä on laaja. Toimijoilla on eri intressit, valuutat ja vahvuudet – ja eri määritelmät katselulle:

- Viewability (näkyvyys ruudulla)
- OTS (Opportunity to see/mahdollisuus nähdä)
- Pituus (% mainoksesta katsottu).

Mitä on yksi katselu?

Tanskan Total TV -katselun määritelmä:

- Yli 10s spotti: 100 % ruudulla, 50 % katsottuna.
- Alle 10s spotti: 100 % ruudulla, 100 % katsottuna.



TV-MAINONNAN MITTAAMISEN PERUSPILARIT

LUOTETTAVA

Datan, teknologian, rakenteen ja
auditoinnin pitää olla luotettavaa



KATSELUN KESTO

Katselun kesto kertoo vaikuttavuudesta. Mitä pidempään mainosta katsellaan, sitä isompi vaikuttavuus ja merkittävämpi muistijälki sillä on.



DATAN JOHDONMUKAISUUS

Datan pitää olla laadukasta ja tasalaatuista.

LÄPINÄKYVYYS

**Mistä data kertyy?
Mitä testataan ja miten? Mittaamisen
pitää olla läpinäkyvää ja verrannollista.**



Muut laadulliset mittarit:

- Näkyvyys ruudulla (viewability)
- Tavoittavuudet ja päällekkäisyyksien poisto (deduplication of reach)
- Frekvenssi



**WHAT'S
NEXT?**

KAUPALLINEN TELEVISIO SUOMESSA -julkaisu.



Käsitlemme siinä seuraavia aiheita:

- Kaupallisen television katselu Suomessa ja muissa Pohjoismaissa
- TV-markkinan kehitys viime vuosina.
- TV-mainonnan hinnat

screenforce.fi



KIITOS

Viisi toimijaa - yksi Screenforce!  screenforce.fi



FOX
NETWORKS GROUP

s a n o m a

 **Discovery**
FINLAND

VIACOMCBS