

KAUPPAKESKUSLIIKETOIMINNAN
VUOSISEMINAARI 2017:

Digitalisaatio Nyt!

—

Kohdennetun
mainonnan trendit ja
ratkaisut

Patrik Björkenheim
Igiigo Finland Oy

12.10.2017



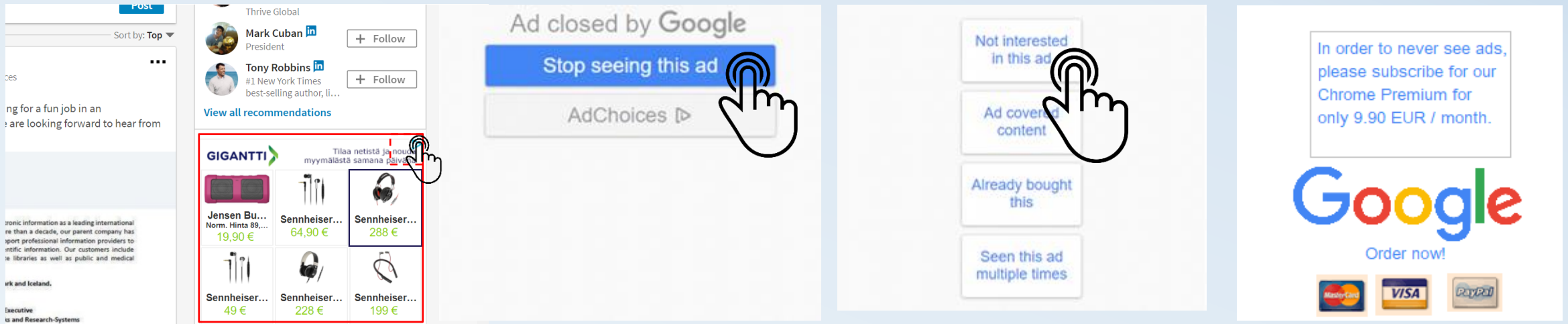
Mikä on Internetin yleisin valhe?

I have read and agree to these terms and conditions.

(tl;dr)

Esityksen aiheet

- Kohdennettu mainonta, tiedonkeräys ja laki (lyhyesti)
- Trendit globaalisti, Suomessa ja kauppakeskus-alalla
- Nykypäivän esimerkkiratkaisuja
- Tulevaisuus?



We are using cookies to provide statistics that help us give you the best experience of our site. You can find out more or switch them off if you prefer. However, by continuing to use the site without changing settings, you are agreeing to our use of cookies.

Cookie Consent (5)

Data Pro

Change Settings



Kohdennettu mainonta, tiedonkeräys ja laki

EU:n laajuinen, tietosuoja-asetus (EU GDPR) astuu voimaan **25.5.2018**.



Asetuksen tultua voimaan siirtymäajan jälkeen ensi vuoden toukokuun lopusta lähtien tietosuojan laiminlyönneistä voidaan rangaista tuntuvilla sakoilla, jotka ovat enintään neljä prosenttia yrityksen liikevaihdosta tai enintään 20 miljoonaa euroa.

Kohdennettua mainontaa ei näin ollen voi aivan "salaa" tehdä. Isot yritykset, kuten Google, Facebook ja Microsoft ovat toki sisällyttäneet käyttöehtoihinsa laillisesti ehyet ehdot, jotka käyttäjä, hyväksyy painaessaan "*Olen lukenut ja hyväksynyt käyttöehdot*".

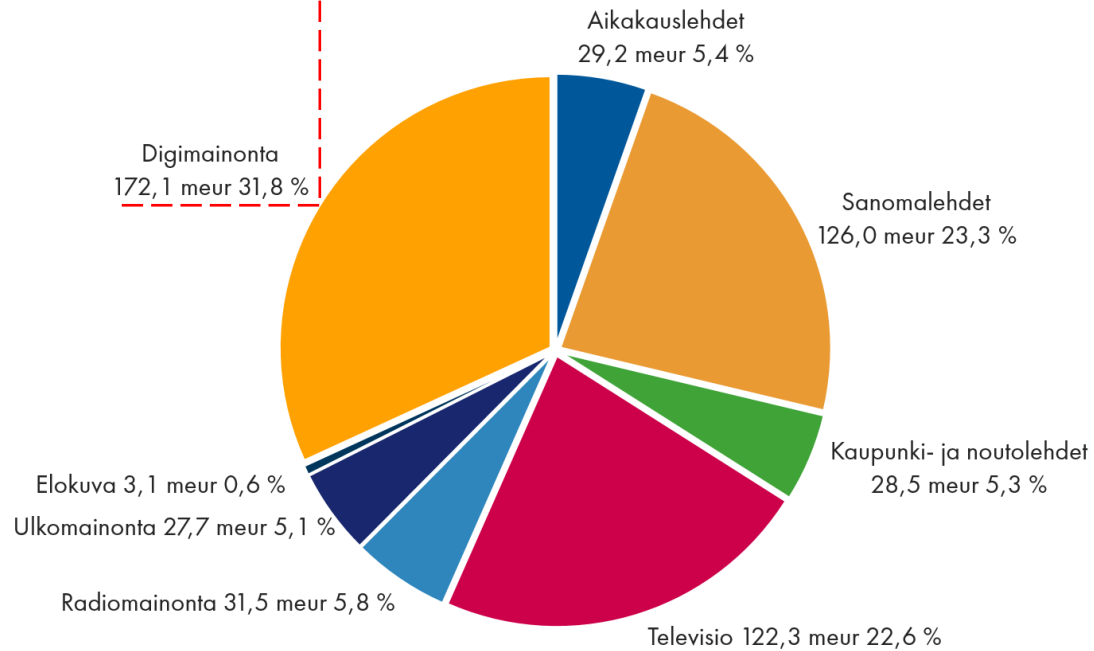
Laki velvoittaa, mutta toisaalta myös mahdollistaa "pseudonymisoinnin" - aina kun mahdollista. Tämä paitsi pienentää yritysten riskiä, se myös vie kohdennettua mainontaa kohti enemmän **päättelevämpää** suuntaa – koska suorat tiedot eivät välttämättä ole enää saatavilla.

Ennakkotapausten näkyminen rikkomuksista jo 2018 on lähes varmaa, vähintäänkin pelotteeksi.

Digitaalinen mainonta Suomessa 2017

Mediamainonta tammi-kesäkuu 2017

Mediamainonta yhteensä 540,5 meur



Lähteet: Kantar TNS ja IAB Finland

Digimainonta tammi-kesäkuu 2017

	meur	muutos-%
Hakumainonta yhteensä	51,3	0,8
Facebook	27,5	46,3
YouTube	4,1	7,9
Display	40,5	-1,9
Natiivimainonta	6,4	30,6
Instream video	9,7	12,8
Mobiili	12,5	0,8
Luokiteltu	19,7	7,1
Digimainonta yhteensä	172,1	7,9

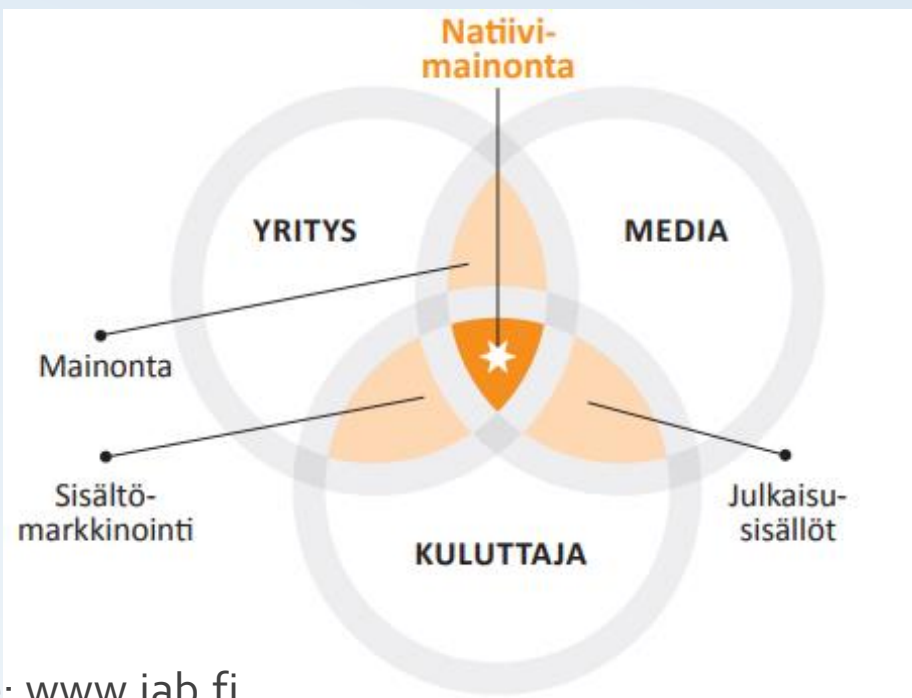
Lähteet: Kantar TNS ja IAB Finland

Natiivimainonta?

Natiivimainonta on markkinointiviestinnän muoto, jossa mainostaja saa käyttöönsä tilaa, joka on totutusti kuulunut median omalle sisällölle.

Natiivimainonta on:

- maksettua sisältömarkkinointia eli vuokrattua mediaa
- median keinoja ja muotoja hyödyntävää mainossisältöä
- median sisältöelementtien kaupallistamista



Lähde: www.iab.fi

ILTA-SANOMAT



MAINOS - Kaikki tämän osion artikkelit ovat K-Supermarketin mainosaineistoa.

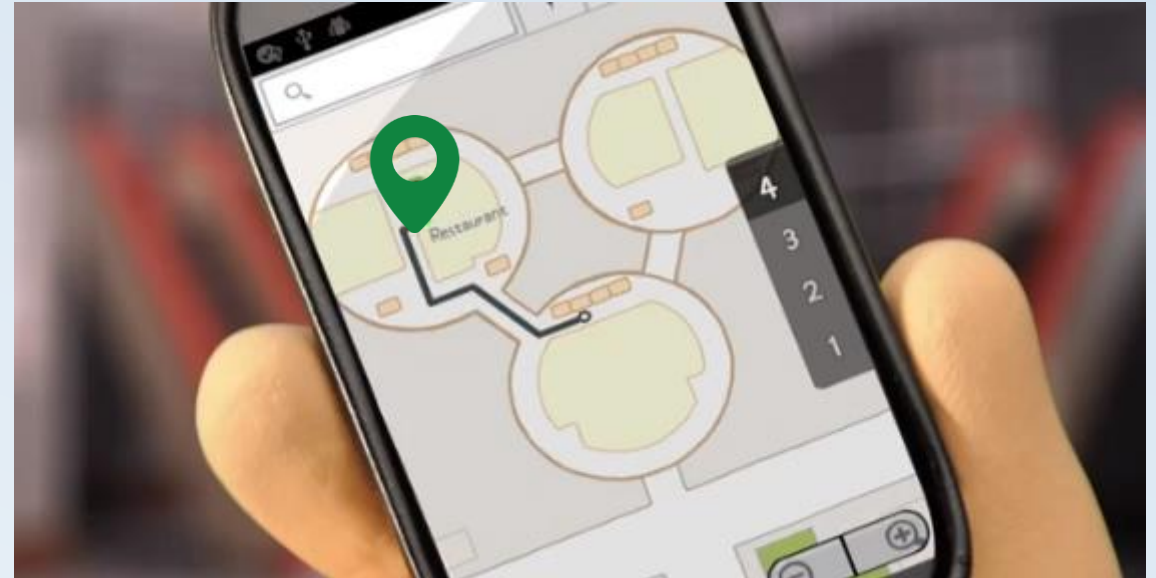
MAINOS

Oletko jo kokeillut? Näin valmistat helposti rapeat juuresranskalaiset



Trendit kauppakeskus-alalla 2017->

- Sijaintipohjainen, **oikea-aikainen** sisätilamainonta
- Monikanava-markkinointi
- *Kustomoitu* saapumissivu

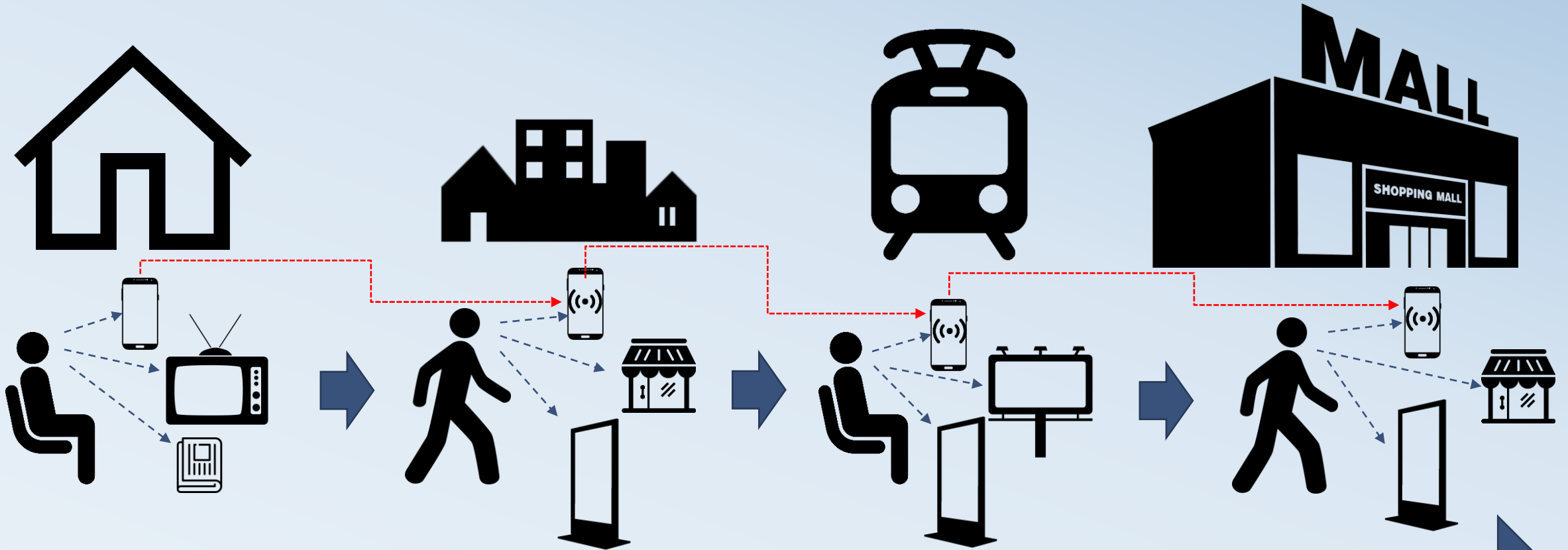


87 % kuluttajista käyttää älylaitetta **samalla**,
kun katsoo televisiota.

“Digital Video and the Connected Consumer” –
Accenture, 2015

Kuluttajan matka pisteestä A pisteeseen B

Maksimialtistuminen tulevaisuudessa



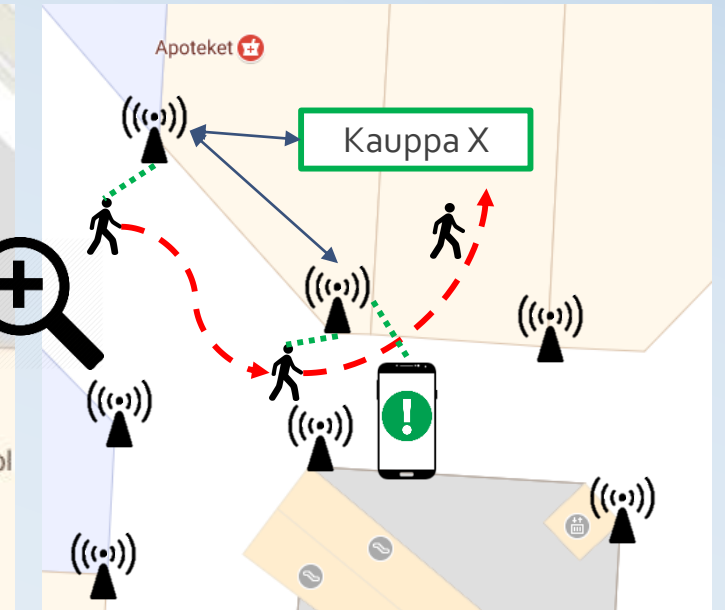
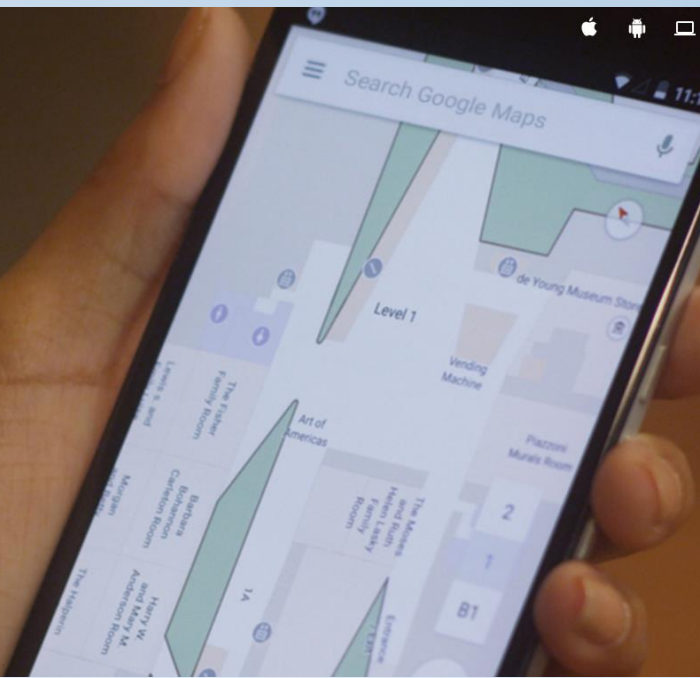
Lokaatiopohjaisen tiedon hyödyntäminen monikanavaisesti älylaitteissa on tulevaisuuden trendi



Hyperlokalisointi

GO INSIDE WITH INDOOR MAPS

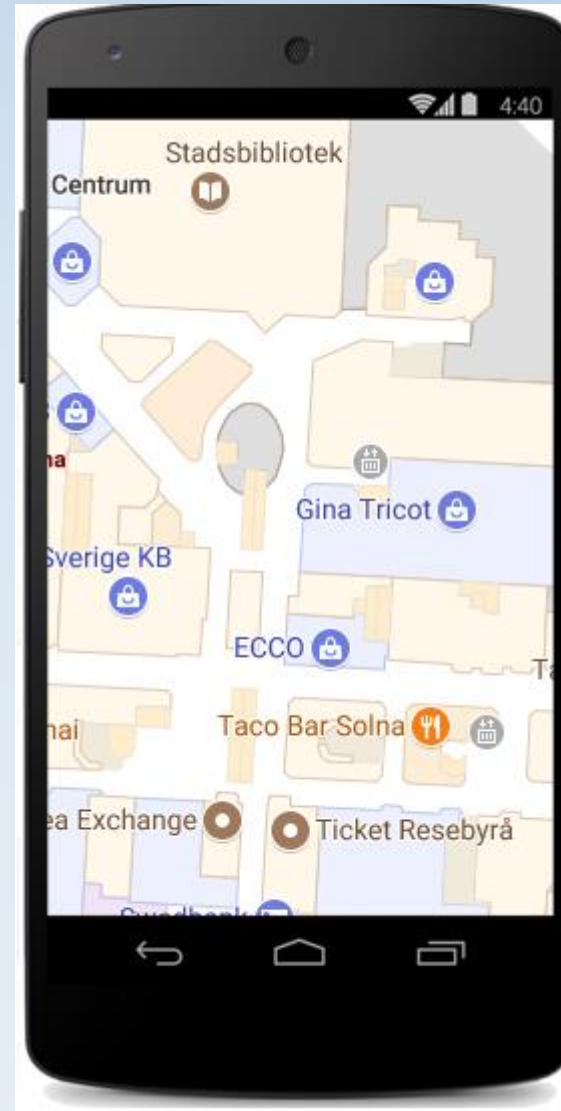
Create a more convenient and enjoyable visitor experience at no cost, available on Google Maps across all devices.



Hyperlokalisointi



Hyperlokalisointi +
kohdennettu mainonta



Google Indoor Maps





Kohdennettu mainoksesi älylaitteeseen - reaaliajassa.

KIITOS!



Patrik Björkenheim
CEO

patrik@igiego.com

+358 9 251 44312



RETHINKING TARGETED ADVERTISING

www.igiego.com