

Samu Saarelainen, Jens Allos

**OTAVA  
MEDIA**

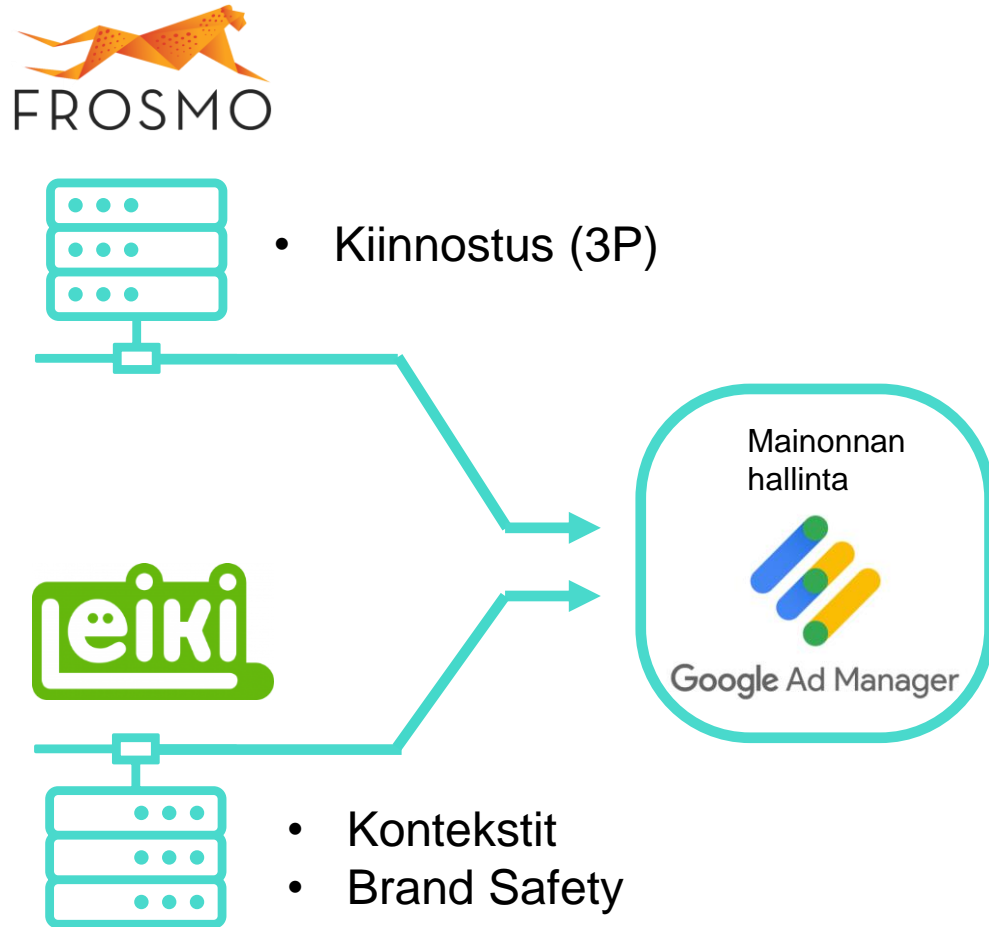
# AGENDA

- Yleisöt ja yleisöjen muodostaminen
- Datatuotteet
- Funneli ja liidikone
- Ohjelmallinen ostaminen
- Kokeile Otava Dataa

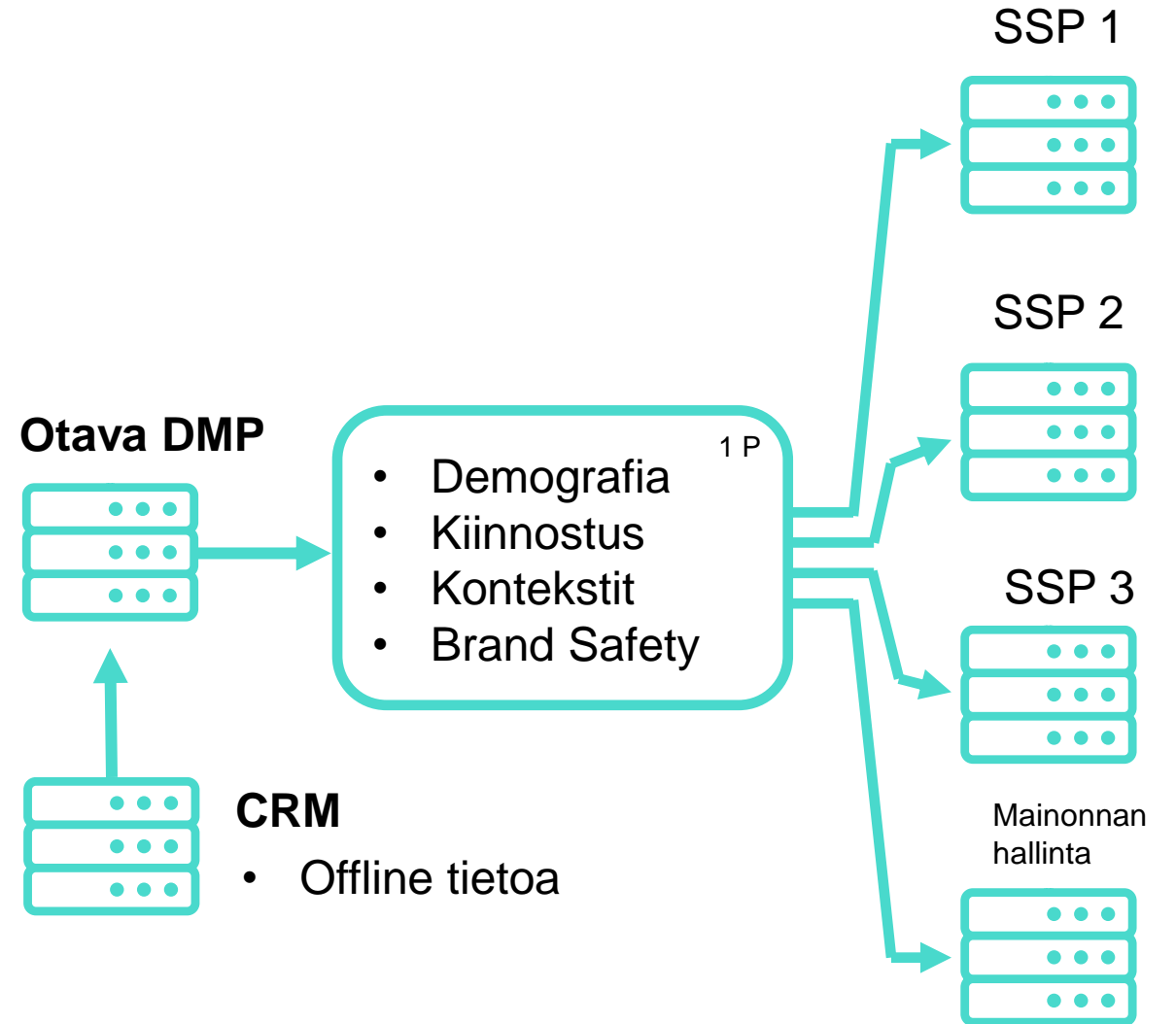


**Mikä muuttuu?**

# Vanha malli



# Uusi malli

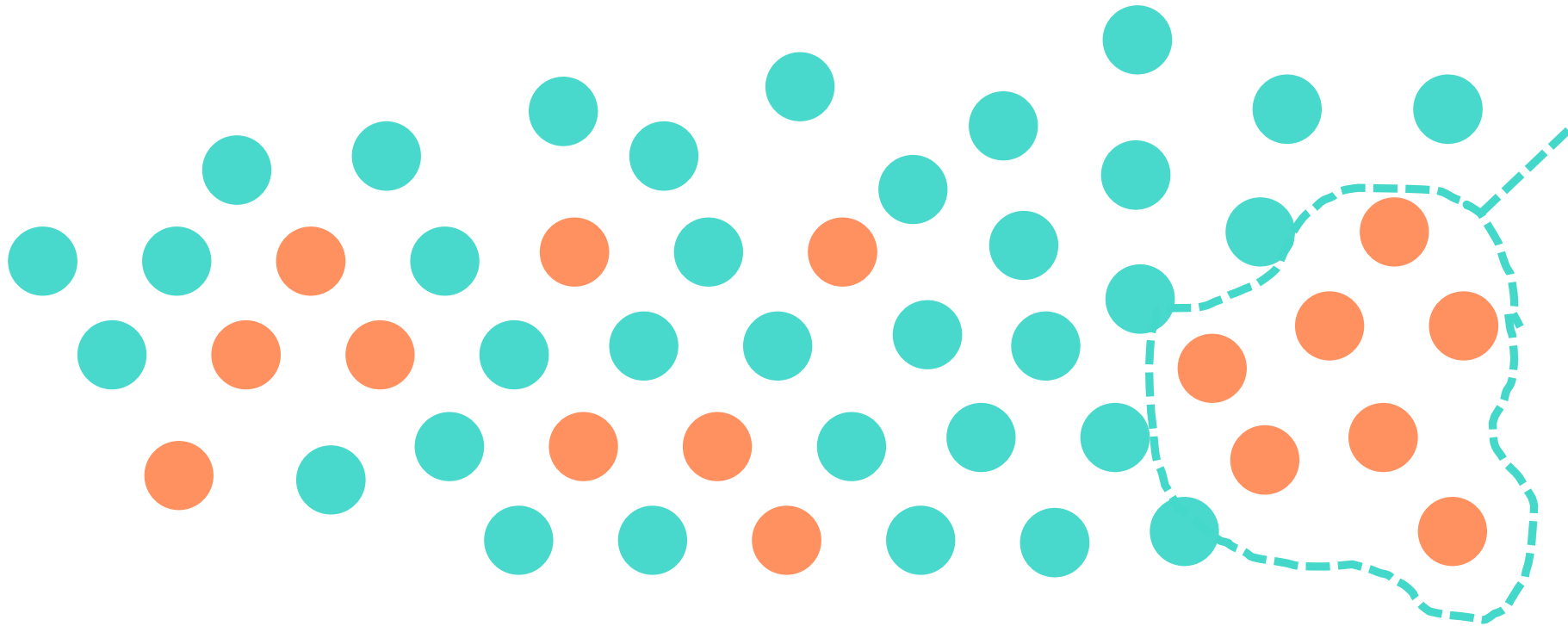




**Kaikki Otavamedian asiakkaat**



**Uusista autoista kiinnostuneet**



**Vainu:**

Tunnistaa uusista autoista kiinnostuneet yhden parametrin perusteella:

Ehto täyttyy, kun asiakas on lukenut vaikkapa TM:n autonvalintaoppaan.

**Edut:**

- Tunnistus on tarkka

**Haitat:**

- Se ei löydä kohderyhmää muilla kriteereillä
- Se vaatii useamman sivulatauksen
- Yksi datalähde

**Seuraus:**

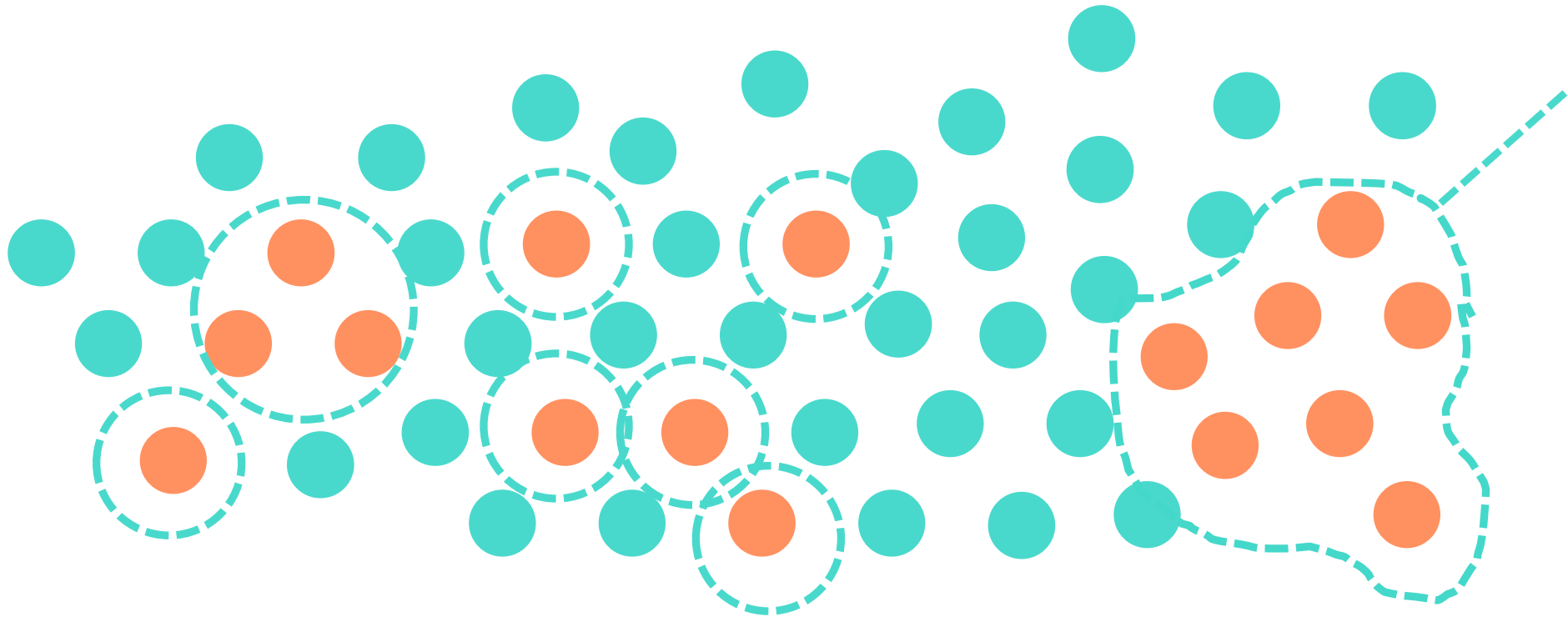
Inventaarista hyödyntämättä  
10 – 80 %



**Kaikki Otavamedian asiakkaat**



**Uusista autoista kiinnostuneet**



**Otava Data:**

Tunnistaa uusista autoista kiinnostuneet matemaattisen profiilin ja todennuksen perusteella.

Ehto täyttyy, kun asiakkaan profiili vastaa mallia joka on tehty Autonvalintaoppaan lukeneista henkilöstä.

**Edut:**

- Malli löytää sekä todennetusti kiinnostuneet, että sitä vastaavan yleisön.
- Malli voidaan luoda takautuvasti kertyneestä datasta.
- Henkilö tunnistetaan jo ensimmäisellä käyttökerralla.
- Mallinnuksessa yli 200 datapistettä offline-datasta tulotietoihin ja demografioihin

**Seuraus:**

Inventaarista hyödyntämättä  
5 %

## Vaihe 1

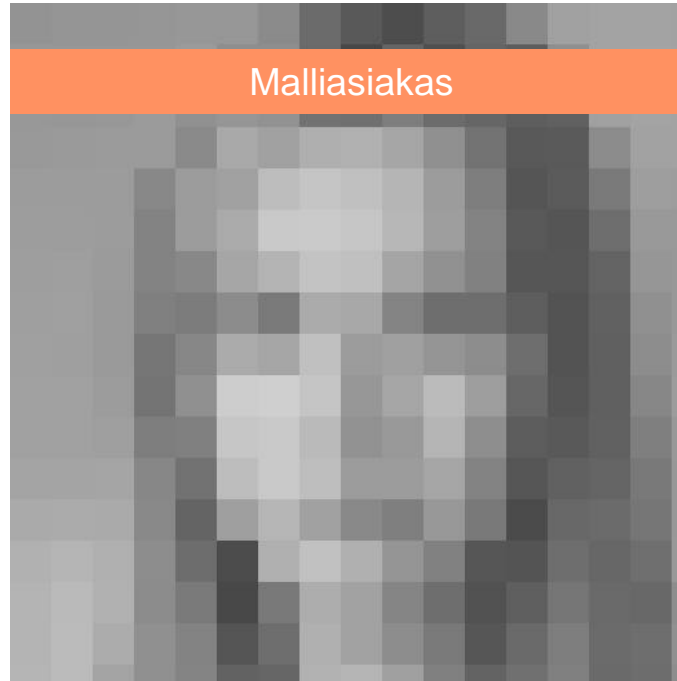
Tunnistetaan tarkka kohdeyleisö



Device	A B C D E F G H I J
Location	A B C D E F G H I J
Source & destination	A B C D E F G H I J
Conversion events	A B C D E F G H I J
Event type	A B C D E F G H I J
First party data	A B C D E F G H I J
Site content	A B C D E F G H I J
User interest	A B C D E F G H I J

## Vaihe 2

Opetetaan algoritmit tunnistettujen perusteella



Device	A B C D E F G H I J
Location	A B C D E F G H I J
Source & destination	A B C D E F G H I J
Conversion events	A B C D E F G H I J
Event type	A B C D E F G H I J
First party data	A B C D E F G H I J
Site content	A B C D E F G H I J
User interest	A B C D E F G H I J

## Vaihe 3

Oma, räätälöity yleisö on valmis kampanjaan!



Device	A B C D E F G H I J
Location	A B C D E F G H I J
Source & destination	A B C D E F G H I J
Conversion events	A B C D E F G H I J
Event type	A B C D E F G H I J
First party data	A B C D E F G H I J
Site content	A B C D E F G H I J
User interest	A B C D E F G H I J



# Otava datatuotteet

Demografiat – Kiinnostus – Konteksti - Räätelöinti



# OTAVAMEDIA | Vahvasti profiloiva konteksti

- Slogan "Laatu on tahdellisempa kuin koskaan" resonoi tavoitetuissa yleisoprofiileissa
- Olemme vahvoja ruoka-, terveys- ja hyvinvointi-, tekniikka/teknologia- sekä lifestyle-teemoissa. Tavoitamme hyvin lapsiperheet.

**anna** SUOMEN KUVALEHTI

**Kotiliesi SEURA** **TM**

**Deko** *Maalla* Kotiliesi **Käsityö**

**GOLF** **Golfpiste**  **MUROPAKETTI**

MOOTTORIVENELEHTI **Kippari** **UENE** **VM**

**ERÄ** **METSÄSTYS  
JA KALASTUS** **TM**  
RAKENNUSMAAILMA

**KAKSPLUS** **viva** **KOTILAAKARI**

**Koululainen** **IPARNASSO** **KANAVA**

SEURA **SUPER-  
RISTIKOT** **ALIBI** **hymy!** **TV** omailma

# Näin keräämme ja käsittelemme dataa

## 0 party data

- Yleisön itse ilmoittamaa
- On- ja offline-tietoja
- Tarpeen mukaan toteutettavat kyselyt

## 1st party data

- Omasta mediasta kerätty kävijädata
- Rikastettu ja mallinnettu data

## 2nd party data

- Kumppanin data
- TKS vaaditaan

## 3rd party data

- Evästedata
- Poistuu 202X?

# Demografiat

Demografia-kohdennus on digitaalisen mainonnan eniten käytetty kohdennus ja nyt nämä on myös mahdollistettu Otavamedian omilla demografiasegmenteillä.

Otavamedian demografiasegmentit rakennetaan mallintamalla tunnistetut kirjautuneet kävijät, jotka ovat antaneet Otavamedialle kyseiset tiedot.

Tunnistetuista kävijöistä luodaan profiili, jota verrataan satojen eri datapisteiden avulla muihin käyttäjiin.

Mallintamismenetelmällä pystymme määrittämään tunnistamattomien käyttäjien iän, sukupuolen sekä tuloluokan.



# Demografiat

## Ikäluokka

18–24	100-600K
25–34	>600K
35–44	100-600K
45–54	100-600K
55–64	>600K
+65	100-600K

## Sukupuoli



>600K



>600K

## Talouden tulot

Yli 75K €	100-600K
35K –75K €	100-600K
Alle 35 K €	100-600K

# Kiinnostus

= kohdennettu **yleisöön** ei sivuun

Asiakkaillamme on mahdollisuus kohdistaa mainoksia henkilöille, joiden uskomme olevan kiinnostuneita tietyistä aihepiireistä, mediasta tai kuluttamastaan sisällöstä riippumatta. Löydämme kiinnostuneet ihmiset mallintamalla sivustokävijöitä, joiden kiinnostuksen kohteen jo tiedämme.

Kiinnostunut ihminen on huomattavasti herkempi ostamaan kun satunnainen sivustokävijä.



# Kiinnostus

Otava Audience	Size
<b>Automotive</b>	>600 K
Motorcycles	1M- 600 K
Electric & Hybrid	<100 K
Tyres	100 K - 600 K
<b>Books &amp; Literature</b>	100 K - 600 K
<b>Business &amp; Finance</b>	100 K - 600 K
Decision makers	100 K - 600 K
<b>Career</b>	100 K - 600 K
<b>Education</b>	100 K - 600 K
<b>Family &amp; Relationships</b>	>600 K
Parenting	100 K - 600 K
Babies and Toddlers	100 K - 600 K
Single Life	
<b>Food &amp; Drink</b>	>600 K
Barbecues and Grilling	<100 K
Desserts and Baking	<1 M

Otava Audience	Size
<b>Healthy Living</b>	>600 K
Children's Health	< 1 M
Fitness and Exercise	
Weight Loss	>600 K
<b>Hobbies &amp; Interests</b>	100 K - 600 K
<b>Home &amp; Garden</b>	>600 K
Gardening	<1 M
Remodeling & Construction	>1 M
Smart Home	
Home Appliances	
Interior Decorating	
<b>Movies &amp; TV</b>	>600 K
<b>News &amp; Politics</b>	100 K - 600 K
<b>Personal Finance</b>	100 K - 600 K
<b>Pets</b>	100 K - 600 K

Otava Audience	Size
<b>Real Estate</b>	<100 K
<b>Science</b>	100 K - 600 K
<b>Sports</b>	100 K - 600 K
Fishing Sports	100 K - 600 K
Golf	100 K - 600 K
Hunting and Shooting	100 K - 600 K
Sailing	<100 K
<b>Shopping</b>	100 K – 600 K
<b>Style &amp; Fashion</b>	100 K - 600 K
Beauty	<100 K
Beauty - Skincare	<100 K
Beauty - Haircare	<100 K
<b>Technology &amp; Computing</b>	>600 K
Smartphones	100 K - 600 K
<b>Travel</b>	100 K - 600 K
<b>Video Gaming</b>	100 K - 600 K



## Kontekstuaalinen = kohdennettu sivuun, ei yleisöön

- 73 % pitää mainosta sitä houkuttelevampana, mitä paremmin se sopii kulutettavan sisällön kontekstiin. Mainonta kohdistetaan oheisen listan mukaisten kategorioiden avulla, kohdistamisessa käytetään sekä sivuston avainsanoihin pohjautuvaa, että koneoppivaa algoritmia.
- Kontekstuaalinen kohdentaminen mahdollistaa meille myös negatiivisen kohdentamisen. Tällä menetelmällä voimme taata ratkaisun mainostajille, joilla on tiukat brand safety -vaatimukset, että heidän mainoksiaan ei näy epätoivottujen sisältöjen yhteydessä.



# Kontekstuaalinen

Contextual		
Automotive	Home & Garden	Sports
Business and Finance	Movies	Style & Fashion
Family & Relationships	News & Politics	Technology & Computing
Food & Drink	Pets	Travel
Healthy Living	Real Estate	Video Gaming
Hobbies & Interests	Science	

Brand Safety
Death
Adult K18
Crime
Violence
War & Arms
COVID-19
Natural Disaster
Terrorism
Gambling



# Yleisöt

## Otava Audience

Kaikille ostettavissa oleva yleisö  
suoraan ja ohjelmallisesti



Mainostajalle päin ei muutosta  
aikaisempaan


## OM Case

Räätälöity, asiakaskohtainen yleisö



Mahdollistaa mm. käyttäjäpolkujen  
rakentamisen ja funnelimainonnan

Kohdennusten hinnat: <https://yrityksille.otavamedia.fi/tekniset-tiedot-ja-hinnat/verkon-aineisto-ohjeet/hinnat-2022/>



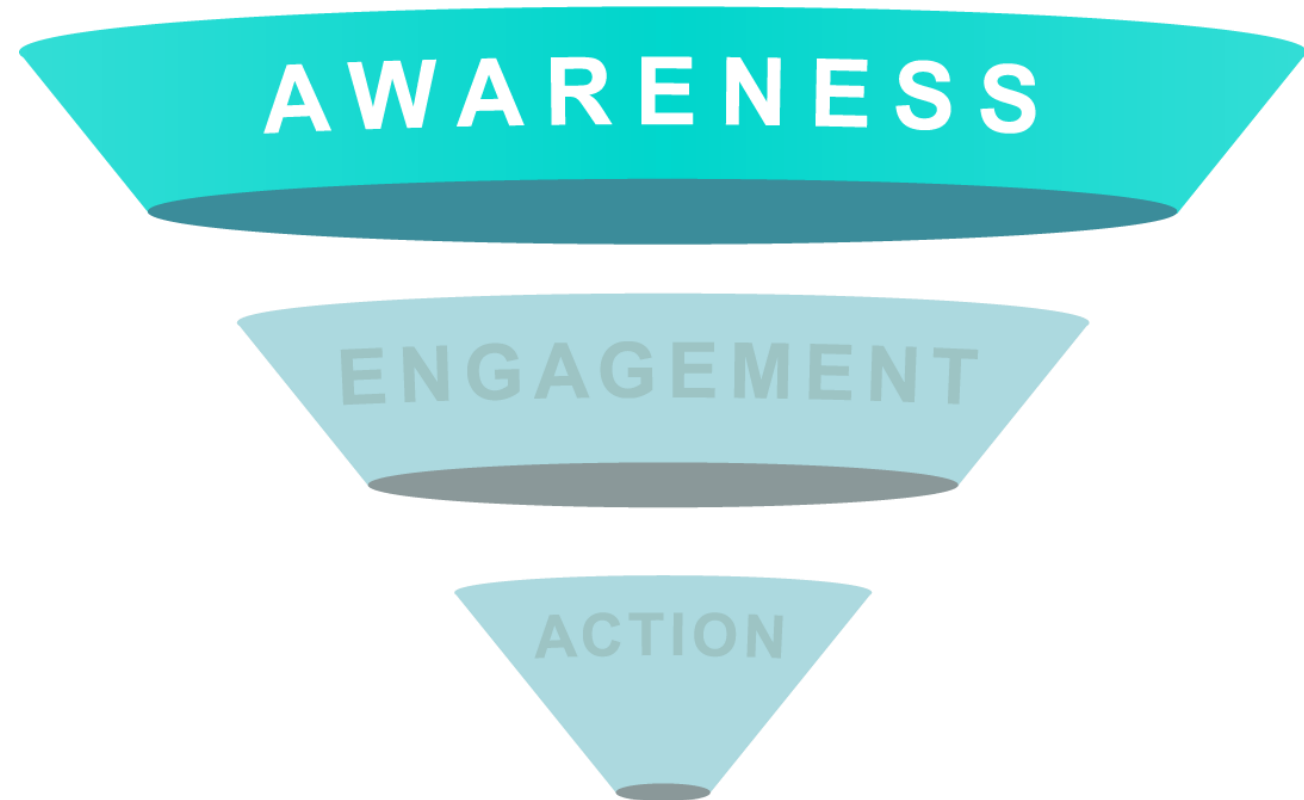
**Funneli**

# Asiakkaalle räätälöity kohdennus | Brändimainonta

Funnel-malli sopii asiakkaalle, jonka mainonnan suunnittelu pohjautuu jatkuvan parantamisen malliin, ei niinkään yksittäisiin kampanjoihin.

Luonteva aloitus tapahtuu Otava Audience -tason yleisöillä. Näille yleisöille haetaan näkyvyyttä ja peittoa.

Otava Audience toimii samalla "lähtötasona" asiakkaalle räätälöitävälle yleisölle.



# Asiakkaalle räätälöity kohdennus | Sitoutuminen

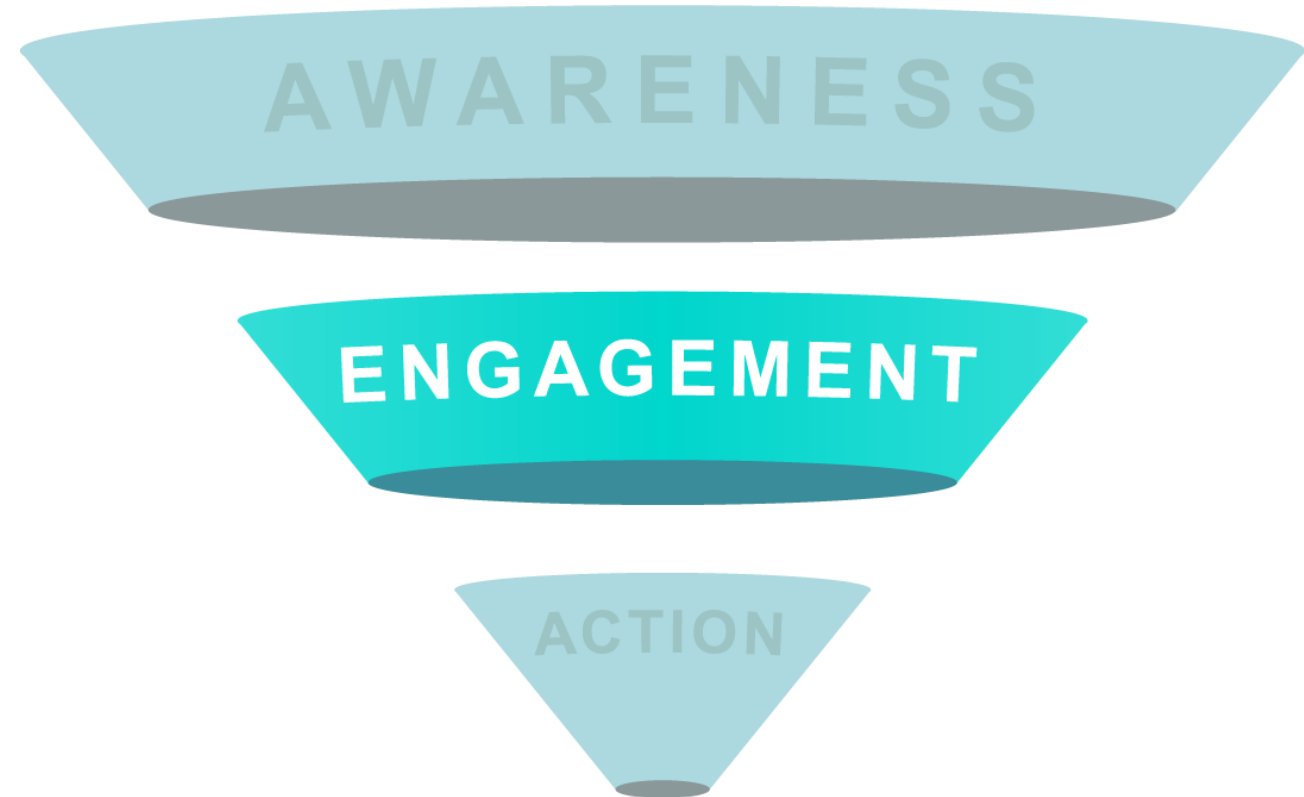
Otava Audience -yleisöstä mainoksen nähneet ja siihen reagoineet voidaan tunnistaa. Tämä joukko muodostaa asiakaskohtaisen OM Case -yleisön.

Tätä yleisöä voidaan kasvattaa valikoimalla OM Case -yleisöstä arvokkaimmat profiilit ja luoda niistä mallinnettu yleisö.

Lisäksi yleisöön voidaan lisätä tiettyjä sivuja katselleet ja niiden mallinnukset.

Lopputuloksena on yleisö, jonka kokoa voidaan **s k a a l a t a** siten, että

- se vastaa tämän mainonnan vaiheen laadullisia kriteereitä
- on sen kokoinen, että käytettävissä olevalla budjetilla voidaan saada riittävä peitto.

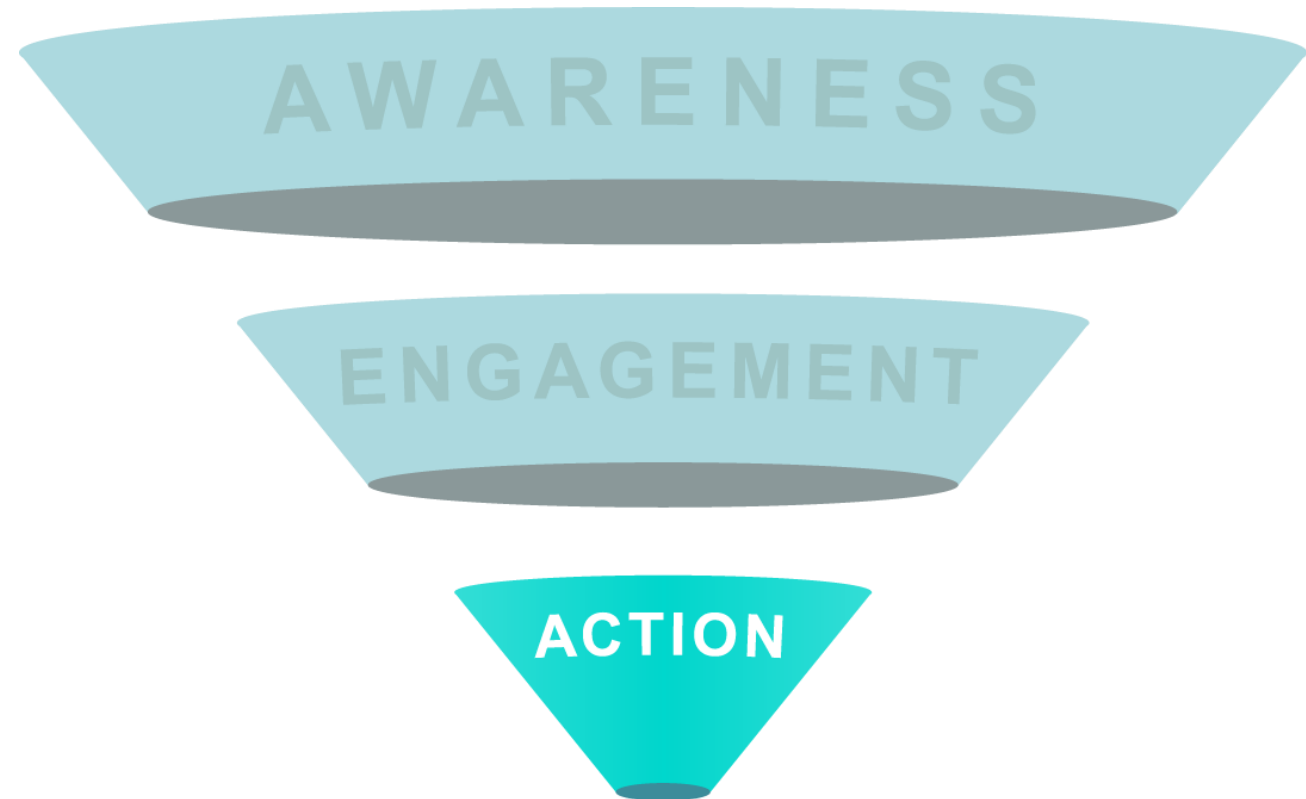


# Asiakkaalle räätälöity kohdennus | Retargetointi ja konversiot

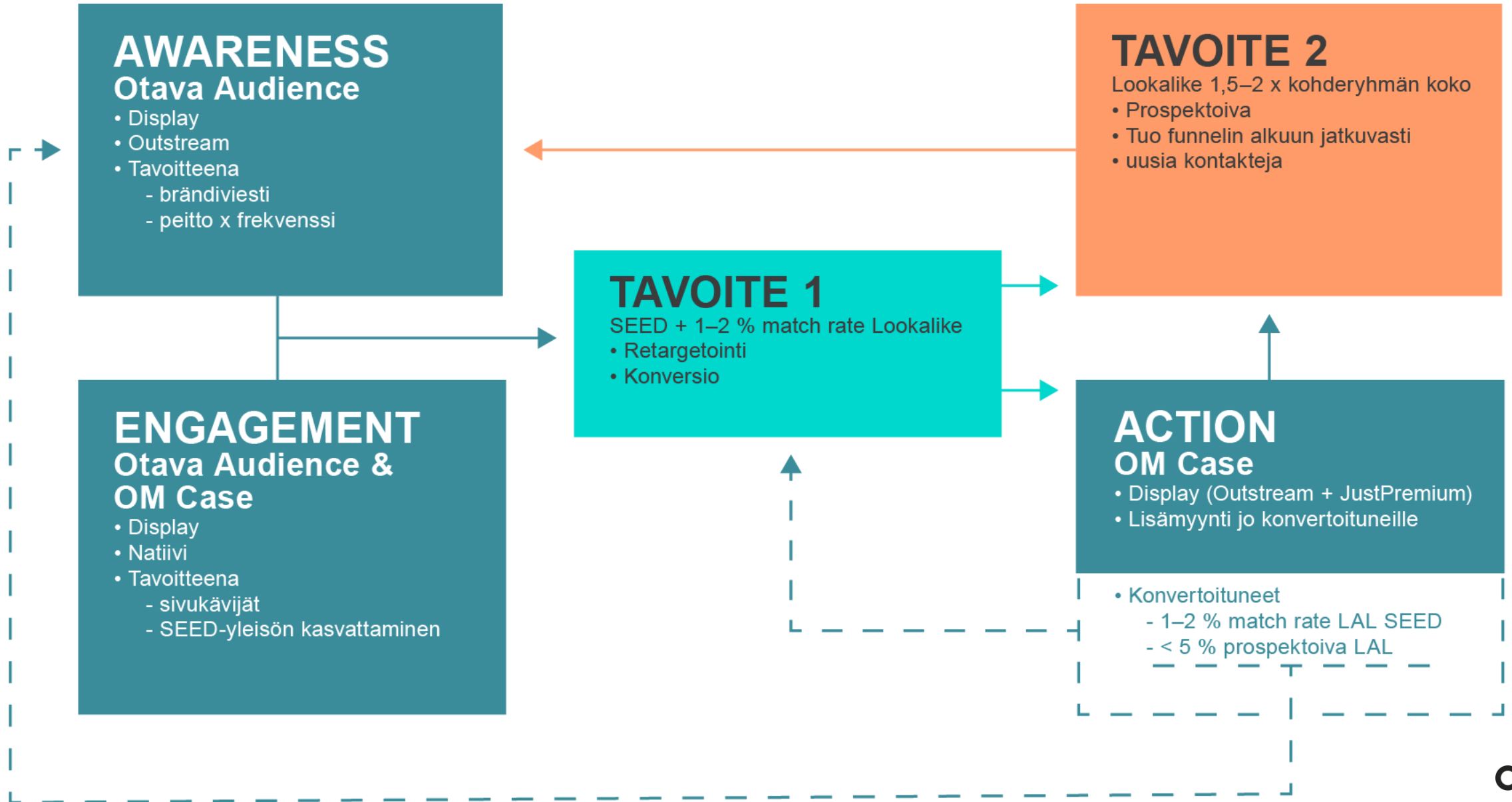
OM Case -yleisön tarkin otos/malli on mahdollisimman arvokas osa aiemman tekemisen perusteella tunnistetusta yleisöstä. Ajatuksena on retargetoida tai hakea konversiota.

Kriteereinä voi olla esim. CTA klikanneet, videon kokonaan katsoneet, natiivin kävijät. Jos tulevaisuudessa saadaan yhteinen ID esim. verkkokauppasivuston kanssa, myös ostoskoriin lisänneet, kategorioita katselleet tms. lähellä ostosta olevat. Muilla toimijoilla muut tunnistetut myynnin kannalta oleelliset sisällöt.

Tähän vaiheeseen suppea, mutta laadullisesti hyvä mallinnettu yleisö on sopiva.



# LIIDIKONE



## AWARENESS | Otava Audience

Display

Viestin kärki:  
Brändäävä

Video

Muut kanavat:  
TV, VOD,  
YouTube,  
radio, printti,  
ulkomainonta.

CPM



**HONOR 50 5G**

Ihmeitä yhdellä otolla  
108MP -neloiskamera | 120Hz kaareva OLED -näyttö | 66W HONOR -SuperCharge

Osta HONOR 50 ja saat HONOR Earbuds 2 Lite -kuulokkeet kaupan päälle\*

## ENGAGEMENT | Otava Audience, OM Case

Display  
CTA  
Interaktiivinen banneri

Video  
CTA  
Lay over

Natiivi

Viestin kärki:  
Aktivoiva  
CTA = Lue lisää

CTR



**HONOR 50 5G**

Ihmeitä yhdellä otolla

Suosikin uusi tuleminen - HONOR on vihdoin tullut takaisin.

Lue artikkeli >

GPU Turbo X



**HONOR 50 5G**

Ihmeitä yhdellä otolla

Suosikin uusi tuleminen - HONOR on vihdoin tullut takaisin.

Lue artikkeli >

**Tämä videokuvaajan unelmapuhelin mahtuu pienempäänkin käteen – osallistu ja voita yhteensopivat vastamelukuulokkeet**

26.10.2021 10:00 | HONOR

**Huaweista omaksi yhtiökseen irtautunut Honor palaa Suomen markkinoille estetiikkaa ja suorituskykyä huokuvalla älypuhelimella. Uusi HONOR 50 haastaa kilpailijansa erityisesti mobiilipelaamisessa ja -kuvaamisessa.**

## ACTION | OM Case, Otava Audience

Display  
CTA

Viestin kärki:  
Myyntikehote  
CTA = Tilaa tästä, osta

Video  
(myynnillinen)  
Lay over  
CTA

CTR  
CPA  
CPL

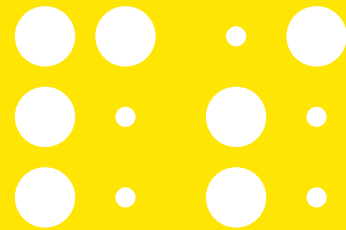


**HONOR 50 5G**

Ihmeitä yhdellä otolla  
108MP -neloiskamera | 120Hz kaareva OLED -näyttö | 66W HONOR -SuperCharge

Osta HONOR 50 ja saat HONOR Earbuds 2 Lite -kuulokkeet kaupan päälle\*

**Osta**



# Kuinka liikkeelle?



# Kuinka liikkeelle?

## VAIHTOEHTO 1

- Käytetään olemassa olevaa Otava Audience – yleisöä
- Kävijän käyttäytymisen perusteella muodostetaan yleisö, josta tehdään SEED sekä mallinnettu yleisö.

## VAIHTOEHTO 2

- Otavan keräämä data
  - Natiivi profiloivassa mediassa = laatu
  - Mainontaan reagoineet
  - Räätelöivät kyselyt
- Viedään Otavan DMP:hen ja tehdään SEED, josta saadaan mallinnettu yleisö

## VAIHTOEHTO 3

- Asiakkaan oma data
  - CRM
  - Puhelinnumero
  - Postinumero
  - Sähköposti
  - ...
- Viedään Otavan DMP:hen ja tehdään SEED sekä mallinnettu yleisö

# 2nd party data | Prosessi

(mainostajan mainonnan kohdentaminen mainostajan omille asiakkaille OM:n saiteilla)

1. Asiakkaan rekisteri

Etunimi	Sukunimi	Katuosoite	Postinumero	Postitoimipaikka	Puhelin	Sahkoposti
Elli	Esimerkki	Esimerkkitie 1	00001	Helsinki		<a href="mailto:elli.esimerkki@gmail.com">elli.esimerkki@gmail.com</a> <a href="mailto:erkki.esimerkki2@hotmail.com">erkki.esimerkki2@hotmail.com</a>

Vaatii TKS-sopimuksen, jossa OM käsittelijänä\*

2. Weedataan OM:n rekisteriä vasten (tuote KP)

"Pesukone" (CDM)

3. Tulosaineisto

Product	OT	Etunimi	Sukunimi	Katuosoite	Postinumero	Postitoimipaikka	Puhelin	Sahkoposti	masterid	Matched	CDM_Ph	Rekisterin_nimi
KP	123123								3-573e655697e5	yes		GOLF
KP	123123	Elli	Esimerkki	Esimerkkitie 1	00001	Helsinki		<a href="mailto:elli.esimerkki@gmail.com">elli.esimerkki@gmail.com</a>		no		GOLF
KP	123123							<a href="mailto:erkki.esimerkki2@hotmail.com">erkki.esimerkki2@hotmail.com</a>	aae97c36-33c1-47e7-8973-573e655697e7	yes		GOLF

4. DMP vietävä aineisto

masterid	Rekisterin_nimi
aae97c36-33c1-47e7-8973-573e655697e5	GOLF
aae97c36-33c1-47e7-8973-573e655697e7	GOLF

5. DMP:ssä aineistosta muodostetaan segmentti

DMP

6. Muodostettu segmentti viedään mainonnan hallintaan asiakkaan kampanjaa varten

Mainonnan hallinta

\*OM käsittelee asiakkaan rekisteriä vain asiakkaan toimeksiannon toteuttamiseksi



# Ohjelmallinen ostaminen

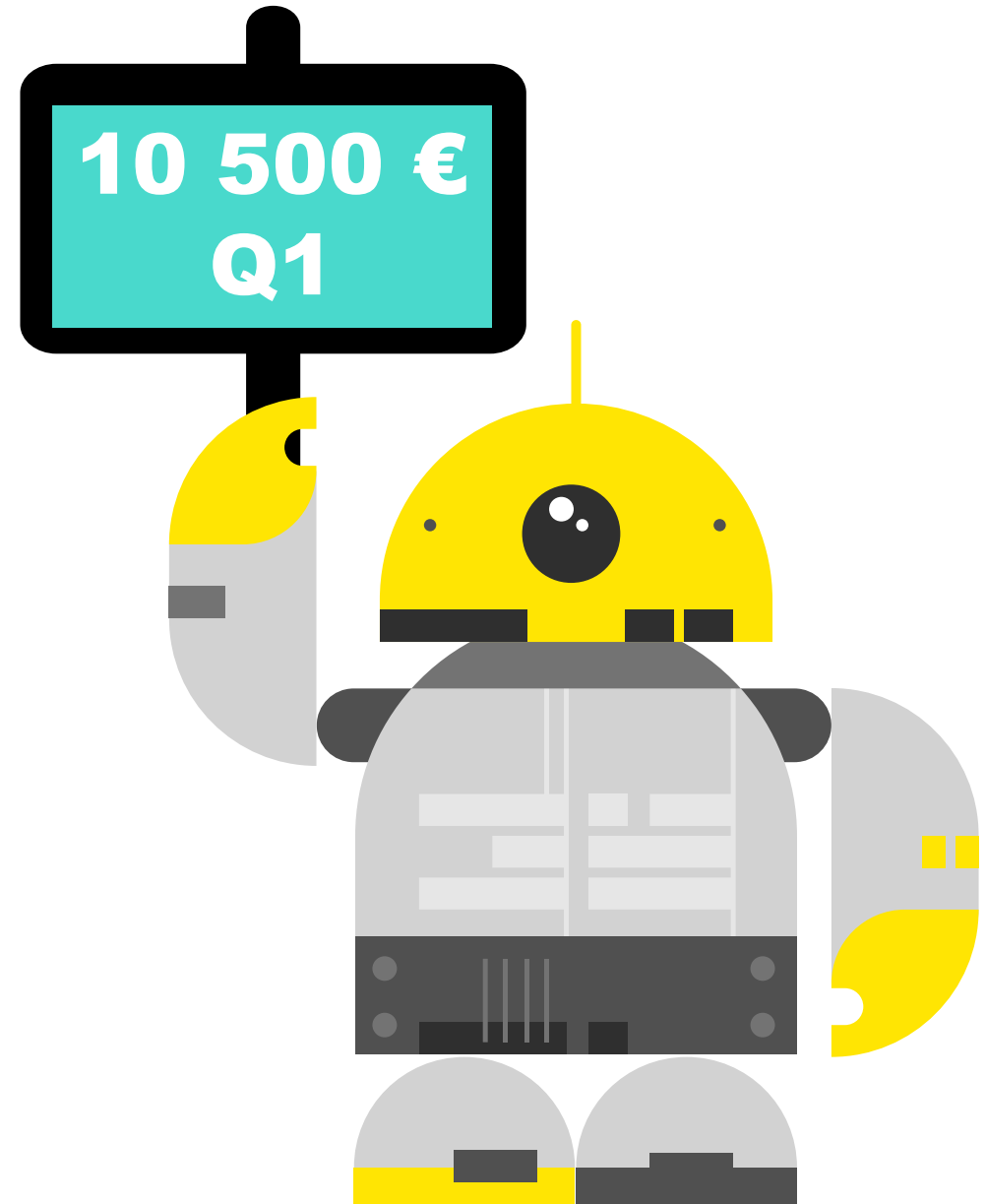
# Otava Audience - ohjelmallisesti

Adform DSP	DV360 DSP	Xandr DSP	Mediamath DSP
<ul style="list-style-type: none"><li>Otavan yleisöjä sekä räätälöityjä yleisöjä voi <b>ostaa sidottuna</b> inventaariin, diilin (DID) kautta.</li><li><b>Audience Marketplacen</b> kautta mahdollinen ilman sidosta inventaariin.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Otavan yleisöjä sekä räätälöityjä yleisöitä voi <b>ostaa sidottuna</b> inventaariin AdManager diilin kautta:<ul style="list-style-type: none"><li>Preferred deal</li><li>Programmatic Guaranteed deal</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Otavan yleisöjä sekä räätälöityjä yleisöitä voi <b>ostaa sidottuna</b> inventaariin AdManager diilin kautta.</li></ul> <p><b>TULOSSA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Otava yleisösegmentin sitominen inventaariin Xandr -diilin kautta.</li><li>Otava yleisöt Xandr Package Marketplacessa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Otavan yleisöjä sekä räätälöityjä yleisöitä voi <b>ostaa sidottuna</b> inventaariin AdManager diilin kautta.</li></ul> <p><b>TULOSSA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Otava yleisösegmentin sitominen inventaariin Pubmatic -diilin kautta.</li></ul>

Uusia diilejä/yleisöjä? Kysy: [programmatic@otava.fi](mailto:programmatic@otava.fi)

# Kokeile Otava Dataa!

- Natiivilähtöinen kampanja, jossa natiiviartikkelin lukijoista kerätään SEED ja mallinnetaan yleisö. Tästä haetaan konversiota.
- Natiiviartikkeli 2 valitulla sivulla 1 kk ajan
- Laadukas mallinnettu yleisö ja riittävä frekvenssi:
  - 100 000 uniikkia, joille 500 000 näyttöä, voi olla joko display tai outstream-video
  - Toteutus Q1:n aikana



# Yhteenveto

- Otava Audience -yleisö vastaa brändimainostajan tarpeisiin
  - Myös suoraosto tietystä mediasta on edelleen hyvä tapa tavoittaa segmentin mukainen yleisö
- OM Case -yleisö on räätälöitävissä funnelin läpäisevään mainontaan
- Liidikone antaa raamit asiakkaan mainonnan ”ohjelmalle”, luovat sovitettava asiakaskohtaisesti palvelemaan ostopolkua.
  - Jatkuvan optimoinnin avulla haetaan parhaat yleisöt jokaiseen mainonnan vaiheeseen.
- Vahvat teemat ja brändit:
  - **3,5 miljoonaa** kohtaamista digissä ja printissä!

