



DIGITAL MARKETING BASICS AND ADVERTISING

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



TOPICS

- **Websites**
- **Responsive design**
- **Retailing**
- **Web advertising, ad types, costs & targeting**
- **Search engine marketing and content monetization**

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

WEBSITES

WEBSITES

- Company websites
- Evaluated by number of ranking organizations and institutions
- Usually “best ranked sites” in Finland are Wärtsilä, Neste Oil and Nokia.

WEBSITES

- Evaluations from perspective of users / customer / investor
Company and product information amount & quality
Customer service (replying e-mails, chat possibilities faqs)
Trust and security of sites critical for those that enable shopping (see. Salo & Karjaluoto, 2007).
Ease of use and navigation
- Ease of use and navigational issues give direction to how good is the "flow" of the site or how "sticky" the site is
- Flow= positive overall feeling
- Sticky= time customers stay at the site (nowadays also what they are doing is important)

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

BRAND VS. SALES ORIENTATED WEBSITES

<http://www.makiaclotthing.com/>

<http://www.amazon.com>

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

INVESTOR ORIENTATED WEBSITE



2011
vs.
2017

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SOCIAL WEBSITES

2010, same smart format as now

<http://www.skittles.com/>

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

RESPONSIVE DESIGN IDEA

What is Responsive Web Design?

Responsive web design is the approach that suggests that design and development should respond to the user's behavior and environment based on screen size, platform and orientation.

Desktops Laptops Tablets Smartphones

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

RESPONSIVE DESIGN IDEA

Key Features of Responsive Web Design

Why Should I Switch My Website to Responsive Design?

With new devices of varying screen resolutions cropping up regularly, it is essential to have a Web design that adapts itself to multiple screen sizes. When you have a site with a responsive web design, it looks good on a smartphone, a tablet, an e-reader, and not just the desktop.

| Category | Year | User Count |
|--------------------------|------|-------------|
| Mobile Internet Users * | 2009 | 800 million |
| | 2015 | 1.9 billion |
| Desktop Internet Users * | 2009 | 1.4 billion |
| | 2015 | 1.6 billion |

What Next? **

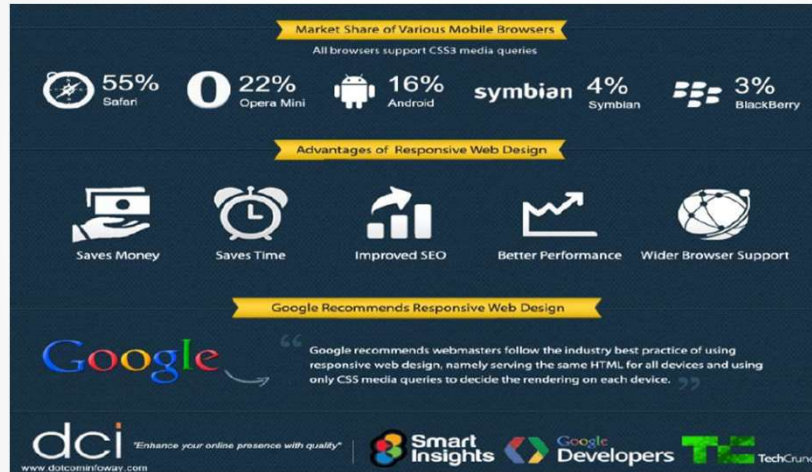
2013

Mobile devices to overtake desktop PCs as dominant global Internet platform.

* ComScore Survey, 2012 ** TechCrunch Survey, 2012

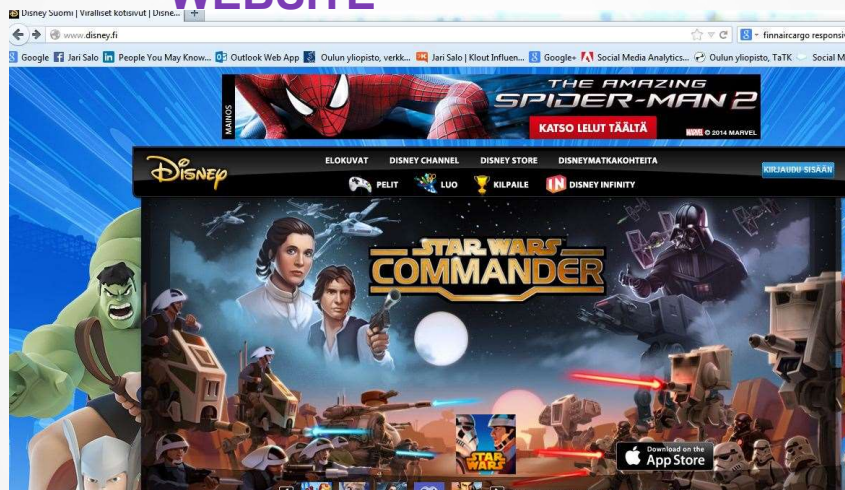
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

RESPONSIVE DESIGN IDEA



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

DISNEY - RESPONSIVE DESIGN WEBSITE



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

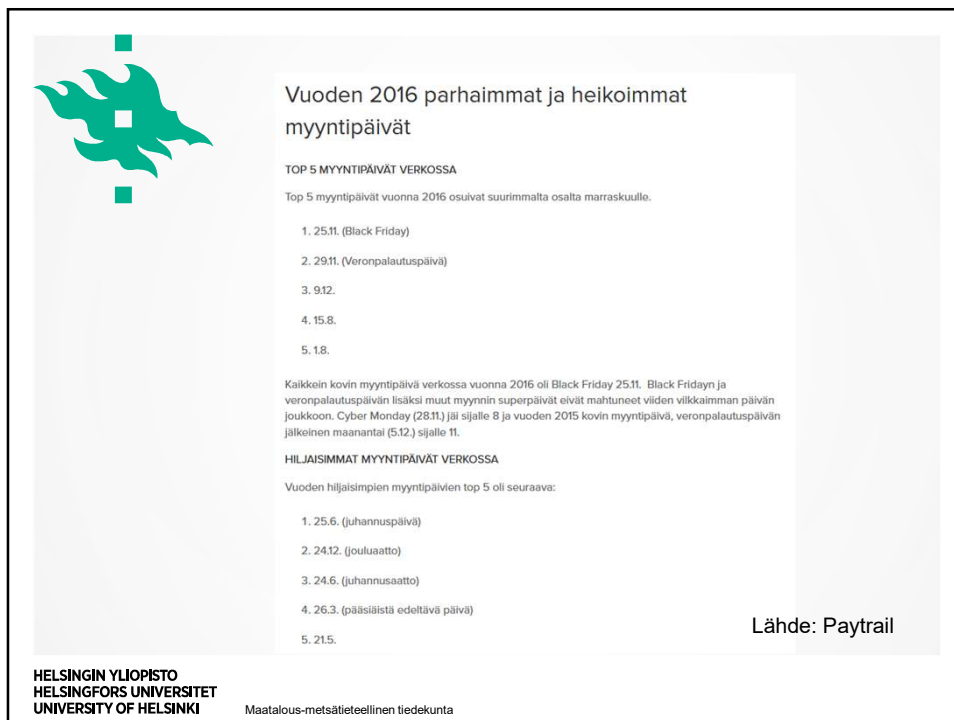
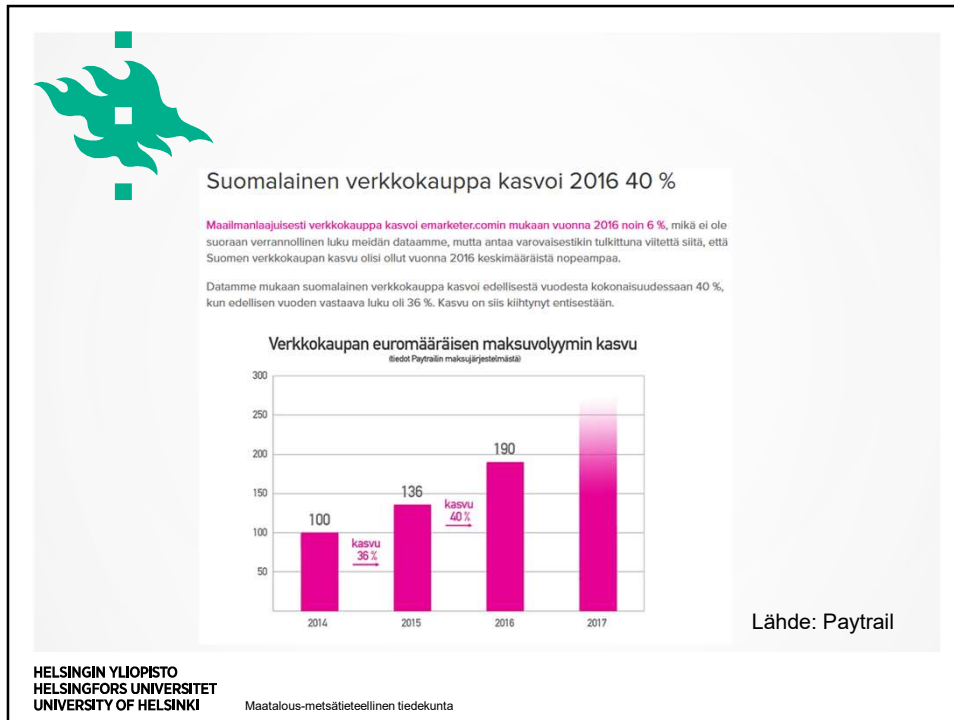


PREDICTIVE / BEHAVIORAL MARKETING

Predictive marketing is the practice of extracting information from existing customer datasets to determine a pattern and predict future outcomes and trends (Predictive marketing survey 2015)



RETAILING AND TRUST





Keskiostos

Keskiostos kasvoi vuonna 2016 9%. Tämä kertonee ostovoiman hienoisesta vahvistumisesta. Vuonna 2015 keskiostos kasvoi alle puoli prosenttia.

| Vuosi | Keskiostoksen suuruus |
|-------|-----------------------|
| 2014 | 73.067 € |
| 2015 | 73.321 € |
| 2016 | 80,048 € |

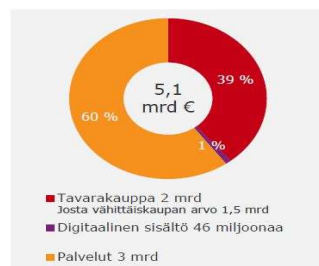
Lähde: Paytrail

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SEKTORIT

Verkkokaupan määrä 2013/H1



Luvut sisältävät:

- kaikki kuluttajille suunnatut palvelut, tuotteet ja sähköiset sisällöt
- B2C-verkkokaupan
- arvonlisäveron ja toimituskulut

Verkkokauppatilasto 2013 / H1

©TNS 2013

Muutos vuoteen 2012/H1
+5,9%

Tavarakauppa +2,6 %
Digitaaliset sisällöt -1,1 %
Palvelut +8,3 %
Vähittäiskauppa +8,7 %

ASML
Asiakasmarkkinatutkimus

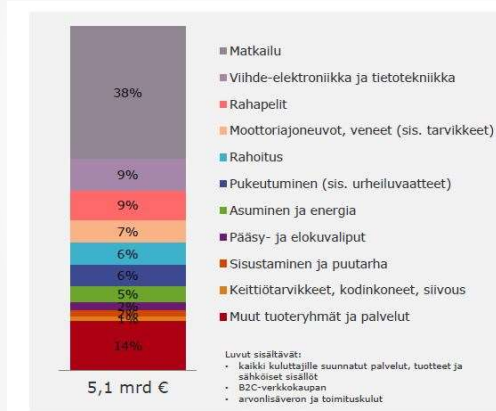
KAUPPA LIITTO

TNS

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

KATEGORIAT

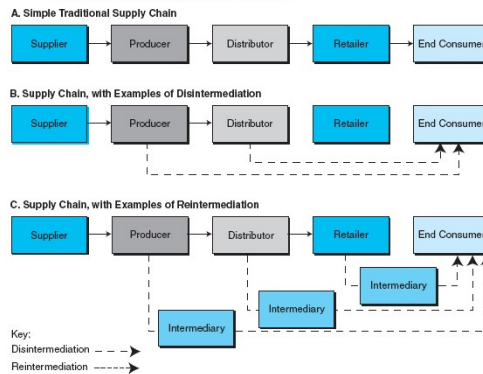


HELSINGIN YLIOPISTO
 HELSINGFORS UNIVERSITET
 UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

CHANGES IN THE CHANNELS OF DISTRIBUTION

EXHIBIT 3.12 Disintermediation and Reintermediation in the B2C Supply Chain



HELSINGIN YLIOPISTO
 HELSINGFORS UNIVERSITET
 UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

CASE: MULTICHANNEL EXPERT




- Traditional retailer of consumer electronics – multiple stores in Finland
- Website
- Annual Expert expo - event in Helsinki Fair Center/ Messukeskus (sales 6-8 million)

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2014/09/20/nainko-verkkokauppa-pysyy-suomessa/201413055/66>

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

CASE: MULTICHANNEL EXPERT


+ social media, call center, twitter etc.



APUA VAIKKA KESKELLÄ YÖTÄ

Melle asiakas on asiakas vielä ostoksen jälkeenkin. Expert auttaa 24h vuorokaudessa, viikon jokaisena päivänä.

[Yhteystiedot / Palauteet](#)



EXPERT PALVELEE MYÖS FACEBOOKISSA

Tykkää Expertistä Facebookissa. Saat tietoa tarjoustuotteista, kodinelektronikka-alan uutisista ja tuotearvosteluista ensimmäisenä.

[Seuraa Expertiä Facebookissa](#)

TILAA EXPERTIN UUTISKIRJE

Sähköpostiosoite


TILAA

Uutiskirjeen tilaamalla saat tietoa uutuuksista ja tarjouksista.

EXPERT VERKOSTOISSA

| | | |
|----------|-----------|------------|
| Facebook | Twitter | YouTube |
| Suomi24 | Pinterest | Foursquare |
| Google+ | WhatsApp | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| ASIAKASPALVELU | TILAUSINFO | EXPERT | PALVELUT |
| Puh: 020 7100 670 asiakaspalvelu@expert.fi Ota yhteyttä | Kysymyksiä ja vastauksia Toimitusaika Toimitusajat ja -hinnat Makautavat | Tietoa Expertistä Organisaatio Lehdistöille Työntekijät | Hintaantyytyväisyysturva Expert Aktiiviraha Kotipalvelu Luujaleton Tilaus |



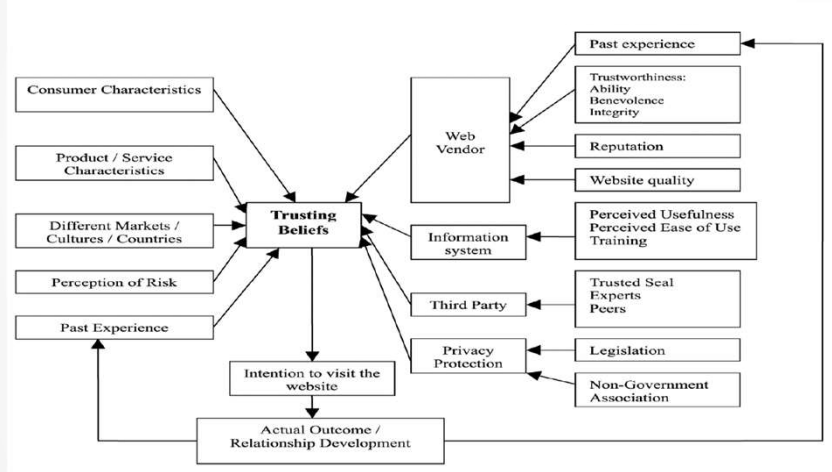
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

CASE: MULTICHANNEL EXPERT

- And according to head of marketing /ecommerce Mikki Inkeroinen they will extend their mobile apps to beacons as well

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2014/09/20/nainko-verkkokauppa-pysyy-suomessa/201413055/66>

TRUST IN ONLINE MARKETS (SALO & KARJALUOTO 2007)





RETAIL TRUST - MOBILE

Shopper in Thailand on Instagram
Browsing Begins on Instagram...Conversation / Payment / Confirmation Ends on Line

Visit Instagram Shop Browse Products Inquire About Product via Line Get Payment Details Confirm Payment Ship & Track Order

@KPCB Source: Commerce + Mobile Evolution of New Business Models in SEA, 2018 KPCB INTERNET TRENDS 2018 |

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



CONSUMER IOT



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta




WEB ADVERTISING

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

10/05/2019 27



WEB ADVERTISING

- Evolved from informative websites
- 1995 first banner ads appeared
- To some extent targeted
- Information about effectiveness – comparing e.g. newspaper advertising
- Call to action – from click to shop
- 24/7/365

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

WEB ADVERTISING

- Traditional web advertising
- Classified ad (e.g. craigslist.org)
- Banner = graphic display keyword banner, appears on the search engine when keyword inserted, random banners, dynamic – based on user info banners e.g. Facebook)
- Pop up pop up/under, interstitial(between clicks / downloading used to capture attention, similar to TV-commercials)
- Advergames (in game, branded game, between games)
- **Static – dynamic - website morphing**
- Counter software development to eliminate these



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



HINNOITTELU

Ostotapoja:

CPM (cost per mille) = kustannus 1000 mainosnäyttöä kohden

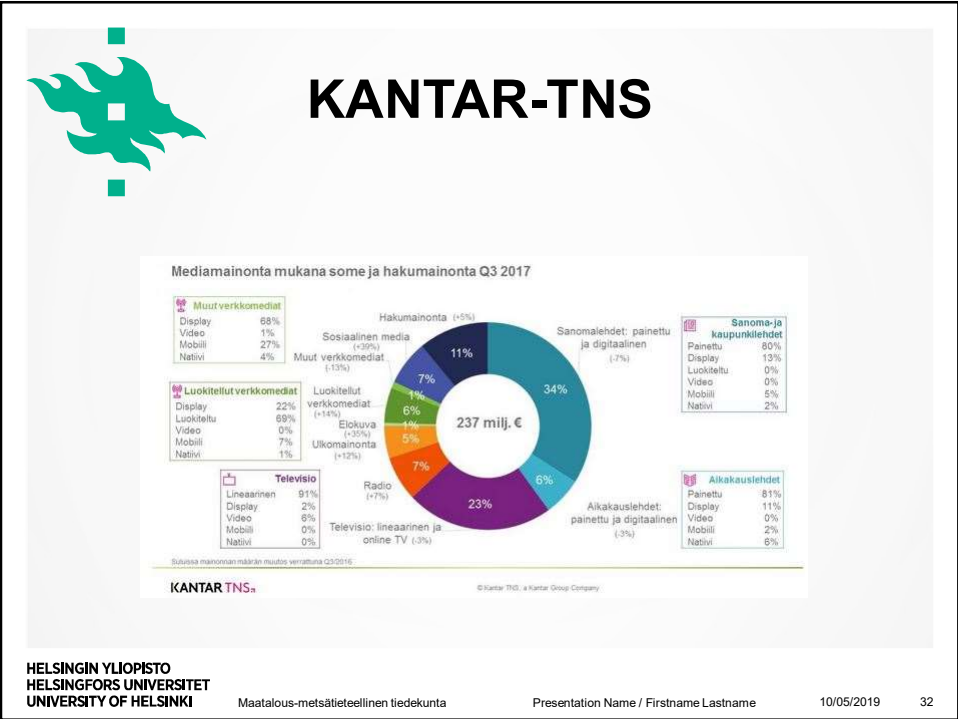
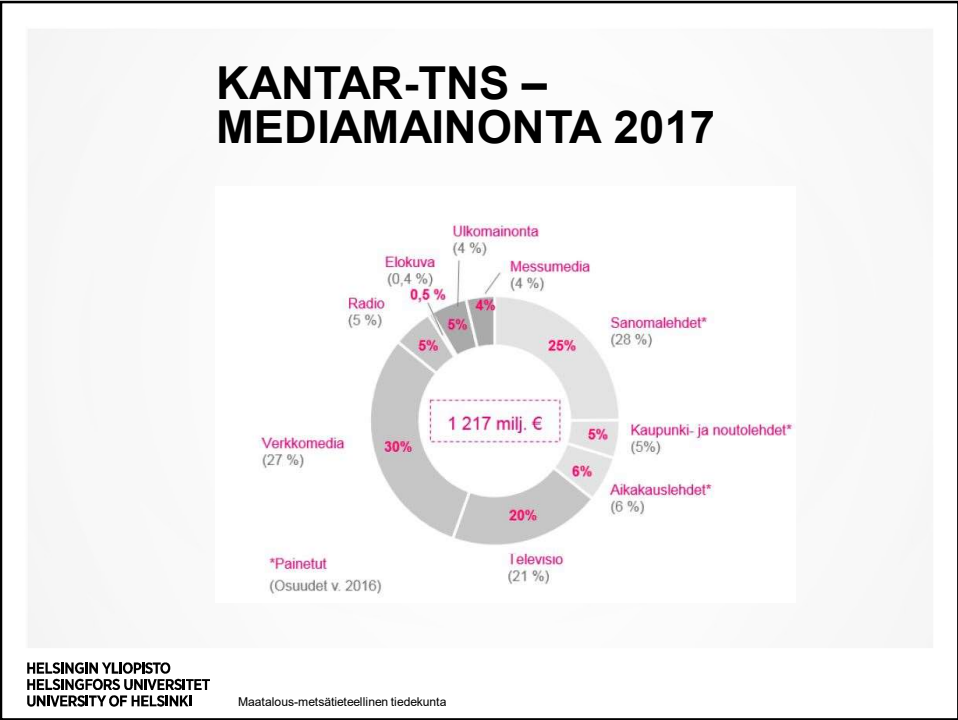
CPC (cost per click) = kustannus yhtä klikkausta kohden

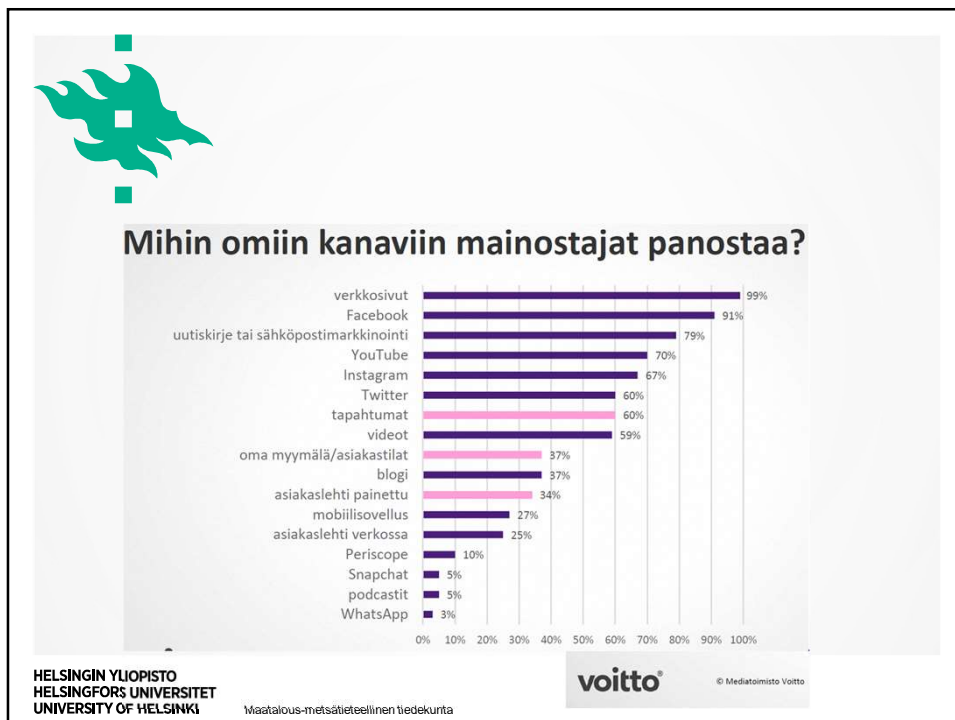
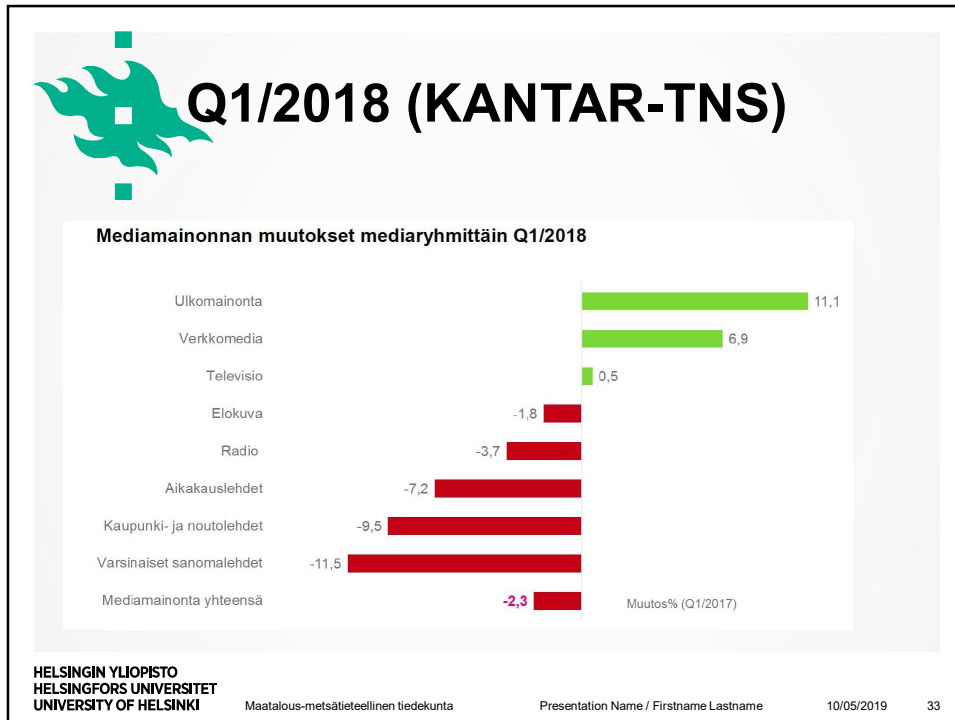
CPA (cost per action) = kustannus yhtä tavoitetta kohden esim. verkko-ostos, yhteydenottopyyntö, uutiskirjeen tilaus

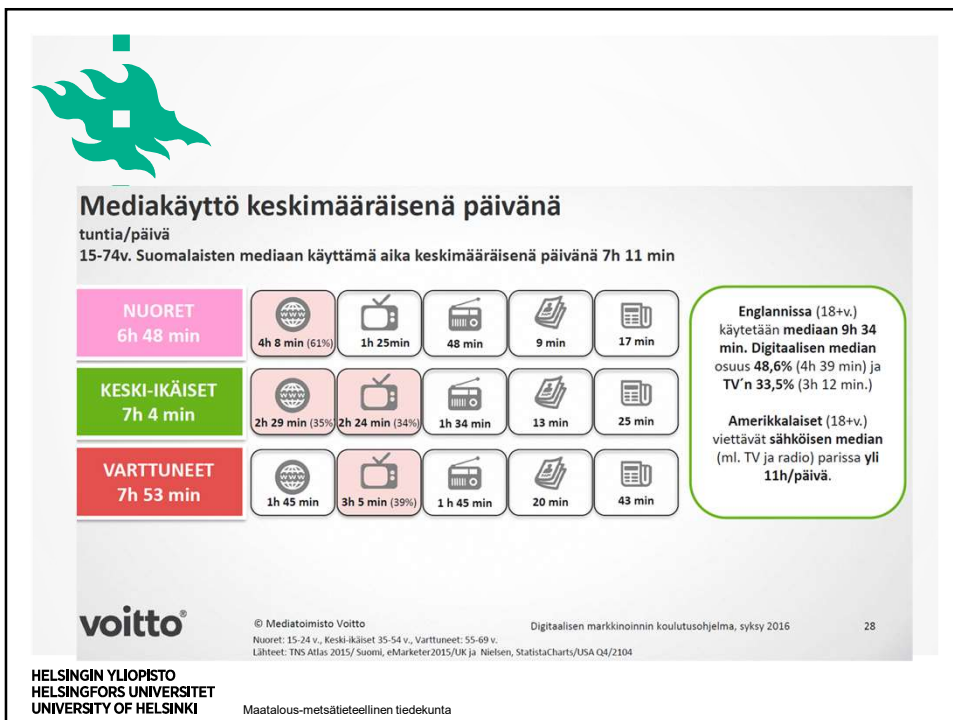
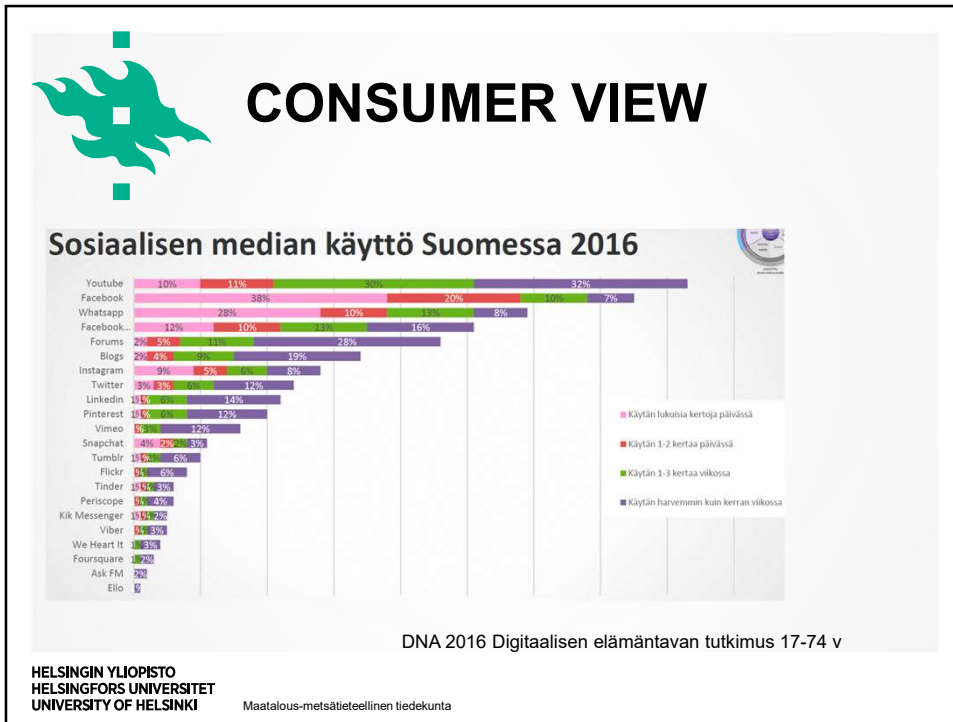
CPV (cost per view) = kustannus yhtä videonäyttöä kohden

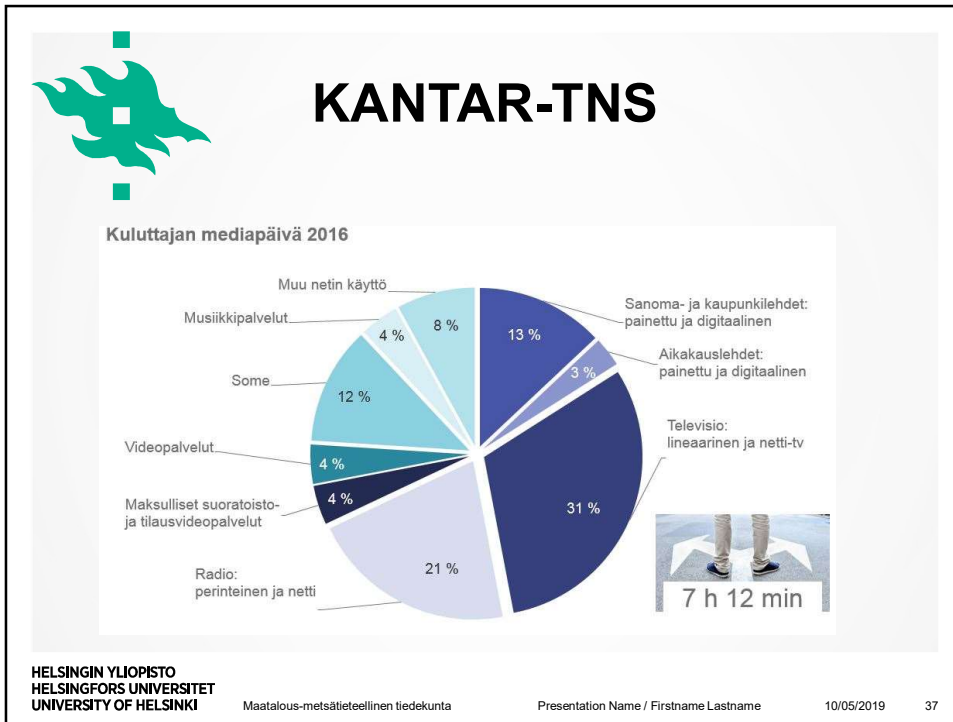
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

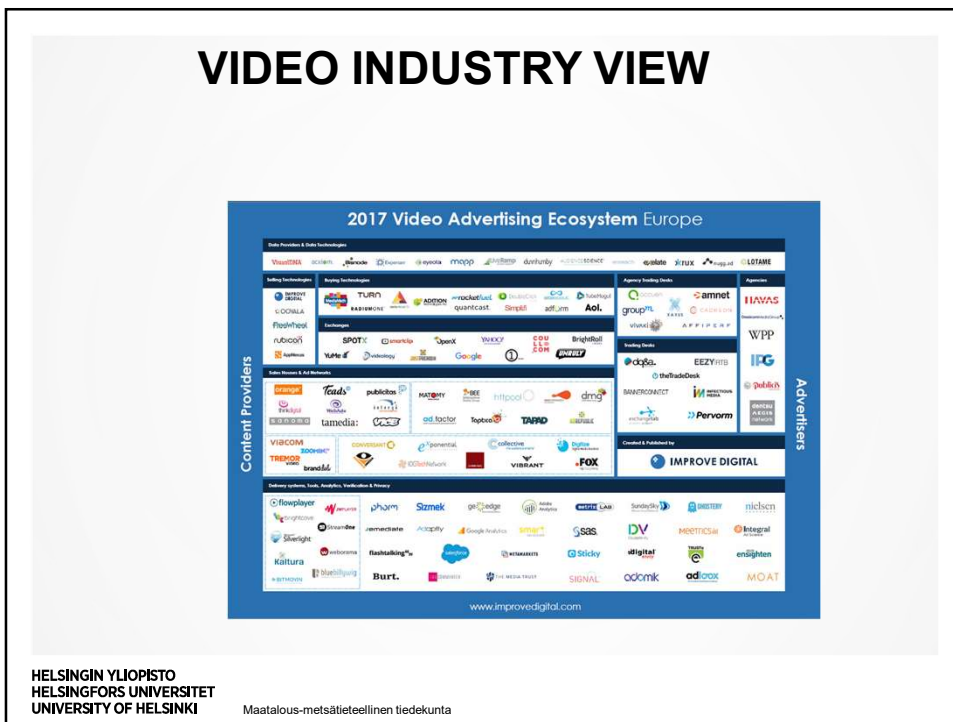
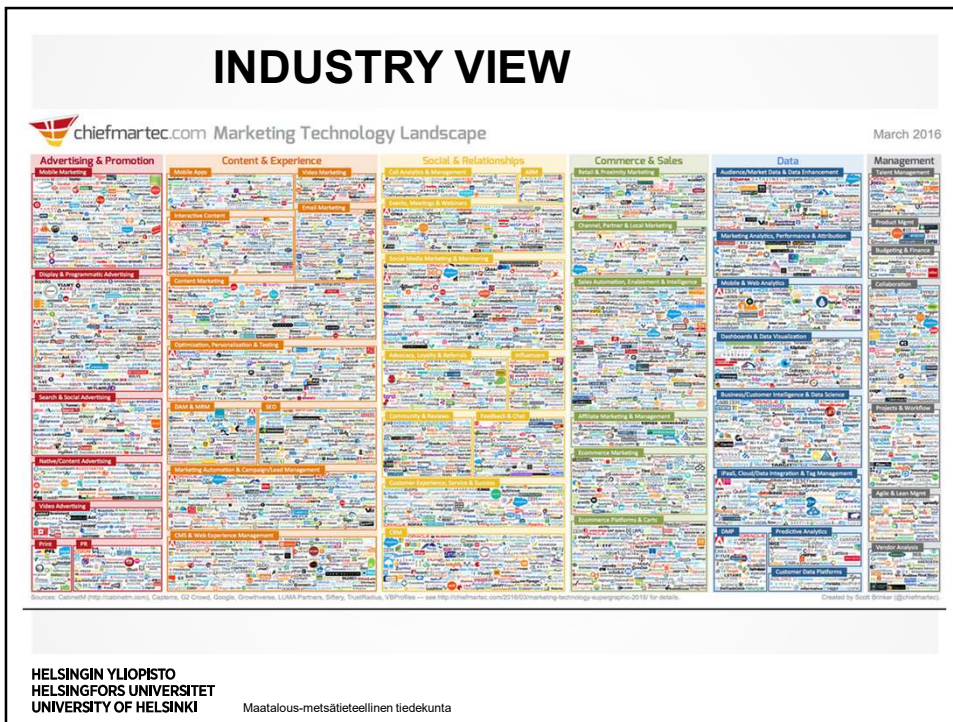
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta











LEIKI (TARGETING SERVICE)



leiki

Services Technology About News Surfboard Demo

create
traffic
across your brands
with SmartContext

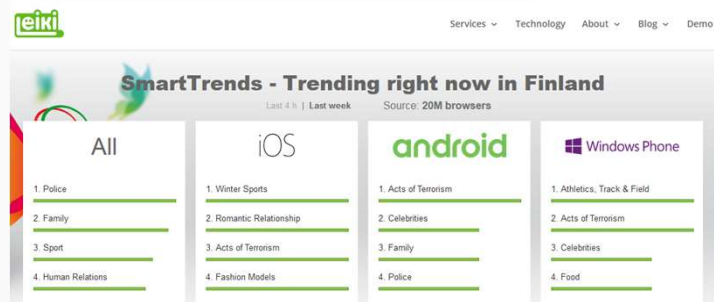
HIGH TRAFFIC MEDIA SITE CLASSIFIEDS
B2B MEDIA

What is Leiki?

Leiki provides market leading solutions for online content and consumer analysis, automatic recommendations, and targeted advertising.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



leiki

Services Technology About Blog Demo

SmartTrends - Trending right now in Finland
Last 4 h | Last week Source: 20M browsers

| All | iOS | android | Windows Phone |
|--------------------|--------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1. Police | 1. Winter Sports | 1. Acts of Terrorism | 1. Athletics, Track & Field |
| 2. Family | 2. Romantic Relationship | 2. Celebrities | 2. Acts of Terrorism |
| 3. Sport | 3. Acts of Terrorism | 3. Family | 3. Celebrities |
| 4. Human Relations | 4. Fashion Models | 4. Police | 4. Food |

or Frosmo etc.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta




ADFORM

Adform=<https://www.almamedia.fi/uutishuone/uutinen/25-08-2016-suomen-suurimmille-mediataloille-yhteinen-markkinapaikka-digimainonnan-ostamiseen>

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

43



FB PIXEL

Analytics tool:

- **View content - Track key page views (article, landing page, product page)**
 - **Search - Track searches on your website (product searches)**
 - **Add to cart - Track when items are added to cart**
 - **Add to wishlist - Track when items are added to wishlist**
 - **Initiate checkout - Track when people enter your checkout flow**
- **Add payment info - Track when people add payment information during the checkout flow**
- **Make purchase - Track purchases or checkout flow completions (landing on purchase confirmation page)**
- **Lead - Track when someone becomes a lead (form submission, sign up for trial)**
- **Complete registration - Track when someone completes a registration form (complete subscription, sign up for a service)**

<https://blog.hubspot.com/marketing/facebook-pixel>

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

44

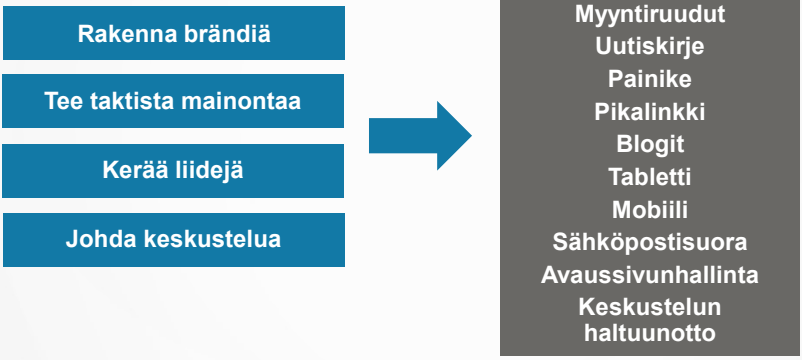


**DIGITAALISET
MAINOSMUODOT –**

**KIITOS KAUPPALEHTI JA
DIGIPÄÄLLIKKÖ SEURAAVAT
ABOUT 30 DIAA**

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

TARVE MÄÄRITTÄÄ RATKAISUN



Rakenna brändiä

Tee taktista mainontaa

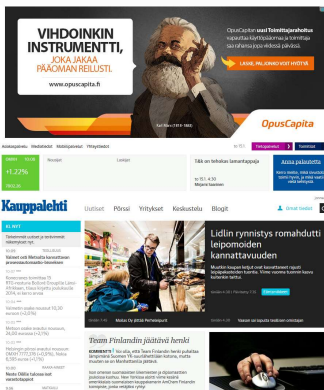
Kerää liidejä

Johda keskustelua

Display mainonta
Rich Media Display
Myyntiruudut
Uutiskirje
Painike
Pikalinkki
Blogit
Tabletti
Mobiili
Sähköpostisuora
Avaussivunhallinta
Keskustelun
haltuunotto

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

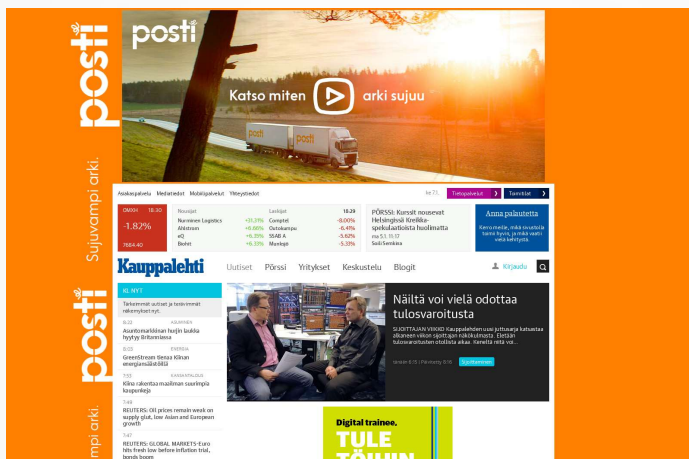
Brändimainontaan sopivat suuret mainosmuodot



Mainosmuoto: Paraati

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



Mainosmuoto: Paraati + Tapetti

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

MAINOSMUOTO: MONIKANAVAINEN ETUSIVU

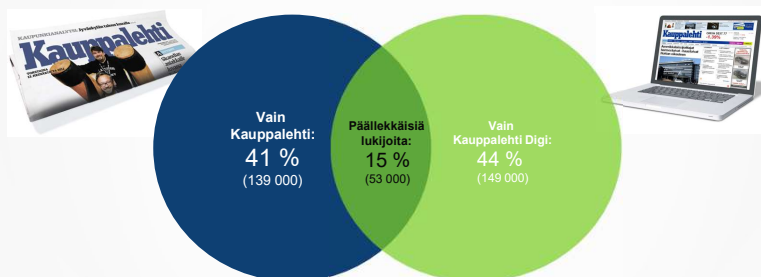
- Monikanavainen etusivupaketti mahdollistaa Kauppalehden etusivun oston yhtenä pakettina myös mobiiliin, tablettiin ja KL.fi-sivustolle.
- Monikanavaisen etusivun avulla mainostaja voi tavoittaa 327 000 lukijaa päivässä
 - 64% enemmän verrattuna pelkkään PRINTIN etusivuun
- Monikanavaisen etusivun hinta:
 - Printti-etusivu 17 100€
 - + 5 900€ etusivun hinnan päälle
 - Yhteensä: 23 000€



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

MIKSI DIGISUUNNITTELUSSA TULEE HUOMIOIDA MONIKANAVAISUUS?



LÄHDE: TNS Atlas 1-6/2014
Kauppalehti x 1 + Kauppalehti digi 1 pv, 15-74 v

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

PIENEMPI MAINOSPINTA-ALA SOPII TAKTISEEN MAINONTAAN

Kuusi mainospaikkaa Kauppalehti.fi etusivun uutisvirrassa

Jokaisessa mainospaikassa enimmillään neljä mainosta karusellissa samanaikaisesti

Koko 150 x 200 px, max. 10 kt

Etusivussa yli 1 500 000 näyttöä viikossa

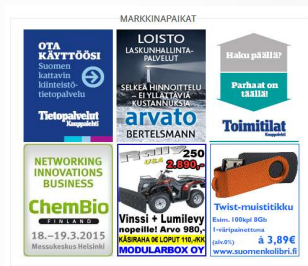
Yhdelle mainostajalle vähintään 350 000 näyttöä viikossa

Hinta

1 290€ + alv / 1 kk

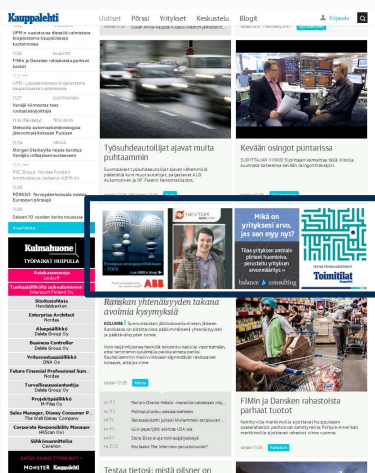
2 610€ + alv / 3 kk

4 920€ + alv / 6 kk



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



| Kampanja-aika | Hinta € + alv. |
|---------------|----------------|
| 1 viikko | 1 700 |
| 1 kuukausi | 3 400 |

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

RICH MEDIA MAINOKSET



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



Mobiilimainokset

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

MOBIILIN HUOMIOARVOT HUIPPUA!



90 %



80 %



72 %



67 %



57 %

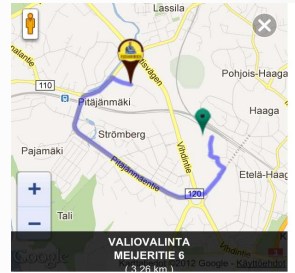
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

ESIMERKKI SWIPE + STORE LOCTARO



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

ESIMERKKI STORE LOCATOR



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

ESIMERKKI VIDEOMAINOS



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



Tablettimainokset

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

TABLETTIMAINONNALLA TAVOITTA EDELÄKÄVIJÄYLEISÖN



**Interstitiaalimainos
Kauppalehden iPad-
lehdessä**

4 900 € / 2 viikon
lehdet



**Interstitiaalimainos
Kauppalehti Option
iPad-lehdessä**

1 300 € / 1 numero (2
viikkoa)

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



Sisältömarkkinointi

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

Sisältömarkkinointimix

| | |
|-----------------------|----------------------|
| Lukijoiden aktivointi | Tiedon opetus |
| Ajatusjohtajuus | Keskustelun hallinta |
| TARVE | |
| Somevalttias | Tunnettuuden luonti |
| Brändin kehitys | Provosointi |

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



**KONTEKSTI ON
KUNINGATAR**

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



**KONTEKSTI
MIX**

Vuokrattu

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| Valmiit lukijat | SOMEn ulkopuoliset ryhmät |
| Analytiikka | Orgaanisen näkyvyyden hyöty |
| Tuki&Koulutus | Kontekstin hyöty |

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



SISÄLTÖ ON
KUNINGAS

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



SISÄLTÖMARKKINONTI 2014 –TUTKIMUS
TALOUSTUTKIMUS

Hyvä sisältö on..

- Ajankohtaista
- Puhuttelevaa
- Ajatuksia herättävää
- Hyvin toteutettua
- Asiapitoista
- Vuorovaikuttavaa

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



Joka kolmas suomalainen päättäjä ei osaa nimetä yhtään yritystä, jonka kokisi tekevän kiinnostavia asioita verkossa.

Sisältömarkkinointi 2014 –tutkimus
Taloustutkimus Digital Research & Innovation

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SISÄLTÖSTRATEGIAN TÄRKEYS

B2B sisältömarkkinointi on..

| Erittäin tehokasta | Tehokasta | Vähiten tehokasta |
|--------------------|-----------|-------------------|
| 66% | 44% | 11% |

Yrityksellä on dokumentoitu sisältömarkkinointistrategia

Content Marketing Institute 2014

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

ANALYTIikka

Mitä sisältöjä luetaan

Miten sisältöjä luetaan

Kuka sisältöjä lukee

Millainen lukija on

Miten sisältöjä jaetaan

Missä sisältöjä jaetaan

Kuka sisältöjä jakaa



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



KIITOS EDELLISESTÄ KAUPPALEHTI JA DIGIPÄÄLLIKKÖ

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



SISÄLTÖ+BRÄNDI+ VAIKUTTAJA = VAIKUTTAJAMARKKINOINTI

- 45 some-vaikuttajaa (mm. ent. Miss Suomi Sara Sieppi, fitness-tähti Oona Tolppanen ja some-vaikuttaja Sini Laitinen) tutkittiin, Instagram-kuvat, analysoitiin yhteensä 405
- Vaikuttajilta kysyttiin kuvien taustalla olevista sponsoreista tai kaupallisesta yhteistyöstä.
- Lisäksi vaikuttajien satunnaisesti valikoiduilta seuraajilta kysyttiin, kuinka voimakkaita ostoaikeita ja minkälaisia mielikuvia kuvat heissä herättävät. Seuraajilta kerättiin yhteensä 5502 kuva-arviota.

Tulokset:

- Eniten ostoaikeita lisäsi sponsoroidun Instagram-kuvan yhteensopivuus - match vaikuttajan yleiseen tyyliin.
- Avoimuus yhteistyöstä

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta



SISÄLTÖ+BRÄNDI+ VAIKUTTAJA = VAIKUTTAJAMARKKINOINTI

Tulokset (jatkuu):

- Vaikuttajan luotettavuus lisää sponsoroitujen kuvien aikaan saamia ostoaikeita enemmän kuin vaikuttajan asiantuntijuus tai ulkonäkö.
- Kuvat, jotka tuottivat eniten ostoaikeita, eivät olleet samoja kuin ne kuvat, jotka saivat suhteessa eniten tykkäyksiä. Tutkimuksen mukaan ostoaikeita ja tykkäykset suhteessa seuraajien määrään selittyvät osin eri tekijöillä.
- "Akateemisessa tutkimuksessa on jo huomattu, että matka vaikka Instagram-tykkäyksestä on pitkä varsinaiseen ostopäätökseen. Myös tämä tutkimus osoittaa, että pelkkä tykkäysten seuraaminen antaa väärän kuvan vaikuttajamarkkinoinnin tehokkuudesta", kertoo HY tutkijatohtori Essi Pöyry tiedotteessa.
- Sosiaalisesta mediasta lähtöisin olevat vaikuttajat, kuten bloggaajat ja Insta-julkikset, saavat aikaan eniten ostoaikeita seuraajissaan verrattuna perinteisiin julkisuuden henkilöihin. Brändien ei siis kannata vähätellä mikrovaikuttajien voimaa.
- "Yhteistyö bloggaajien ja Insta-tähtien kanssa vaatii markkinoijalta oman alansa sosiaalisen median tuntemusta, koska nämä vaikuttajat eivät usein näy valtamediassa. Koska näillä vaikuttajilla on usein perinteisiä julkiksia vähemmän seuraajia, yhteistyön pitää leviittäytyä riittävän monelle eri tilille", Monochromen perustaja Matilde Pelkonen vinkkaa.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

<http://www.marmai.fi/utiset/suomalaistutkimus-tarjoaa-vinkkejä-brandeille-huomioi-nama-vaikuttajamarkkinoinnissa-6673400>

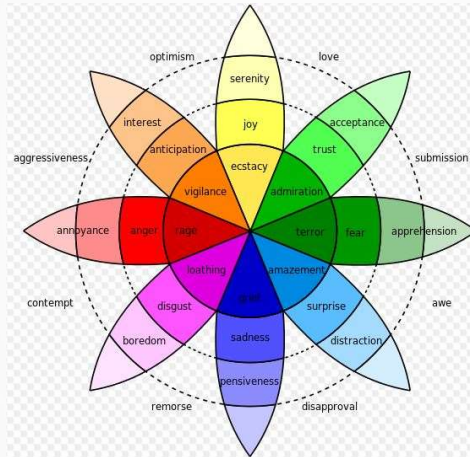
EMOTIONS AND ADVERTISING

SOCIAL MEDIA – EMOTIONS - SHARING

Humans have four basic emotions (Jack et al 2014, Current Biology):

- Happy
- Sad
- Afraid/surprised
- Angry/disgusted

OR MORE - WHEEL OF EMOTIONS (PLUTCHIK, 1980)



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

Emotion: Theory, research, and experience:
Vol. 1. *Theories of emotion 1*, New York: Academic

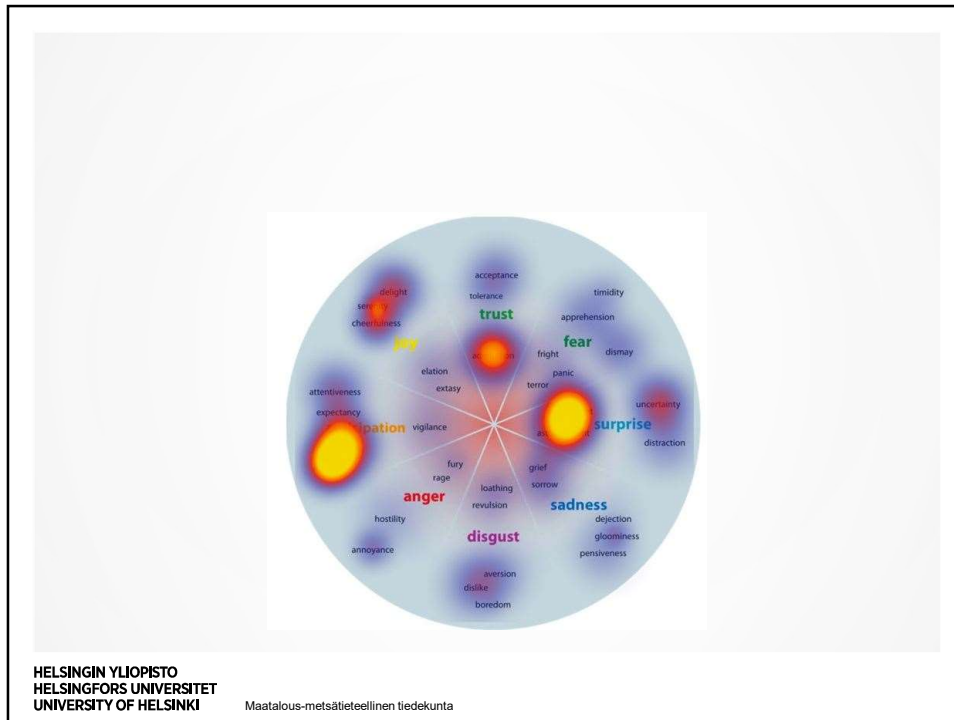
TOP 10 EMOTIONS (FRACTL, 2013)

TOP 10 EMOTIONS

- | | |
|--------------|----------------|
| 1. Amusement | 6. Pleasure |
| 2. Interest | 7. Joy |
| 3. Surprised | 8. Hope |
| 4. Happiness | 9. Affection |
| 5. Delight | 10. Excitement |

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

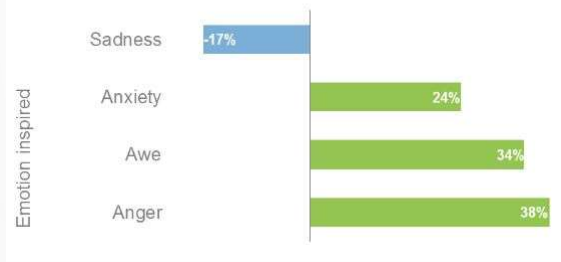


EMOTIONS AND SOCIAL MEDIA

- Happiness makes us want to share (baby smiles – we smile – hard-wired to our brain)
 - Jonah Berger (*Contagious: Why Things Catch On*,) 7000 articles NY Times study, the more positive the article was more likely it would become viral
- Sadness helps us connect and empathize
- Fear/surprise make us desperate for something to cling to
- Anger/disgust make us more stubborn

NEGATIVE EMOTIONS THAT ARE POSITIVELY RELATED TO VIRALITY

Additional liklihood to appear on NYT most-emailed list by emotion inspired

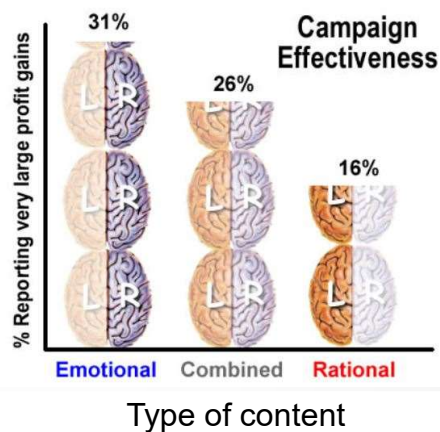


HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

EMOTIONS AND ADVERTISING CAMPAIGNS

- 1400 case studies (campaigns studied)



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SEARCH ENGINE MARKETING AND CONTENT MONETIZATION

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

Digitaalinen markkinointi (elintarvikealalla) / Professori
Jari Salo

10/05/2019 81

SEARCH ENGINE ADVERTISING AND OPTIMIZATION = SEM

- Search engine advertising
- Search engine optimization
- Mobile search engine marketing / optimization

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION AND ADVERTISING

- Google is one of websites used daily
- Even professional buyers use it
- When customers are looking for steel producers or make up providers your company must be present (preferably first or second at the list) and offer customer experiences that engage online
- Search engine marketing can be divided into advertising in search engines and Search engine optimization (SEO)
- Use of mobile phones and other mobile gadgets is one specific are of search engine marketing
- Search engines Google (Rambler/Yandex in Russia), MSN, Bing, Yahoo, Ask Jeeves (Ask), Dogpile

HELSINGIN YLIOPISTO
 HELSINGFORS UNIVERSITET
 UNIVERSITY OF HELSINKI
 Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

PAID OLD

The screenshot shows a Google search for "digitaalinen markkinointi". The search results include:

- Verkkohaku** (Web search) filters: Kuvahaku, Kartat, Videot, Lisää, Hakutyökalut
- Approximately 161,000 results found in 0.22 seconds.
- Digitaalinen Markkinointi - digimarkkinointi.fi**: www.digimarkkinointi.fi/Markkinointi. Description: Digitaalinen markkinointi on tätä päivää. Me autamme onnistumaan! Hakusanamarkkinointi - Web-analytiikka - Internet Markkinointi.
- Digitaalinen markkinointi - rajasoftware.fi**: www.rajasoftware.fi/digimarkkinointi. Description: Hyväällä digitaalisen markkinoinnin strategialla menestykseen. Tutustu!
- Digitaalinen markkinointi - alkuvoima.com**: www.alkuvoima.com/. Alkuvoima - Your Partner in Digital Change.
- Digitaalinen markkinointi - Wikipedia**: fi.wikipedia.org/wiki/Digitaalinen_markkinointi. Description: Digitaalinen markkinointi on yrityksen markkinoinnin osa-alue, joka kattaa sähköisen markkinoinnin, kuten www-sivuston, mobiilimarkkinoinnin, ...
- Digitaalisen markkinoinnin sanasto | Tulos**: www.tulos.fi/sanasto/
- Digitaalinen Markkinointi** (Sponsored): www.superanalytics.fi/. Description: Kohdennettua Markkinointia ja Mitattava Tuloksia. Ota Yhteyttä!
- Digimarkkinoinnin**: www.verkkoasema.fi/. Description: asiantuntijat palveluksessamme! Verkoasema auttaa, ota yhteyttä.
- Google AdWords**: www.google.fi/AdWords. Description: Tutustu nyt yhteen aikaamme tehokkaimmista mainosmuodoista!
- Mediatoimisto Voitto**: www.mediatoimisto.fi/. Description: Tuloksellista ja näkemyksellistä digimarkkinointia. Ota yhteyttä!

HELSINGIN YLIOPISTO
 HELSINGFORS UNIVERSITET
 UNIVERSITY OF HELSINKI
 Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

PAID NEW

The screenshot shows a Google search for "digitaalinen markkinointi". The search results are dominated by paid advertisements. The first result is from "Digite Oy - digite.fi", followed by "Digitaalinen Markkinointi - Löydä Asiakkaasi & Tee Tulosta", "Digitaalinen markkinointi - avenirs.fi", "Digitaalinen markkinointi - Markkinointi-instituutti - markint.fi", "Digitaalinen markkinointi - Tietoa digitaalimarkkinoinnista", "Digitaalinen markkinointi on kaikkien kaveri - Suomen...", "Suomen Digimarkkinointi Oy - Digitaalinen Markkinointi", and "Digitaalinen markkinointi - Wikipedia". Each result includes a title, a URL, and a brief description of the service or information.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

VS. ORGANIC

The screenshot shows a Google search for "filosofian historia svante nordin". The search results are organic. The first result is "Filosofian historia | Nordin, Svante - Suomalainen Kirjakaup...", followed by "Svante Nordin - Wikipedia" and "Svante Nordin, Filosofian historia. Länsimaisen järjen...". The results provide detailed information about the book and the author, including prices and descriptions.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SEARCH ENGINE ADVERTISING

- By using Google AdWords service any company (or organization) can buy almost any keyword with a certain amount (e.g. using credit card)
- Words are auctioned

GOOGLE ADWORDS LANDING PAGE 2010



GOOGLE ADWORDS - TODAY

Google

AdWords

Mainosta yritystäsi Googlella

Saat mainoksesi näkymään Googlella ja sen mainosverkostossa myös pienellä budjetilla. Maksat vain mainostesi klikkauksista.



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Basically the search engine ranking of any given webpage is based on two main factors:

The keywords on that webpage. The more focused and clear the content is on the webpage and the clearer that content is indicated in the page's title, metatags, headings and body text the greater are the chances of high ranking for the main keywords on that webpage.

The pattern of links to a domain name – quantity, quality, and context of incoming links to its domain name.

Google changes algorithm every now and then which makes SEO task for a specialized company / expert

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

- In SEO website is modified to be more search engine friendly i.e. the search engine understands the site better- in order to get a better ranking at a search page
- In practice (those who know how to do it) this means changing site structure, terms used, modification of links etc. see Langeville & Meyer 2006).
- See more e.g. by IBM researchers Moran & Hunt authors of Search engine marketing book

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

GOOGLE ADSENSE

- In the AdSense service internet website operators and owners (like bloggers with traffic) can gain fees from Google if they put banner to their website.
- In AdSense the advertiser gets more relevant content for the ad which makes the ad more relevant to the website.
- For example, site that deals with new energy sources is more suitable for wind power company ads than showing that ad on forest industry specific portals.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

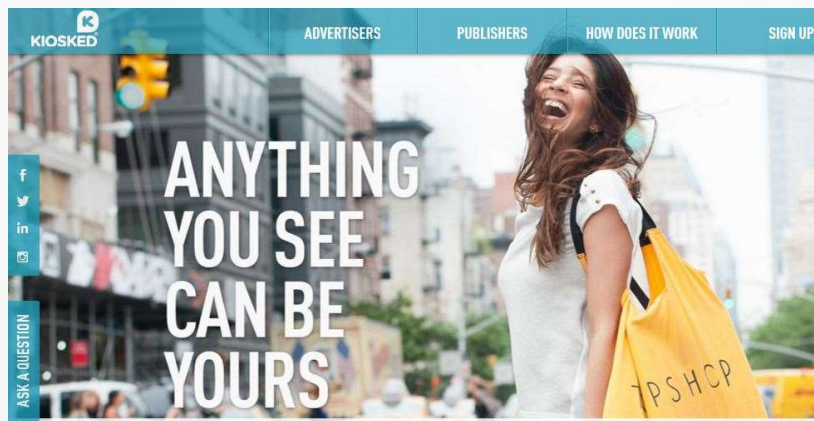
MONETIZE CONTENT - GOOGLE ADSENSE

The screenshot shows the Google AdSense homepage. At the top right, there are links for 'I Am...' and 'Ad Type'. Below the navigation bar, the main heading is 'Get more value from your online content'. The text describes AdSense as a free, simple way to earn money by displaying targeted ads. A video player is embedded, with a play button and a caption: 'Watch the video to find out why over two million publishers of all sizes are using AdSense.' Below the video, there are two buttons: 'Get started now' and 'Or, contact sales'. To the right of the text is a video thumbnail showing two people looking at a large map or display on a balcony overlooking a city.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

MONETIZE CONTENT TAKE 2 - KIOSKED



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

CASE ACTI

Campaign 2: Google

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

DIGITAL MARKETING STRATEGY

Campaign 2 (B2B): *Looking for Cooperation?*

- Objective: To find new collaboration partners.
- Channel: Google Ads
- Link to Acti's homepage acti.kyweb.fi
- Results-based budgeting

GOOGLE ADWORDS

Benefits for Acti

Cost Effective

- Pay per click
- Maximum Cost Per Day

Less time consuming

- Easy to establish and implement
- Able to be ceased at anytime

Aim for Target audience

- Able to use keywords like "cooperation" to look for new partners

GOOGLE SEARCH

Google yrittysyhteistyö

Non 23 000 tulosta (0,06 sekuntia)

Kiasma Yrittisyhteistyö ☆
 6 lokakuu 2010 ... Yrittisyhteistyö on tärkeä osa Kiasman strategista toimintaa ja yrityskumppanit ovat näkyvä osa Kiasman arkea. ...
www.kiasma.fi/index.php?id=308 - Valmiuistissa - Samankaltaisia

HSE - Yrittisyhteistyö ☆
 Kauppakorkeakoulu (HSE) perustettiin liike-elämän aloitteesta ja tarpeesta lähes sata vuotta sitten vuonna 1911.
www.hse.fi - HSE - Palvelut - Valmiuistissa - Samankaltaisia

Yritykset | UNICEF Suomi ☆
 1. marraskuuta 2010 ... Uusimmat uutiset yritysyhteistyöstä H&M:n kansainvälisellä joulukampanjalla tuetaan UNICEF:n vesiprojektia 16.11.2010 ...
www.unicef.fi/yritykset - Valmiuistissa - Samankaltaisia

Yrittisyhteistyö ☆
 9. kesäkuuta 2010 ... Yrittisyhteistyö ja verkottuminen Tekesin rahoittamissa projekteissa. Tekes seuraa rahoittamissa tutkimus- ja kehitysprojekteihin sisältyvää ...
www.research.fi/voimavarat/yritysyhteistyo - Valmiuistissa - Samankaltaisia

Yrittisyhteistyö — Jyväskylän yliopisto - University of Jyväskylä ☆
 Nanoscience Center tarjoaa modernin tutkimus- ja kehitysympäristön yrityksille. NSC:n asiantuntemus, laitteet ja yhteistyöverkostot edistävät nanotieteen ja ...
<https://www.jyu.fi/science/muut.../Yrittisyhteistyo> - Valmiuistissa - Samankaltaisia

Yrittisyhteistyö | TukKY ☆
 Jäsenistön kannalta yrittisyhteistyön tarkoituksena on avata linkkejä työelämään ja mahdollistaa erilaisten tapahtumien järjestäminen. ...
www.tukky.fi/palvelut/yritysyhteistyo - Valmiuistissa

Yrittisyhteistyö < Turun kauppakorkeakoulu ☆
 Yrittisyhteistyö. Rahtionpellonkatu 3, 20500 TURKU | Kaikki yhteystiedot ... Tämän sivun sisällöstä vastaa Yrittisyhteistyö ...
www.tse.fi/Yrittisyhteistyo/Pages/default.aspx - Valmiuistissa - Samankaltaisia

Manokset
Yrittisyhteistyökumppani?
 Tavoita kaikki Aalto-yliopiston markkinoimien opiskelijat. Kysy! Markkinoimien Ainejärjestö Acti.fi

Näin perustat yrityksen
 Meitä liitetöimintasuunnitelmiisi asiantuntija-apua ja arvio maksutta www.yrittyshehelsinki.fi
 Etelä-Suomen lään

Suomen Yrityksirekisteri
 Suomalaisen yrityksen tiedot Yritysten nimitysuutiset www.suomenyrityksirekisteri.fi

GOOGLE AD CREATED

Yrittisyhteistyökumppani?
 Tavoita kaikki Aalto-yliopiston markkinoimien opiskelijat. Kysy!
Markkinoimien.Ainejarjesto.Acti.fi

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

KEYWORD REPORT (NOV 16 - NOV 20, 2010)

| Keyword | Max. CPC | Clicks | Impressions | CTR | Avg. CPC | Avg. Position |
|----------------------------------|----------|--------|-------------|--------|----------|---------------|
| aalto-yliopiston ylioppilaskunta | 0,8 | 1 | 17 | 5,88 % | 0,8 | 1 |
| ainejärjestö | 1 | 3 | 77 | 3,89 % | 0,61 | 1,2 |
| kauppakorkeakoulu | 1 | 2 | 2717 | 0,08 % | 0,84 | 2,6 |
| kauppakorkeakoulu helsinki | 1 | 0 | 877 | 0,00 % | 0 | 2 |
| aalto-yliopisto | 1 | 0 | 857 | 0,00 % | 0 | 1,1 |
| aalto | 0,5 | 0 | 430 | 0,00 % | 0 | 2 |
| kauppakorkea | 1 | 0 | 424 | 0,00 % | 0 | 3,2 |
| yrittäjäyhteistyö | 0,9 | 0 | 51 | 0,00 % | 0 | 1,5 |
| kauppatiede | 0,5 | 0 | 49 | 0,00 % | 0 | 3,3 |
| helsingin kauppakorkeakoulu | 0,5 | 0 | 24 | 0,00 % | 0 | 2 |
| työnantajakuva | 1,3 | 0 | 10 | 0,00 % | 0 | 1,9 |
| kumppanuus | 0,5 | 0 | 9 | 0,00 % | 0 | 1,4 |
| kauppatieteiden opiskelijat | 1,25 | 0 | 8 | 0,00 % | 0 | 2,3 |
| opiskelijarekrytointi | 1 | 0 | 5 | 0,00 % | 0 | 1,4 |
| ainejärjestötoiminta | 0,8 | 0 | 4 | 0,00 % | 0 | 1 |
| aalto korkeakoulu | 0,5 | 0 | 2 | 0,00 % | 0 | 1 |
| yliopistoyhteistyö | 0,8 | 0 | 0 | 0,00 % | 0 | 0 |
| aalto yliopisto | 0,8 | 0 | 0 | 0,00 % | 0 | 0 |
| yrittäjäyhteistyökumppani | 0,5 | 0 | 0 | 0,00 % | 0 | 0 |

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

GOOGLE ANALYTICS

AdWords Keywords: [?]

Digital Marketing - course | Ad Group #1

Oct 21, 2010 - Nov 20, 2010



This AdWords ad group sent 7 visits via 16 keywords

| Keyword | Visits | Pages/Visit | Avg. Time on Site | % New Visits | Bounce Rate | Total Goal Completions | Revenue |
|-------------------------------------|--------|-------------|-------------------|--------------|-------------|------------------------|---------|
| 1. ainejärjestö | 3 | 16.33 | 00:00:59 | 33.33% | 0.00% | - | \$0.00 |
| 2. kauppakorkeakoulu | 2 | 1.50 | 00:00:28 | 100.00% | 50.00% | - | \$0.00 |
| 3. aalto-yliopisto | 1 | 1.00 | 00:00:00 | 100.00% | 100.00% | - | \$0.00 |
| 4. aalto-yliopiston ylioppilaskunta | 1 | 1.00 | 00:00:00 | 100.00% | 100.00% | - | \$0.00 |

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

RESULTS

Keyword: "Ainejärjestö"

- 3 visits
- Average time spent/visit: 59 sec
- Average pages/visit: 16,5 pages
- Bounce rate 0%

Keyword: "Kauppakorkeakoulu"

- 2 visits
- Average time spent/visit: 28 sec
- Average pages/visit: 1,5 pages
- Bounce rate 50%

Keyword: "Aalto-yliopiston ylioppilaskunta"

- Bounce rate 100%

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

RESULTS AND COSTS

Five day campaign

- Total clicks: 6
- Total cost of campaign: 4,53 euro
- Average cost per click (CPC): 0,76 euro
- Average time spent on website: 40 seconds

Estimated metrics for one year campaign (based on five day campaign):

- Results: ~400 clicks
- Costs: ~300 euro

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta