

MARKKINOINNIN

**MEKS**

PALVELUKANAVA

# ONNISTU MONIMEDIAALISELLA MAINONNALLA

**Opas markkinoijalle**



Meks on Mediakonserni Keskisuomalaisen  
markkinoinnin palvelukanava.

# Sisällys

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| ▶ Johdanto.....                               | 3  |
| ▶ Monimediallinen mainonta ja sen hyödyt..... | 5  |
| ▶ Mainonta medioissamme.....                  | 7  |
| ▶ Digitaalinen ulkomainonta eli DOOH.....     | 8  |
| ▶ Some- ja Google-mainonta.....               | 9  |
| ▶ Suomalaisen mediavuorokausi.....            | 11 |
| ▶ Mediamme käytössäsi.....                    | 12 |
| ▶ Asiakkaan ostopolku.....                    | 14 |
| ▶ Mainosratkaisumme ostopolun vaiheisiin..... | 19 |
| ▶ Yhteystiedot.....                           | 20 |

# Johdanto

Tämä Meksin erityisesti Uudenmaan alueen yrityksille suunnattu Monimediallisen mainonnan opas auttaa yritystäsi ymmärtämään monimediallisen mainonnan hyödyt ja tarpeellisuuden.

Kerromme esimerkkien ja tutkimustiedon avulla, miksi yrityksen kannattaa mainostaa monimediallisesti.

Saat meiltä asiantuntevaa neuvontaa kampanjoidesi rakentamiseen. Asiantuntijamme auttavat sinua näkymään oikeilla mainos- ja mediapaikoilla.



Meks on Mediakonserni Keskisuomalaisen  
markkinoinnin palvelukanava.



# **MITÄ ON MONIMEDIAALLINEN MAINONTA?**

**Ja mitkä ovat sen hyödyt?**

**Tehosta  
tavoittavuutta ja  
muistettavuutta**



## Monimediallinen mainonta

Monimediallisella mainonnalla tarkoitetaan mainontaa useammassa kuin yhdessä mediassa.

Se tekee mainonnasta tehokkaampaa, koska mainonta tavoittaa halutun kohderyhmän useassa eri mediassa, eri vuorokaudenaikoina ja eri vaiheessa kohderyhmän ostopolkua.

Toisto lisää kohderyhmän aktiivisuutta.

**Muistettavuus,  
tunnettuus ja  
ymmärrys  
kasvavat.**

## Hyödyt

**Monimediallinen mainonta lisää mainonnan muistettavuutta.**

Monimediallinen mainonta kasvattaa mahdollisuutta mainoksen näkemiseen useampaan kertaan. Mainoksen sisältö **ymmärretään** paremmin, kun se on huomattu useassa eri kanavassa.

**Toistolla tunnettuus lähes tuplaantuu,** ja positiivinen mielikuva kasvaa 24 %\*. Toistolla kuluttajan **aktivoituminen lähes kolminkertaistuu.** Kampanjan tavoitavuus kasvaa, kun mainoskierroksia lisätään.

\*Lähteet: Kärkimedian monikanavaiset tutkimukset 2017-2020, Kärkimedian toistotutkimukset 2017-2021



# **TUTUSTU MAINONNAN RATKAISUIHIMME**

**Monikanavaiset mediaratkaisut  
tuovat kampanjaan tehoa**



# Mainonta medioissamme

## DISPLAY-MAINONTA

Erilaisissa verkostoissa ja verkkosivuilla näkyvää mainontaa, minkä takia sitä kutsutaan myös bannerimainonnaksi. Display-mainonnalla rakennetaan sekä brändille tunnettuutta että ohjataan kuluttajia halutulle sivulle.

## PRINTTIMAINONTA

Mainontaa sanoma-, paikallis- ja kaupunki-medioidemme printtilehdissä.

Sanomalehdet, ja niiden digitaaliset kanavat, ovat suomalaisten luotetuin media. Erityisen vahvaa luottamus on nuorilla 18–24-vuotiailla, jopa 83%\*.

## NATIIVIMAINONTA

Artikkelimuodossa olevaa maksettua mainontaa. Mainostaja saa käyttöönsä tilaa, joka on totutusti kuulunut vain median omalle sisällölle. Viesti tulee osaksi luotettavien ja paikallisten medioiden uutisvirtaa.

\*Lähde: IRO Research Tuhat suomalaista 2025





# Digitaalinen ulkomainonta eli DOOH

## DIGISUURTAULUT

Digisuurtaulumme sijaitsevat kaupunkien ja teiden vilkkaimmilla paikoilla, joissa tavoitat ihmiset keskellä elämää – kun he ovat matkalla töihin, ostoksille ja harrastuksiin. Digisuurtauluillamme teet erottuvaa taktista mainontaa tai kasvatat bränditunnettuuttasi.

## HELSINGIN PYSTYDIGITAULUT

Meksin uusilla pystydigipinnoilla otat näyttävästi haltuun Helsingin kaupunkiympäristön ja luot pysäyttäviä kohtaamisia yrityksesi ja alueella virtaavien ihmisten välille.

## BUSSIMEDIA

Hyperlokaaleilla digitaalisilla bussimedioillamme yrityksesi tavoittaa joukkoliikenteen käyttäjät paikallis- ja pikavuoroliikenteessä. Yhden paikallisbussimatkan aikana mainoksesi nähdään vähintään neljä kertaa 15 minuutin aikana. Bussimediumme kasvattaa yrityksesi bränditunnettuutta ja tuo huipputuloksia myös taktisessa mainonnassa.

## LIIKENNEASEMAMEDIA

Meksin liikenneasemamedioita on 106 Neste-liikenneasemalla – paikoissa, joissa autoilijat ja muut teidenkäyttäjät virtaavat. Isoja digisuurtaulujamme löytyy liikenneasemien piha-alueilta ja pienemmät diginäyttömme ovat asemien sisällä.

Digitaalinen ulkomainonta tavoittaa kohderyhmäsi siellä, missä se liikkuu: kaupunkien keskustoissa, liikenneasemilla ja busseissa.

Digitaalisen ulkomainonnan erityinen vahvuus on, että se tavoittaa peräti 91 %\* nuorista aikuisista.

Digitaaliset näyttöpinnat nostavat alueellista tavoittavuutta merkittävästi, erityisesti alle 35-vuotiaissa.

Lähteet: IRO Research Tuhat suomalaista 8/2021, Kantar 12/2021, 15-29-vuotiaat, Yhteistavoittavuustutkimus, Kantar 2022





## **Digitaalinen mainonta**

### **SOME-MAINONTA**

Meiltä saa kampanjat Facebookiin, Instagramiin ja LinkedIniin. Sosiaalisen median markkinointiratkaisut tarjoavat keinon viedä yrityksen personoitu viesti oikealla kulmalla oikealle kohderyhmälle.

### **GOOGLE-MAINONTA**

Google-markkinointiratkaisut jakautuvat kolmeen osioon: Google-hakusanamainonta, Google Display-mainonta ja Youtube-mainonta. Mainonta kohdennetaan aina mahdollisimman tarkasti, jotta viesti saadaan vietyä oikeille ihmisille oikeassa muodossa.



# **OLE LÄSNÄ 24/7/365**

**Medioillamme tavoitat  
kohderyhmäsi ympäri  
vuorokauden**

**Näy,  
kun kohde-  
ryhmäsi on  
tavoitettavissa.**

# Suomalaisen mediavuorokausi

**Suomalainen viettää medioiden parissa keskimäärin 10,5 tuntia\* päivässä.**

Mediankäyttö on pirstaloitunut eri kanaviin, joten yritys tarvitsee useampaa mediaa tavoittaakseen asiakkaansa ja saadakseen mainonnalleen maksimaalisen hyödyn.



Kuluttaja on vastaanottavaisimmillaan viesteille, kun hän kohtaa ne itselleen merkityksellisessä mediassa.

**Mitä useammassa mediassa mainos huomataan, sen vahvempi on sen vaikutus ja sitä paremmin yritys jää asiakkaan mieleen.**

\*Lähde: Kantar Mind 2024



# Tavoita kohderyhmäsi kun se heille sopii

Medioillamme tavoitat halutun kohderyhmän eri vuorokauden aikoina useissa eri kanavissa.

**Käytössäsi ovat mediabrändit, jotka ovat paikallisesti alueensa ylivoimaisia ykkösiä.** Tavoittavuuden lisäksi tarjoamme oikeat mediat ostopolun oikeaan vaiheeseen, lisäksi mainosviestisi näkyy tutkitusti luotettavassa mediaympäristössä.

Yhdellä kontaktilla voit saada valtakunnallisen sekä paikallisen tavoittavuuden. Saat viestiisi tehoa ottamalla mukaan useamman kanavan. **Kun hyödynnät kanavien erityisvahvuudet, moninkertaistat tuloksen.** Mediavuorokauden hyödynnät parhaiten asian-tuntijoidemme avulla. He kertovat, missä ja miten sinun kannattaa mainostaa.

## Mediamme käytössäsi

- Painetut lehtemme **tavoittavat parhaimmillaan** jo aamukahviaikaan
- Medioidemme verkkopalvelut **ovat saatavilla 24/7** sekä tietokoneella että mobiilissa
- **Bussimediamme tavoittavat** paikallisliikenteen lisäksi pikavuoroliikenteessä
- Liikenneasemamediat **tavoittavat autoilevat kuluttajat korkeilla huomio-arvoilla**, sillä tankkausaika on keskimäärin noin 2,5 minuuttia
- **Digisuurtauluilla saat ohittamatonta näkyvyyttä** viestillesi, ne tavoittavat jopa 1,5 miljoonaa ihmistä viikossa

# **MIKÄ ON OSTOPOLKU?**

**Ja miksi sitä on  
tärkeää ymmärtää?**

**Palvelemme  
sinua ostopolun  
kaikissa vaiheissa**

# Ostopolun vaiheet

Ostopolku tarkoittaa sitä prosessia, jonka asiakas käy läpi yrityksen kanssa aina ensimmäisestä kohtaamisesta ostopetkeen ja asiakassuhteen ylläpitämiseen.

**Ostopolun  
ymmärtäminen  
auttaa  
suunnittelemaan  
mainonnan  
vaiheita.**

Ostopolun vaiheet ovat:

**1**

**Tietoisuus**

**2**

**Harkinta**

**3**

**Osto**

**4**

**Käyttö**

**5**

**Suosittelu**

On tärkeää, että tunnet asiakkaasi ostopolun. Sen avulla osaat kohdistaa viestisi oikeisiin kanaviin, oikeaan aikaan ja halutulle kohderyhmälle.

Jos yritys haluaa olla asiakkaan löydettävissä, on luotava kiinnostavaa ja hyödyllistä sisältöä jokaiseen ostopolun vaiheeseen.



Tavoittaakseen asiakkaan yrityksen on erottauduttava joukosta ja oltava löydettävissä silloin, kun asiakas etsii tietoa.

**Monimediallisella mainonnalla luodaan asiakaspolun varrelle useita kosketuspisteitä, eli niitä hetkiä, kun asiakas on jollain tavalla kontaktissa yrityksen kanssa.** Kun asiakas kohtaa brändin eri muodoissa ja eri paikoissa, se auttaa pitämään yrityksen mielessä ja rohkaisee sitoutumaan brändiin.

Mitä isommasta hankinnasta on kyse, sitä useampaa toistoa se vaatii mainokselta.

**Tunnistamalla polun eri vaiheet voidaan markkinointi rakentaa tukemaan asiakkaan ostopolkua** — tällöin viestit kohdistetaan oikeisiin kanaviin, oikeaan aikaan ja oikeille kohderyhmille.

Viestin tulee olla yhtenäinen koko asiakkaan ostopolun ajan aina mainoksista tilaukseen ja toimitukseen saakka — unohtamatta oston jälkeistä kanta-asiakkuutta tai tukipalveluja.

Ostopolkuja on yhtä monta erilaista ja erinäköistä kuin on yritystä ja tuotetta.

**Ostopolun  
eri vaiheissa  
käytetään eri  
kampanjoita ja  
eri kanavia.**



# **ASIAKKAAN IHOLLA**

**MITÄ, MITEN, KENELLE JA MILLOIN?  
Tavoita asiakkaasi  
ostopolun eri vaiheissa.**

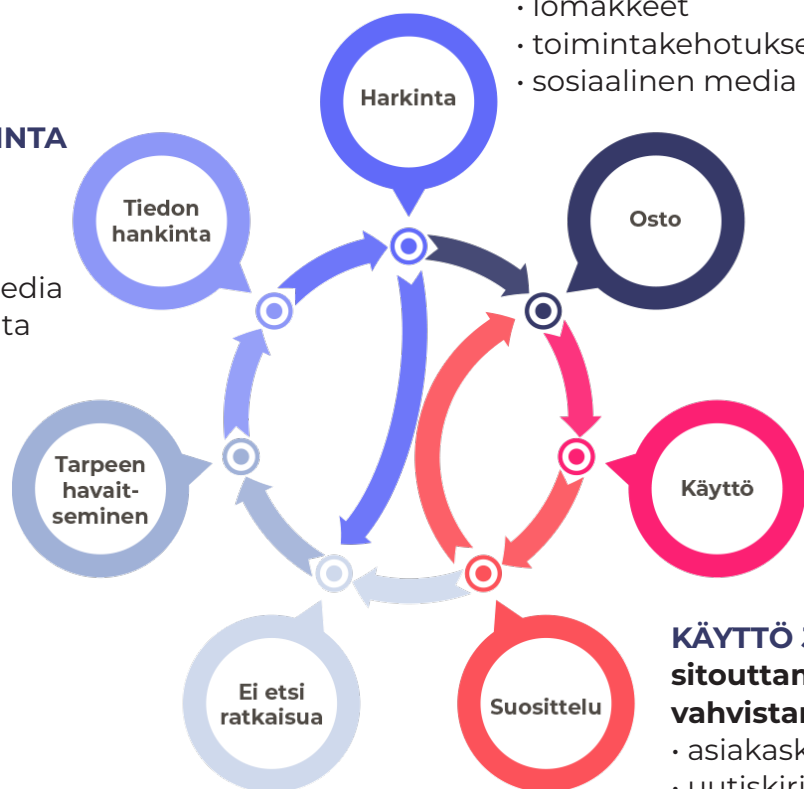




# Ostopolku

## TIEDONHANKINTA tunnettuuden rakentaminen

- blogit
- sosiaalinen media
- natiivimainonta
- hakukone-näkyvyys
- vaikuttajat
- puskaradio
- radio ja tv
- tapahtumat



## HARKINTA

### brändin ja mielikuvan vahvistaminen

- laskeutumissivut
- lomakkeet
- toimintakehotukset
- sosiaalinen media

## OSTO

### liidien ja konversioiden hankkiminen

- verkkosivut
- uutiskirjeet
- sosiaalinen media
- blogit
- CRM

## KÄYTTÖ JA SUOSITTELU

### sitouttamisen ja lojaaliuuden vahvistaminen

- asiakaskertomukset
- uutiskirjeet
- tarjoukset
- älykkäät sisällöt
- asiakaslehdet
- webinaarit
- FAQ

## TIETOISUUSVAIHEESSA

asiakas tiedostaa tarpeensa tai haasteensa. Tällöin tärkeintä on, että asiakas löytää yrityksen.

## HARKINTAVAIHEESSA

asiakas selvittää, millaisia vaihtoehtoja tarpeen ratkaisuun on tarjolla ja tekee vertailuja eri yritysten kesken.

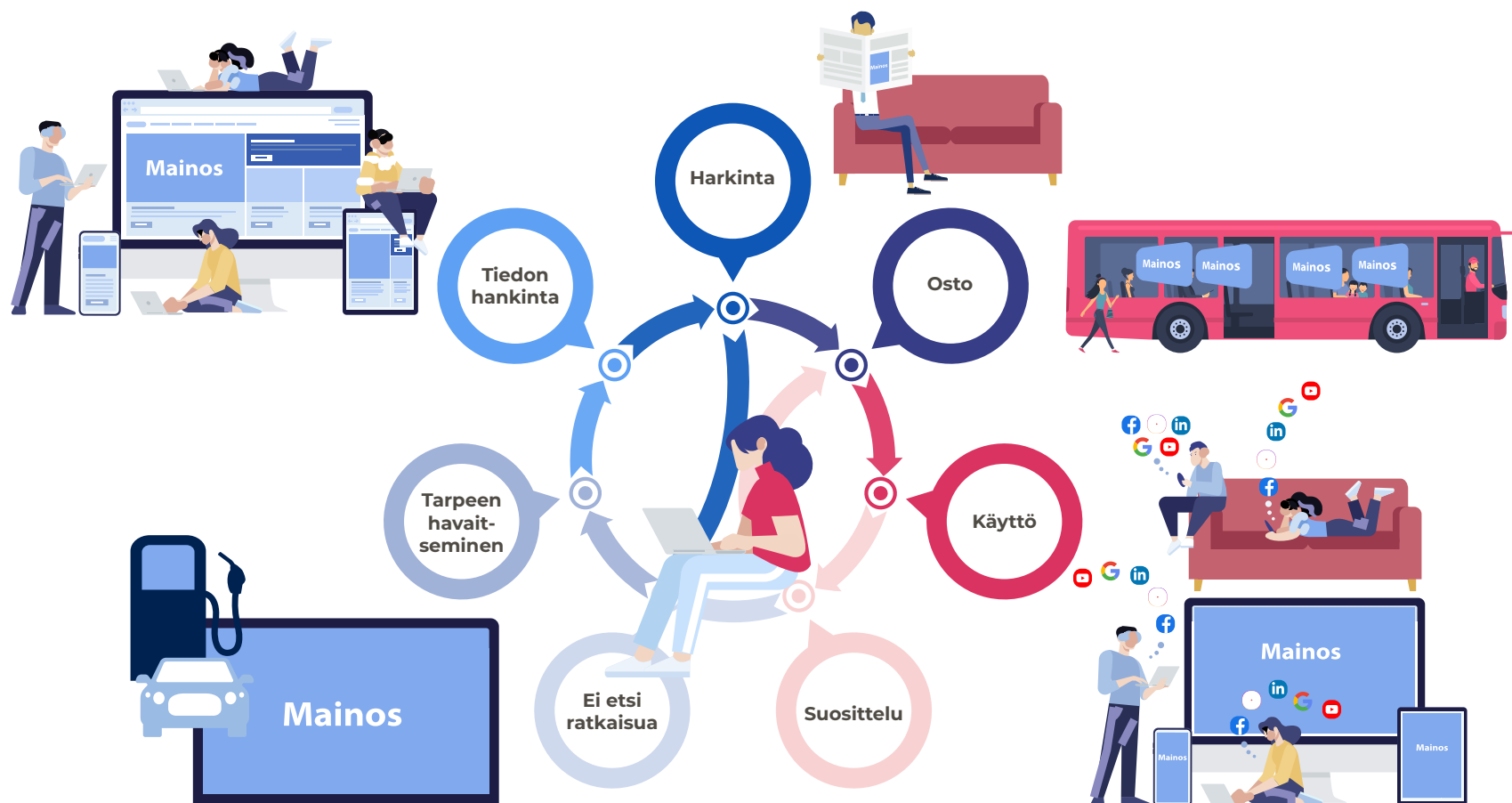
## PÄÄTÖSVAIHEESSA

asiakas ratkaisee, minkä yrityksen puoleen hän kääntyy. Yrityksen on siis erottauduttava edukseen muiden tarjokkaiden joukosta. Hyviä keinoja ovat esimerkiksi verkkosivuilla julkaistut asiakaskertomukset tai suositukset.

Parhaassa tapauksessa ostaja etenee käyttö- ja suositteluvaiheeseen, jossa asiakas ostaa yritykseltä yhä uudelleen ja suosittelee yritystä muille.



# Mediamme tarjoavat ratkaisuja kaikkiin ostopolun vaiheisiin



# Mediamme tarjoavat ratkaisuja kaikkiin ostopolun vaiheisiin

## TIEDON HANKINTA

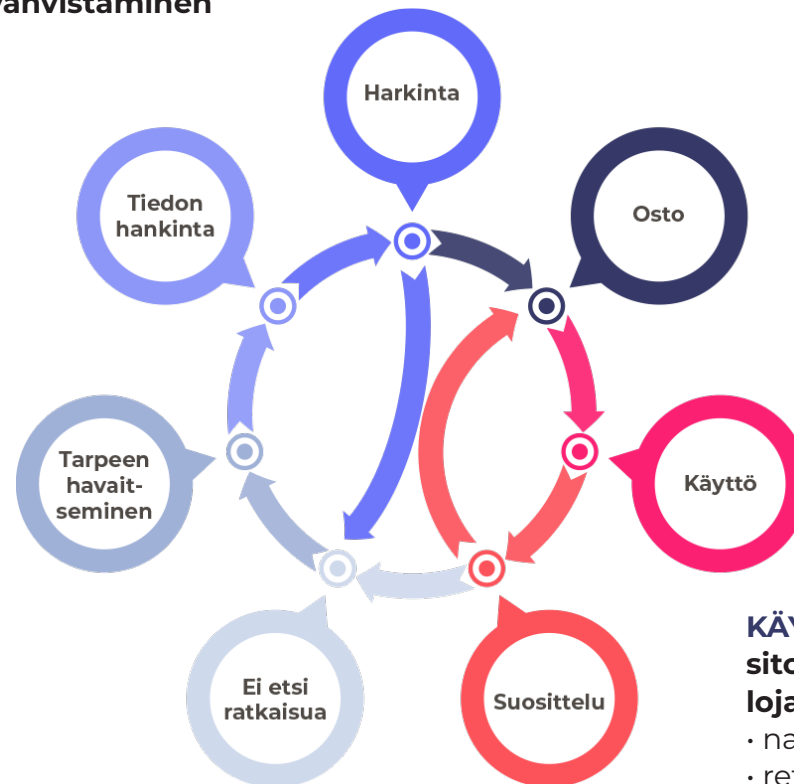
### houkuttelu, brändin ja mielikuvan vahvistaminen

- display, bannerit
- printti
- digitaalinen ulkomainonta
- näköislehden videomainos
- monisivuinen esitemainos: digi & printti
- natiivit
- some-mainonnan kampanjapaketit
- hakusanamainonta
- kohdentaminen ja retargetointi
- suoramainonta, jakelupalvelut

## TARPEEN HAVAITSEMINEN

### tunnettuuden rakentaminen, houkuttelu

- display, bannerit
- printti
- digitaalinen ulkomainonta
- näköislehden videomainos
- monisivuinen esitemainos: digi & printti
- some-mainonnan kampanjapaketit
- hakusanamainonta
- suoramainonta, jakelupalvelut



## HARKINTA

### brändin ja mielikuvan vahvistaminen

- display, bannerit
- printti
- digitaalinen ulkomainonta
- näköislehden videomainos
- monisivuinen esitemainos: digi & printti
- natiivit
- some-mainonnan kampanjapaketit
- hakusanamainonta
- kohdentaminen ja retargetointi
- suoramainonta, jakelupalvelut

## KÄYTTÖ, SUOSITTELU

### sitouttamisen ja lojaaliuuden vahvistaminen

- natiiviartikkelit
- referenssit
- kohdentaminen
- retargetointi
- brändimarkkinointi: printti, display, digitaalinen ulkomainonta

# ASIAANTUNTIJAMME PALVELUKSESSASI



## Kampanja tarpeidesi mukaan

Toivomme, että tästä oppaasta oli hyötyä monimediallisen kampanjasi ideoinnissa. Meillä on laaja palvelu- ja kanavatarjonta, mikä helpottaa toimintaasi. Saat mediaratkaisut yhden luukun periaatteella, eikä sinun tarvitse solmia useita eri mediakumppanuuksia. Ota rohkeasti yhteyttä asiantuntijaan – autamme mielellämme kaikissa asioissa.



[meks.fi](https://meks.fi)