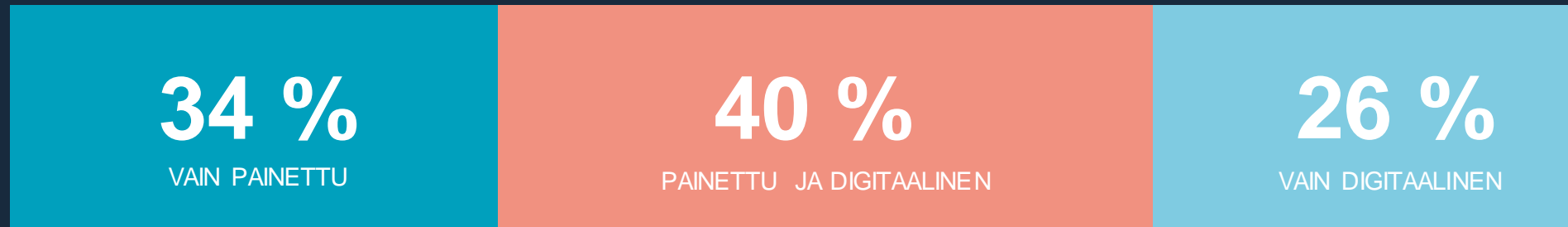


# Tehokas monikanavainen myynnintekijä

MAINOSTEN HUOMIOARVOT KASVUSSA JA KÄYTÖSSÄ  
UUDET MONIKANAVAISET RATKAISUT



# Sanomalehti on monikanavainen

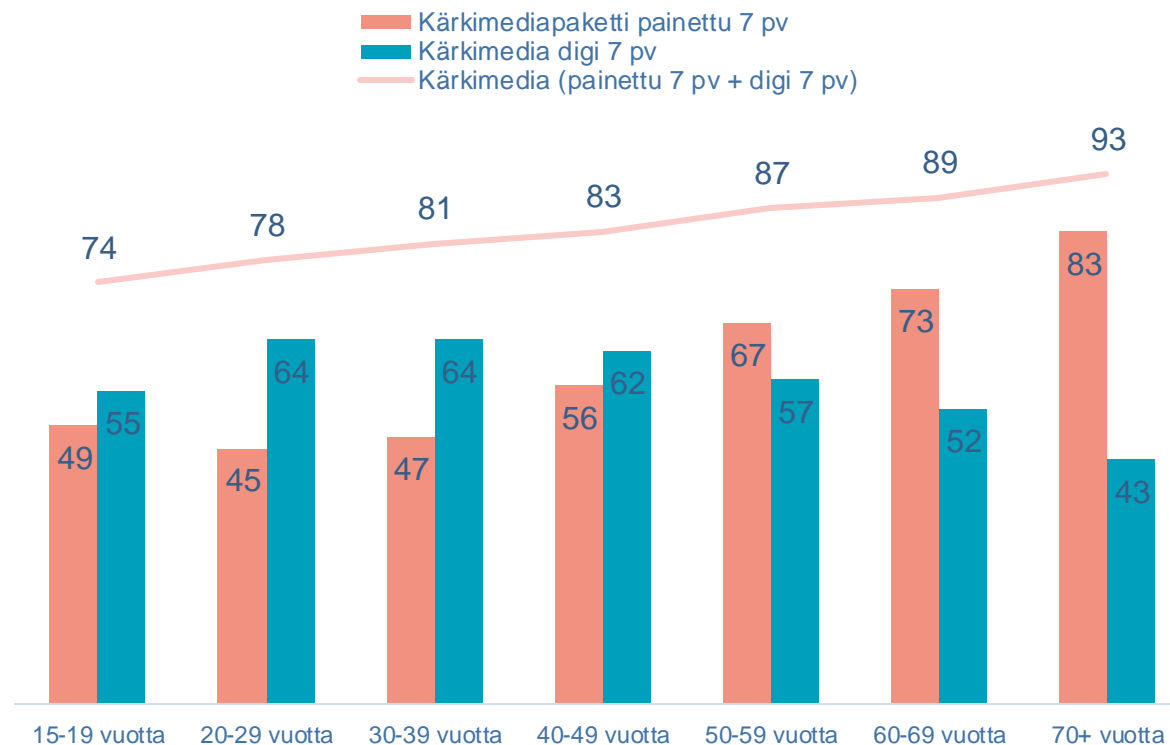


# Mainostamalla monikanavaisesti tavoittaa kaikenikäiset

Digilukijoiden määrä korostuu luonnollisesti nuoremmassa lukijoissa ja printin lukijamäärä vastaavasti vanhemmissa ikäluokissa.

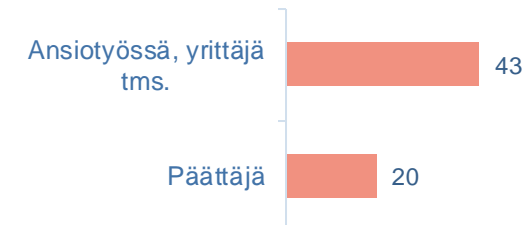
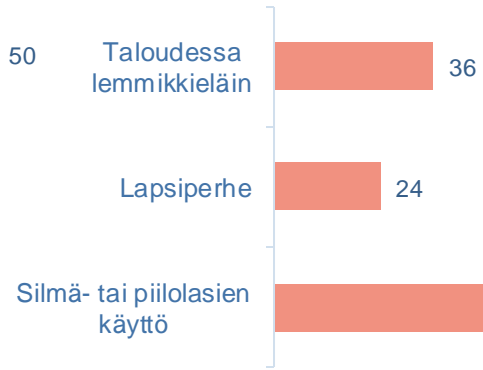
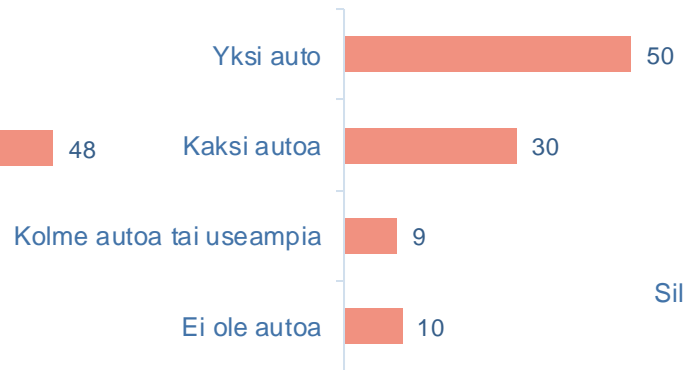
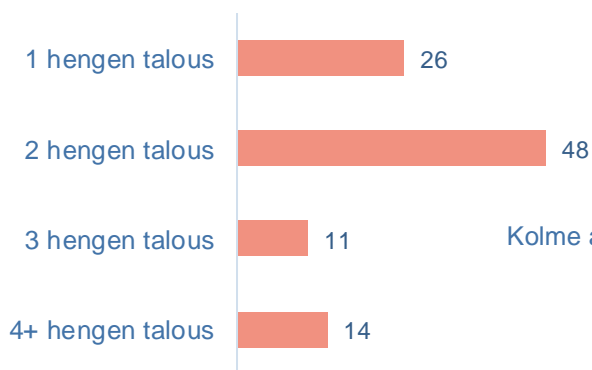
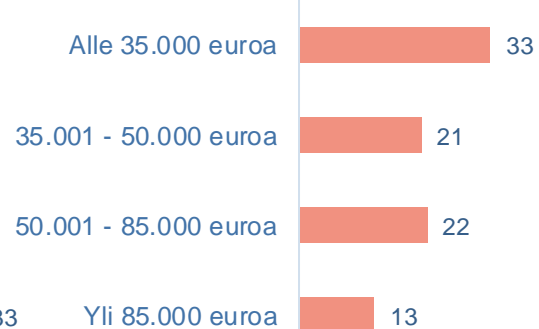
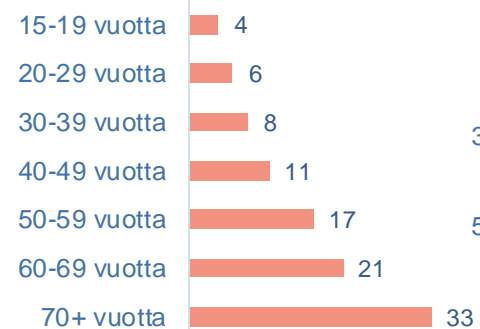
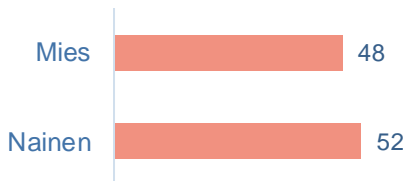
Digi- ja printtilukijoiden profiilit täydentävät hyvin toisiaan.

Kärkimedia tavoitavuus 15+ vuotta est. 4 299 000



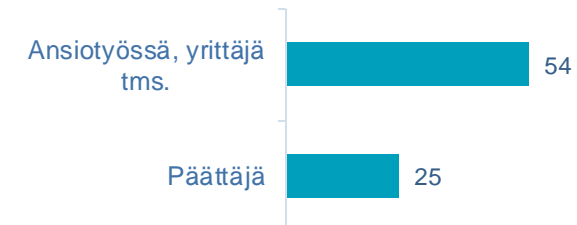
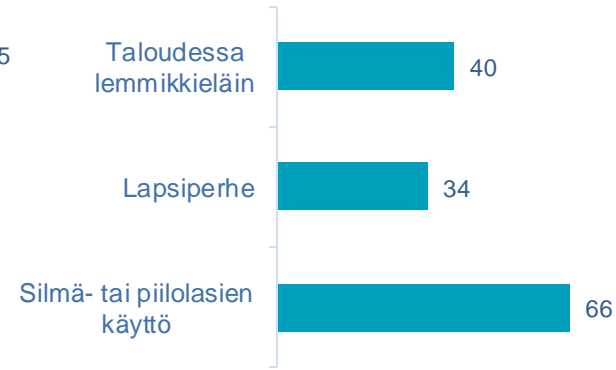
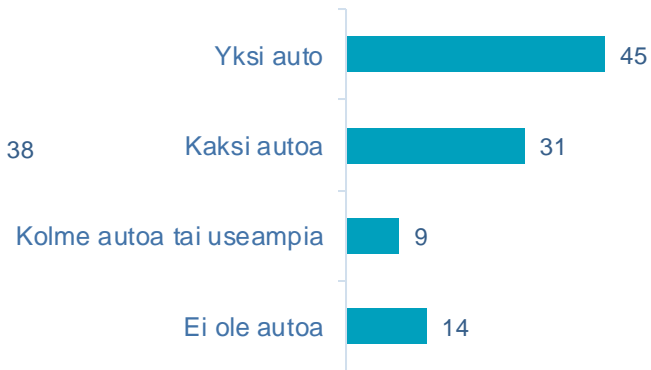
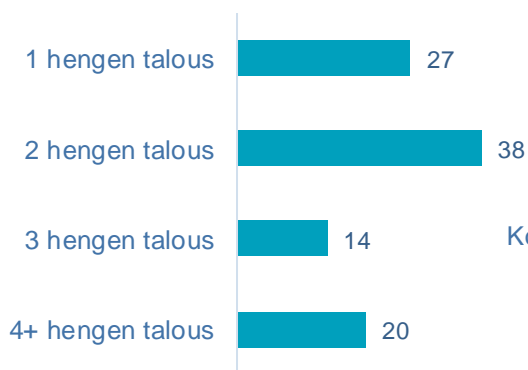
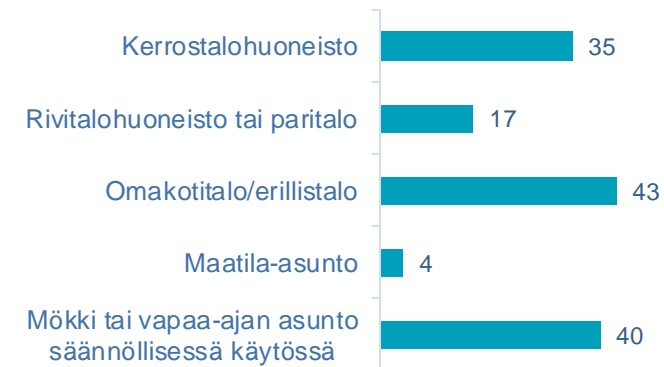
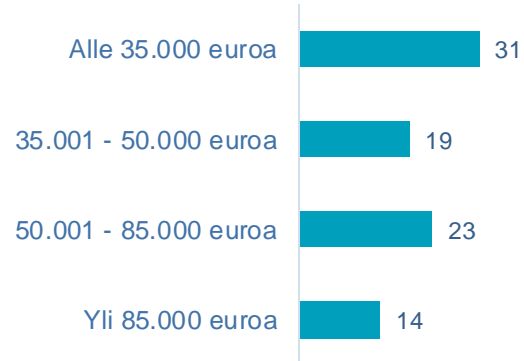
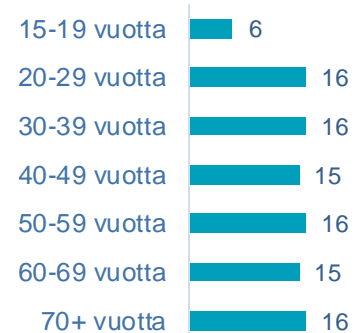


# 44rinttilukijoiden profiili





# Bigilukijoiden profiili





# Printin ja digin yhteisvaikutus kampanjan tehoon on huomattava

Mainos **muistetaan** paremmin

Viesti tuntuu **henkilökohtaisemmalta**

Mainokseen **perehdytään** paremmin

Sisältö **ymmärretään** paremmin

Viesti tuntuu **kiinnostavammalta**

Mainos **aktivoi** toimimaan

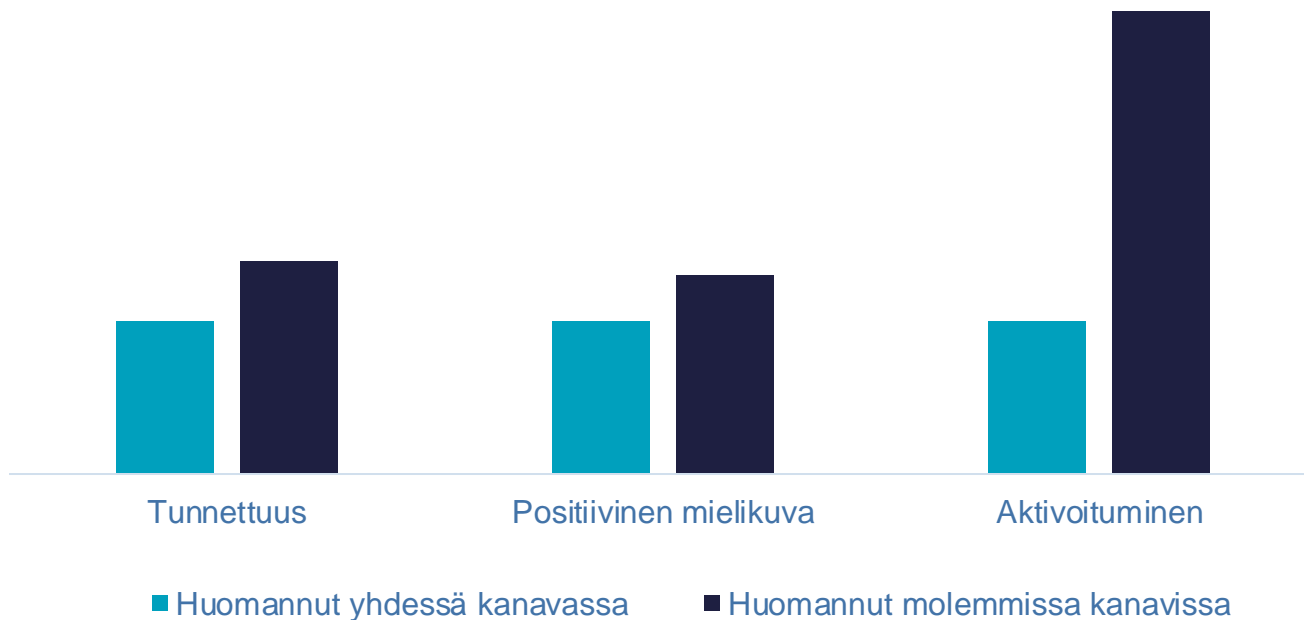


**Printtimainonnan  
huomioarvo keskimäärin  
71%**

**Digimainonnan  
huomioarvo keskimäärin  
54%**

# Monikanavaisuuden vaikutus

40% lukee sanomalehteä sekä painettuna että digitaalisena



- ✓ Tunnettuus kasvaa (indeksi 139)
- ✓ Positiivinen mielikuva kasvaa kolmanneksella (indeksi 130)
- ✓ Aktivoituminen kolminkertaistuu (indeksi 304)



# Fazerin mainoksella huikea huomioarvo, brändimielikuva ja aktivointi niin painetussa lehdessä kuin digitaalisissa kanavissakin

## DIGIETUSIVU



HUOMIOARVO

85%

- Myönteinen vaikutus mielikuvaan 59%
- Ostoaikomus 22%

## PAINETTU SANOMALEHTI



HUOMIOARVO

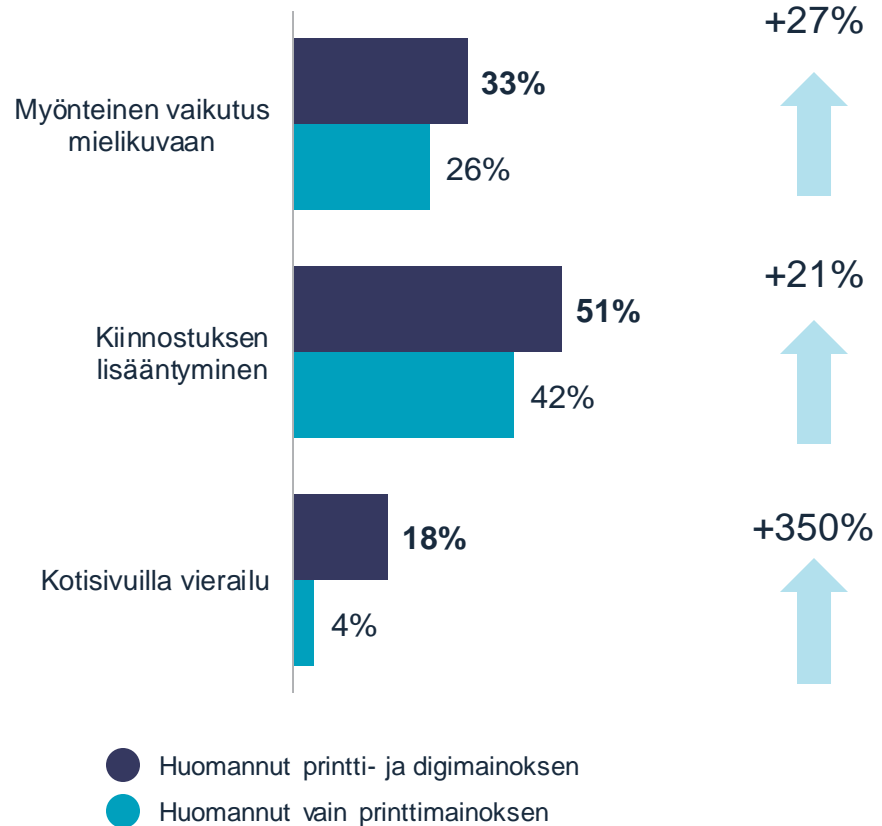
91%

- Myönteinen vaikutus mielikuvaan 73%
- Ostoaikomus 34%
- Painetussa lehdessä on mahdollisuus avata tarinaa enemmän

*”Brändin näköinen, positiivinen, ajankohtainen.”*

*”Fazerin mainonta on aina tyylikästä ja herättää positiivisia mielikuvia.”*

# Monikanavaisuus lisäsi Nordean kampanjan tehoa



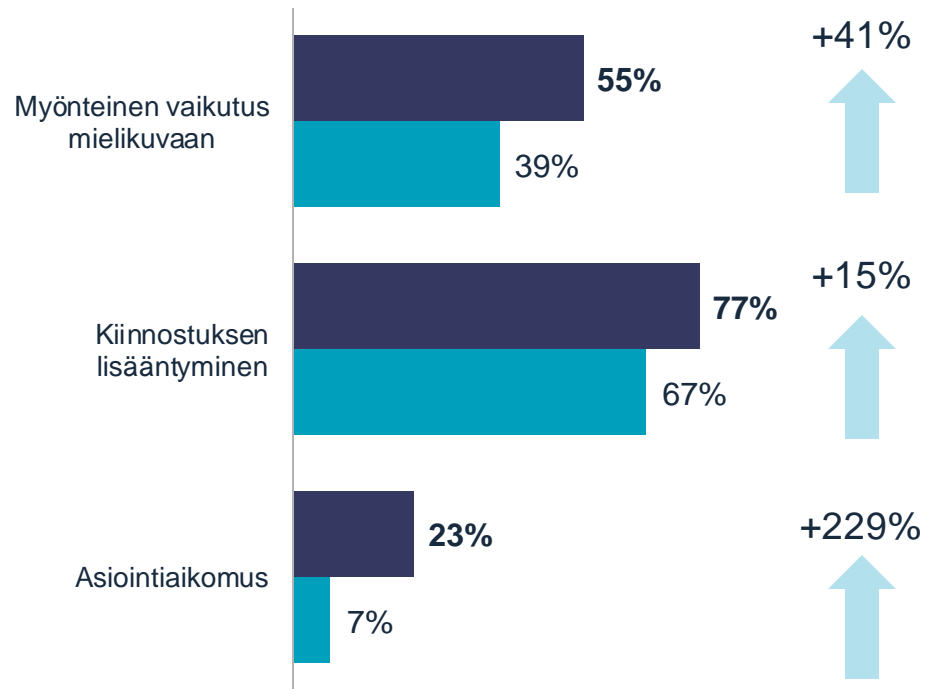
**A 50** Helsingin Sanomat perjantai 8.3.2020  
**TALOUS**

**Uutiset**  
**Maalijätti korotti tarjoustaan Tikurilasta**  
Maalijätti Tikurilasta on nostanut tarjouksensa...  
**Euroalueen inflaatiovahti emallaan**  
Euroalueen inflaatiovahti on jatkossaan...  
**Viking Line menetti paljon matkustajia**  
Viking Line menetti viime vuonna 70 prosenttia matkustajistaan...  
**Lentojen matkustajamäärät laskivat yli 90 prosenttia**  
Lentoliikenne on laskenut...  
**Jatkamme taiteita ja ideoita**  
Nordean kampanjat jatkuvat...

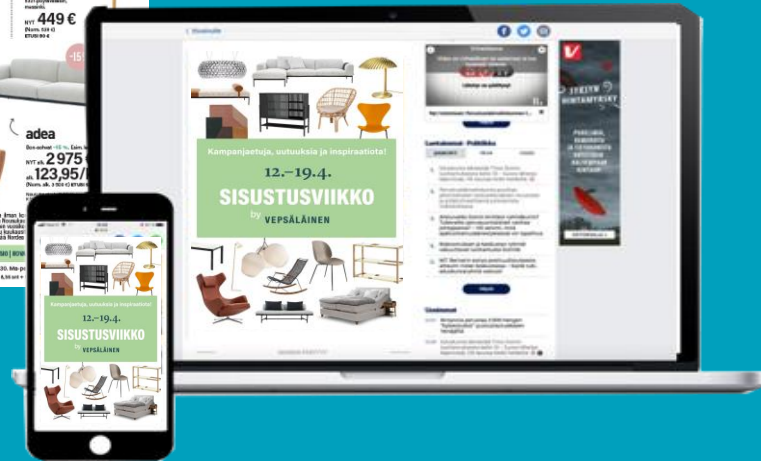
**Nordea**  
Hyvä Nordean asiakas, pankkiasiasi hoituvat turvallisesti myös poikkeuksellisen aikana

- Nordea Asiakaspalvelu – täyden palvelun pankkikonttori
- Varaa ruuhkaton käynti konttorin
- Suosittellemme etätapaamista
- Säästä aikaa itsellesi

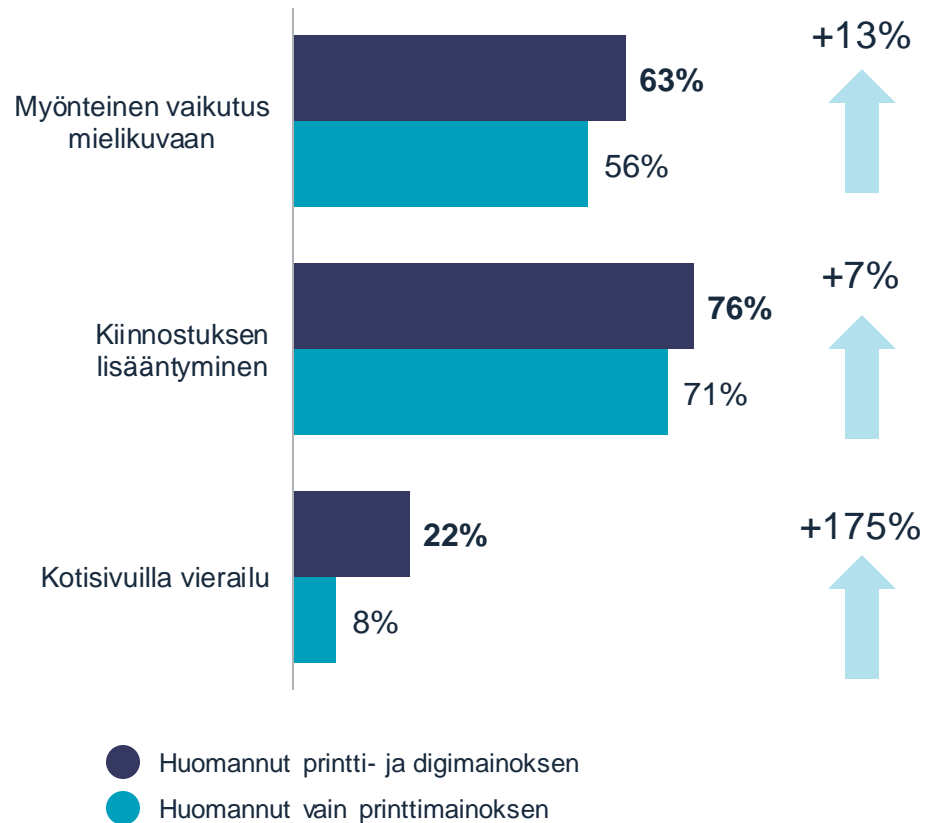
# Monikanavaisuus lisäsi Vepsäläisen kampanjan tehoa



- Huomannut printti- ja digimainoksen
- Huomannut vain printtimainoksen



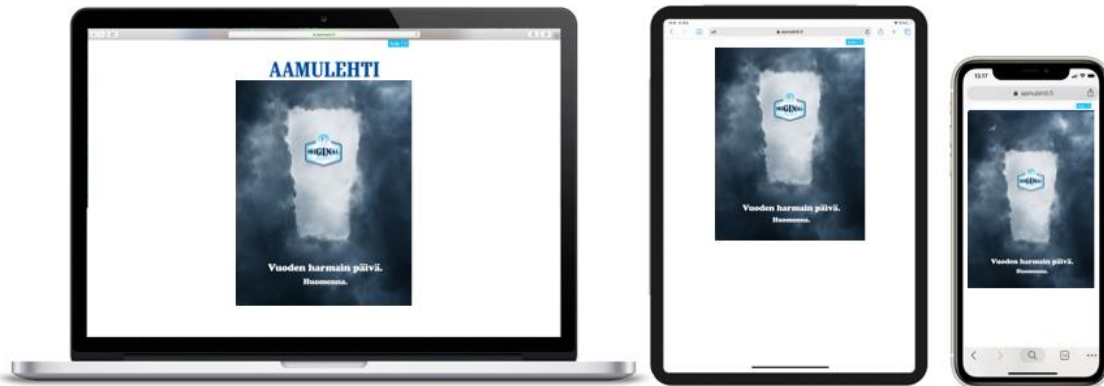
# Monikanavaisuus lisäsi Saarioisen kampanjan tehoa



# Vuoden harmain päivä monikanavaisesti Kärkimediassa 13.11.

Kampanjan kontaktit yhdessä  
päivässä yli 2 miljoonaa\*

\*Printtikierroksen tavoitavuus 15 lehdessä 1 817 000 ja  
digietusivun kontaktit 327 000.



Lukijoita puhuteltiin paikallisesti  
eri viesteillä ja murteilla.



*Kärkimedia*