

Sanoma  
**UNIKKI**

Digitaalinen suoramarkkinointi

10.2.2011

# Miksi digitaalinen suora?

- 1. Kustannustekijät**
- 2. Kuluttajakäyttäytyminen**
- 3. Nopeus**
- 4. Kohdennettavuus**

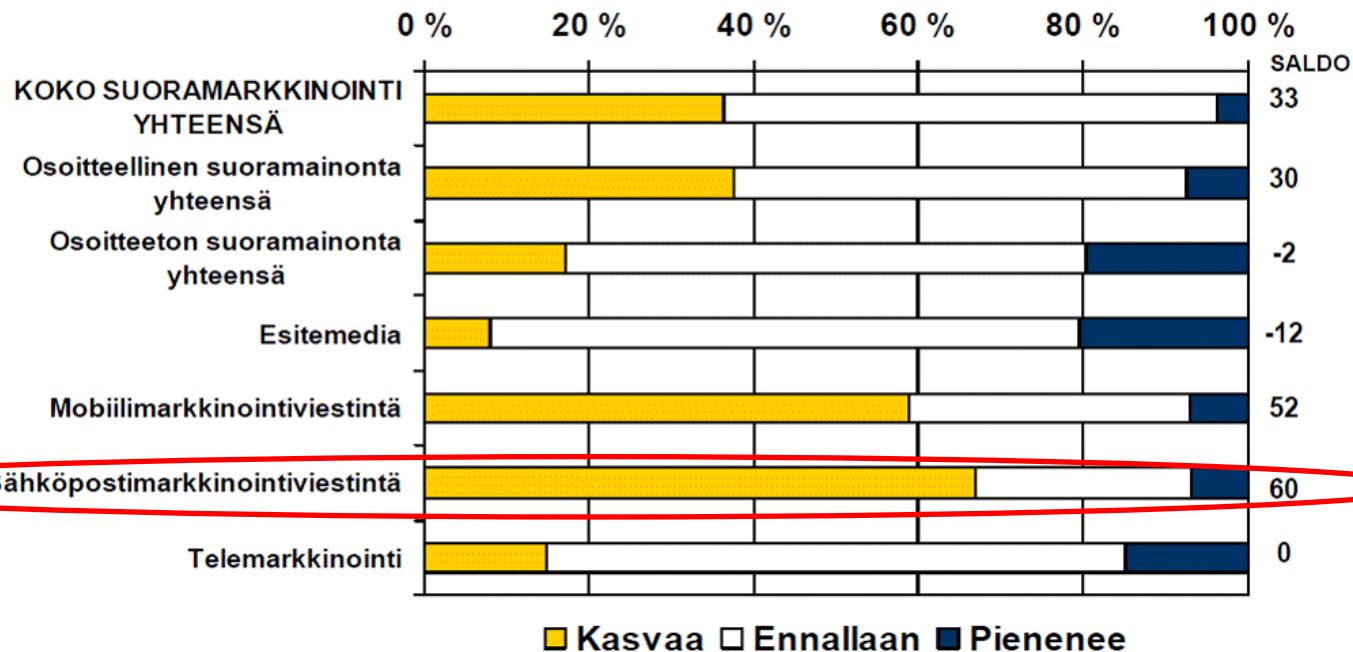
*(Lähde: Digibarometri-tutkimus 2009)*

**Tärkein verkkokauppaan ohjaava tekijä on sähköpostisuora.**

Lähde: TNS Gallup / Online Shopping 2010

# Miksi digitaalinen suora?

## Eri mediaryhmien volyymien kehittyminen 2011 vs. 2010 (3/4)



# Digitaalinen suoramarkkinointi

## 1. Kohdenna

- Älä spämmää. Mieti ketä haluat puhutella.

## 2. Herätä kiinnostus, aktivoi vastaanottaja tekemään jotain

- Etu, tarjous tai kilpailu

## 3. Ymmärrä aihekentän merkitys


- Aihekenttä ja lähettäjä määräävät pitkälti sen, avataanko viesti vai ei

## 4. Selkeä sisältö, vain oleelliset asiat viestiin

- Sähköinen suora ei ole sama kuin uutiskirje tai printtimainos

## 5. Testaa

- Aihekenttää, tarjousta, hintaa, kohderyhmää, ajoitusta, visua, jne.



**Digitaalisessa ympäristössä  
testaus on halpaa, helppoa  
ja nopeaa, ja tulokset ovat  
heti hyödynnettävissä.**

# Sanoma Uniikki

## ➤ Suomen suurin

Sanoma Uniikki on Suomen laajin digitaalisen suoramarkkinoinnin rekisteri. Kontaktimäärä on tällä hetkellä yli 700.000 ja rekisteri on voimakkaassa kasvussa.

## ➤ Laatua ja luotettavuutta

Mediaympäristönä toimivat Suomen tunnetuimmat ja laadukkaat verkkomediabrändit, joiden nimissä viestit lähetetään, mikä lisää viestin luotettavuutta ja edelleen tehokkuutta. Viestejä voi lähteä max 1 / viikko / rekisteröitynyt käyttäjä.



**B2B**

n. 70.000 kpl

**B2C**

Yli 600.000 kpl

# Sanoma Uniikki – B2B päättäjärekisteri

koostuu Taloussanomien, IT-viikon sekä Digitodayn uutiskirjeiden tilaajista



## Taloussanomien päivittäisen uutiskirjeen tilaajien profiilista

- \* 82 % on iältään 35–64 –vuotiaita
- \* 42 % on johtavassa asemassa tai ylempiä toimihenkilöitä
- \* 10 % on yrittäjiä
- \* 44 % asuu Suur-Helsingin alueella
- \* 57 % talouden tulot yli 50.000 €

**Taloussanomien  
Markkinointi- ja Yrittäjä  
–uutiskirjeiden tilaajat**



## Digitodayn uutiskirjeen tilaajien profiilista

- 84 % on iältään 25-54 –vuotiaita
- 72 % on miehiä
- 49 % on johtavassa asemassa tai ylempiä toimihenkilöitä
- 50 % asuu Suur-Helsingin alueella
- 56 % talouden tulot yli 50.000 €
- 24 % työalueena tietotekniikka
- 27 % työalueena yleisjohto, myynti tai markkinointi



## It-viikon uutiskirjeen tilaajien profiilista

- 92 % on iältään 25–64 –vuotiaita
- 76 % on miehiä
- 42 % on johtavassa asemassa tai ylempiä toimihenkilöitä
- 43 % asuu Suur-Helsingin alueella
- 54 % talouden tulot yli 50.000 €
- 34 % työalueena tietotekniikka
- 18 % työalueena yleisjohto, myynti tai markkinointi

# Sanoma Uniikki – B2C kuluttajarekisteri

**Tavoittaa** aidosti kiinnostuneet kuluttajat, jotka ovat antaneet markkinointiluvan sekä antaneet itsestään lisätietoja saadakseen juuri heitä kiinnostavia mainosviestejä.  
(Kuluttajakäyttäytyminen)

**Viestin voi kohdistaa tarkasti**, eikä joudu maksamaan hukkakontakteista. Hinnoittelu perustuu perille menneisiin viesteihin kontaktiperusteisesti. Kampanjan onnistumisesta saa selkeät raportit, jotka mahdollistavat ROI-laskelmat.  
(Kustannustekijät ja kohdennettavuus)

Pystytään toimimaan **nopeallakin** aikataululla sekä ajastamaan viestin lähteminen tarkasti. (Viestin nopea perille saaminen)

Huuto.net

oikotie.fi

keltainen  
**PÖRSSI**

TYYLITAIVAS



älypää!

kiloklubi.fi

Hintaseuranta.fi

# B2C –rekisterin kohdennusmahdollisuudet

1. **Asuinpaikka (postinumerotarkkuudelle asti)**
2. **Sukupuoli**
3. **Ikä**
4. **Kiinnostusalueet:**
  - Autot, moottoripyörät, moottorikelkat, mönkijät
  - Kirjat ja lehdet
  - Kulttuuri, teatteri ja taide
  - Muoti ja kauneus
  - Perhe ja lapset
  - Sisustaminen ja design
  - Urheilu, liikunta ja terveys
  - ICT, viihde-elektronikka, tietokoneet ja pelit
  - Koti ja puutarha / parveke
  - Matkailu
  - Musiikki ja elokuvat
  - Ruoka ja juoma
  - Talous ja sijoittaminen
  - Veneily

## + Lisämaksulliset kohdennukset

- **Väestötietojärjestelmän tiedot**  
Esim. ammatti, äidinkieli, talouden koko, lasten lukumäärä/ikä/sukupuoli, asumismuoto, asunnon omistussuhde, edellisen muuton ajankohta jne.
- **Ajoneuvotietojärjestelmän tiedot**  
Esim. rekisterissä olevat kulkuneuvot (autot, mopot, moottoripyörät, moottorikelkat jne.) ja niiden rekisteröintivuosi, merkki, malli jne.

# Kiinnostusalue tehostaa viestin avausta

Lähettiläjä: American Express

Otsikko: Kullanarvoinen matkakumppani American Expressiltä

## American Express

Tule American Express Gold Card -kortinhaltijaksi ja koe miltä maailma näyttää kultaisena. Saat ensimmäisen vuoden ilman vuosimaksua (edun arvo 170 €), sekä pesämunaksi 5 000 Membership Rewards -pistettä, jolla saat jo vaikkapa vuokra-auton alle 30 päiväksi.

Hyvä matkailun ystävä,

Kun kortti on kultainen, ovat edut ja palvelukin sen mukaista. Gold Card -kortinhaltijana olet kanta-asiakas kaikkialla maailmassa. Löydät etuja ja tarjouksia huippuravintoloista hotelliyöpymissiin ja kiinnostavimpiin loma-kohteisiin.

### Runsaasti laadukkaita palkintoja

Gold Card -kortinhaltijana ansaitset Membership Rewards -pisteitä jokaisesta kortillasi tekemästäsi ostoksesta. Pisteesi voit muuttaa juuri sinulle sopiviksi palkinnoiksi: lennoiksi, hotelliyöpymisiksi, tavarapalkinnoiksi tai vaikkapa hemmotteluhoidoiksi.

Liittymällä kortinhaltijaksi nyt olet ansaitsemiesi 5 000 pisteen voimin jo puolimatka kohti esimerkiksi ilmaista hotelliyöpymistä. Joitakin palkintoja kuten autonvuokra tai autonvuokran, olet jo ansainnutkin, ja pistemääräsi turvin olet hyvässä vauhdissa matkallasi kohti suurempia palkintoja. Voit lukea lisää

Lähettiläjä: American Express

Otsikko: Kultainen tarjous ruoan ja viinin ystäville American Expressiltä

## American Express

Tule American Express Gold Card -kortinhaltijaksi ja koe miltä maailma näyttää kultaisena. Saat ensimmäisen vuoden ilman vuosimaksua (edun arvo 170 €), sekä pesämunaksi 5 000 Membership Rewards -pistettä, jolla saat jo vaikkapa vuokra-auton alle 30 päiväksi.

Hyvä ruoan ja viinin ystävä,

Kun kortti on kultainen, ovat edut ja palvelukin sen mukaista. Gold Card -kortinhaltijana olet kanta-asiakas kaikkialla maailmassa. Löydät etuja ja tarjouksia huippuravintoloista hotelliyöpymissiin ja kiinnostavimpiin loma-kohteisiin.

### Runsaasti laadukkaita palkintoja

Gold Card -kortinhaltijana ansaitset Membership Rewards -pisteitä jokaisesta kortillasi tekemästäsi ostoksesta. Pisteesi voit muuttaa juuri sinulle sopiviksi palkinnoiksi: ravintolalahjakorteiksi, lennoiksi, hotelliyöpymisiksi, tavarapalkinnoiksi tai vaikkapa hemmotteluhoidoiksi.

Liittymällä kortinhaltijaksi nyt olet ansaitsemiesi 5 000 pisteen voimin jo puolimatka kohti esimerkiksi ilmaista hotelliyöpymistä. Joitakin palkintoja, kuten autonvuokran tai palkintoutuukistamme litalan Aalto-kynttilälyhdyn tai Flirt-kulhon, olet jo ansainnutkin, ja pistemääräsi turvin olet hyvässä vauhdissa matkallasi kohti suurempia palkintoja. Voit lukea lisää palkintovalikoimastamme osoitteesta: [www.americanexpress.fi/catalogue](http://www.americanexpress.fi/catalogue).

### Vakuutusturvaa matkoillesi maailmalla ja kotimaassa

Kun maailma on kultainen, on siinä aina sijaa suurille ja pienille seikkailuille.

# KIITOS!

Tuija Vesanen  
Tuotepäällikkö  
Sanoma Digital Finland  
040 846 8807  
[tuija.vesanen@sanoma.fi](mailto:tuija.vesanen@sanoma.fi)  
[www.sanomauniikki.fi](http://www.sanomauniikki.fi)

Sanoma  
**UNIIKKI**