



# Audience measurement system "From panels to people"

OUTDOOR IMPACT / CAFAS  
CASE: Mediayhdistelmät



## Case 1: Kampanjan taustatiedot

Kampanjan tavoite:	Ulkomainonnan tehtävänä tavoittaa tehokkaasti isoissa kaupungeissa asuvat nuoret aikuiset. Kyseessä lanseerauskampanja -> toistotaso halutaan pitää korkeana.
Primäärikohderyhmä:	15-34-vuotiaat
Näkyvyys:	Ulkomainonnan roolina näkyä suurissa kaupungeissa, erityisen voimakkaasti ulkomainonnassa painotetaan pääkaupunkiseutua.
Kampanja-aika:	Elokuu
Muut tavoitteet:	Ulkomainonta vaikuttamassa lähellä ostopaikkaa ja -hetkeä. Kuitenkin yleinen kaupunkinäkyvyyskin ja toisto tärkeää. Ulkomainonnan mediavalinnoissa halutaan ensisijaisesti painottaa tuotteita, joiden tavoittavuusprofiilissa kohderyhmä korostuu. Toisaalta halutaan myös tavoittaa laajasti määritellyt sekundaarikohderyhmät varsinaisen kohderyhmän lisäksi.



Abribus Urban, 7 vrc



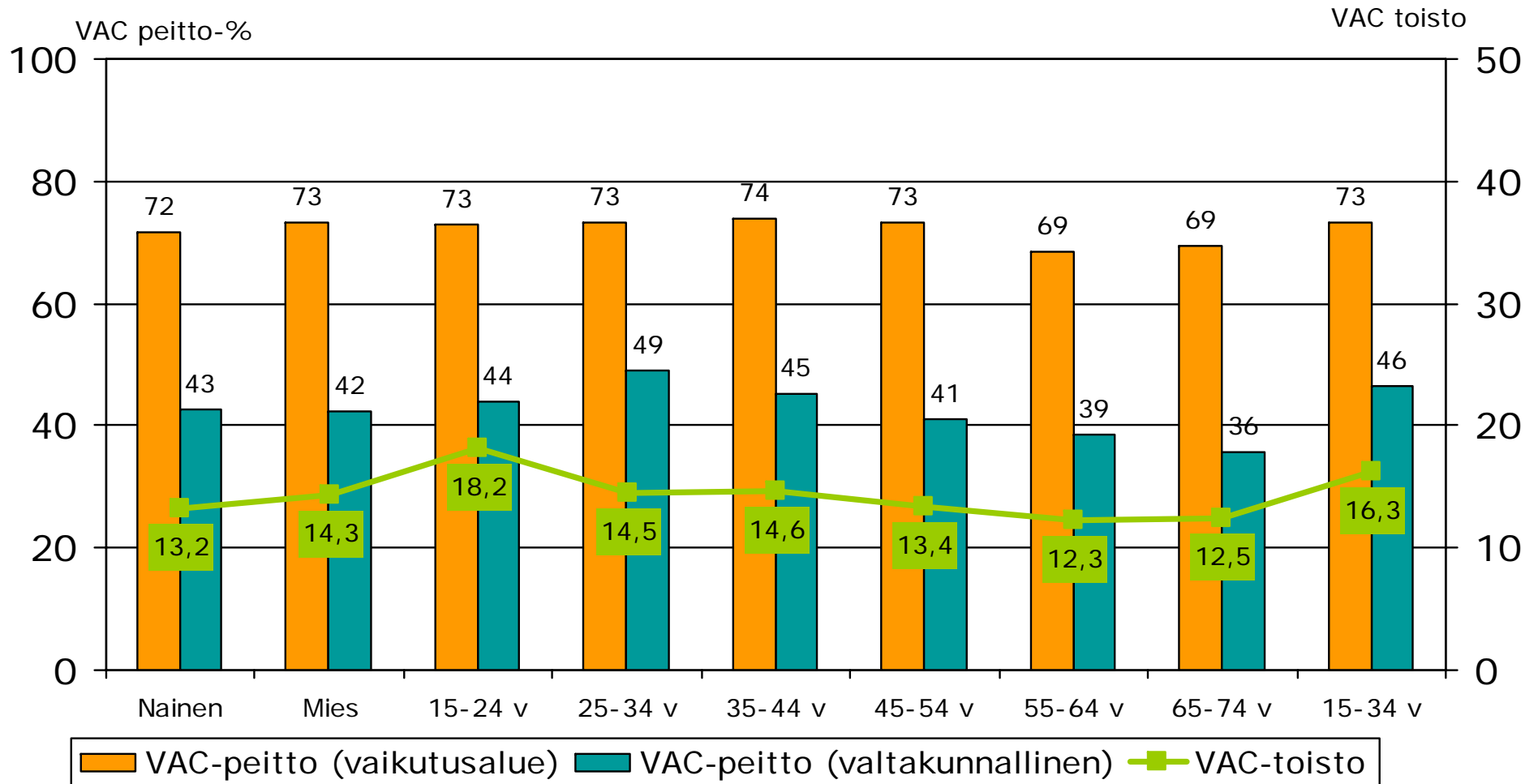


Raitiovaunujen ulkosivut, 14 vrk



# Abribus Urban

7 vrk, elokuu

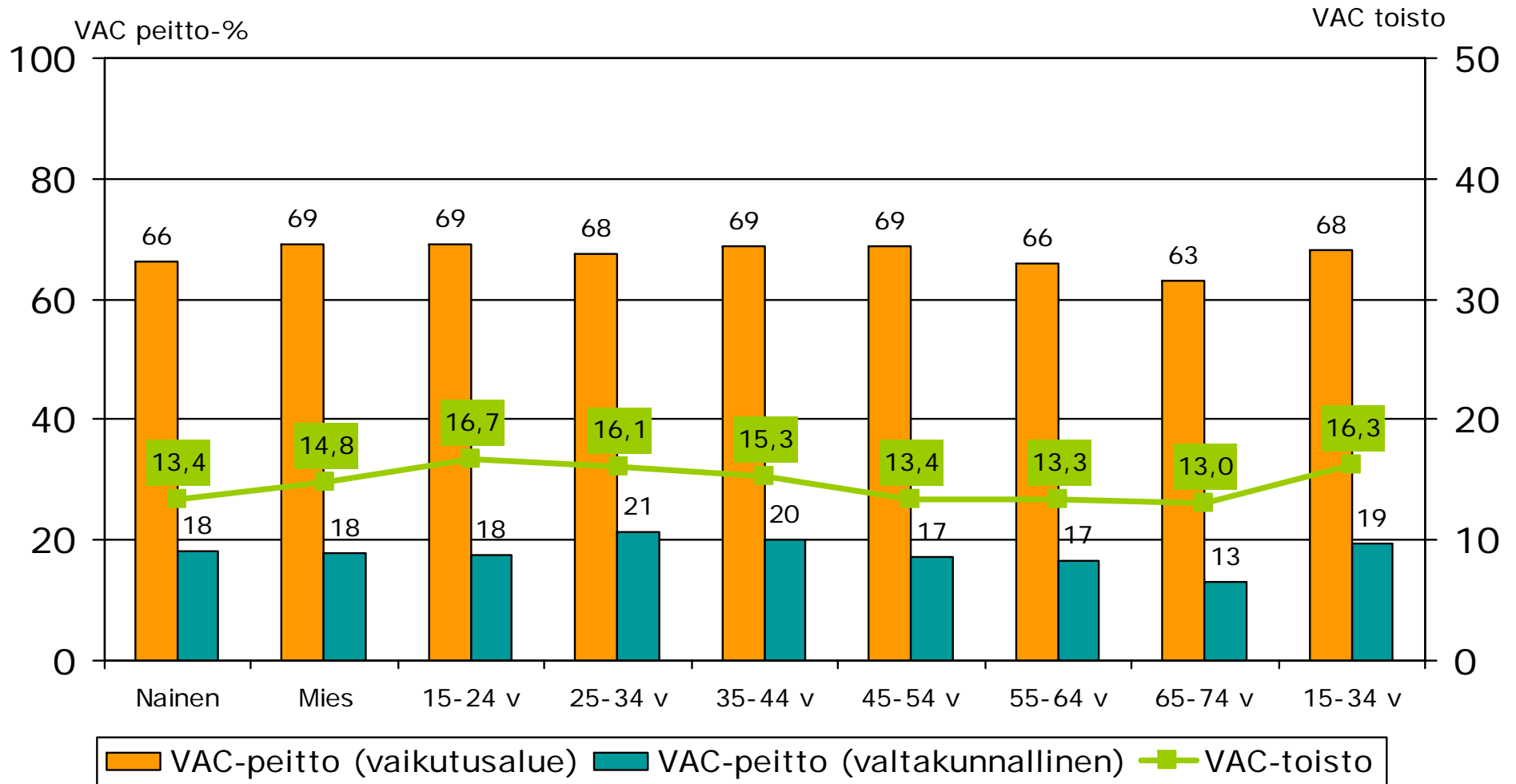


Vaikutusalue = yli 100k asukkaan työssäkäyntialueet



# Raitiovaunujen ulkosivut

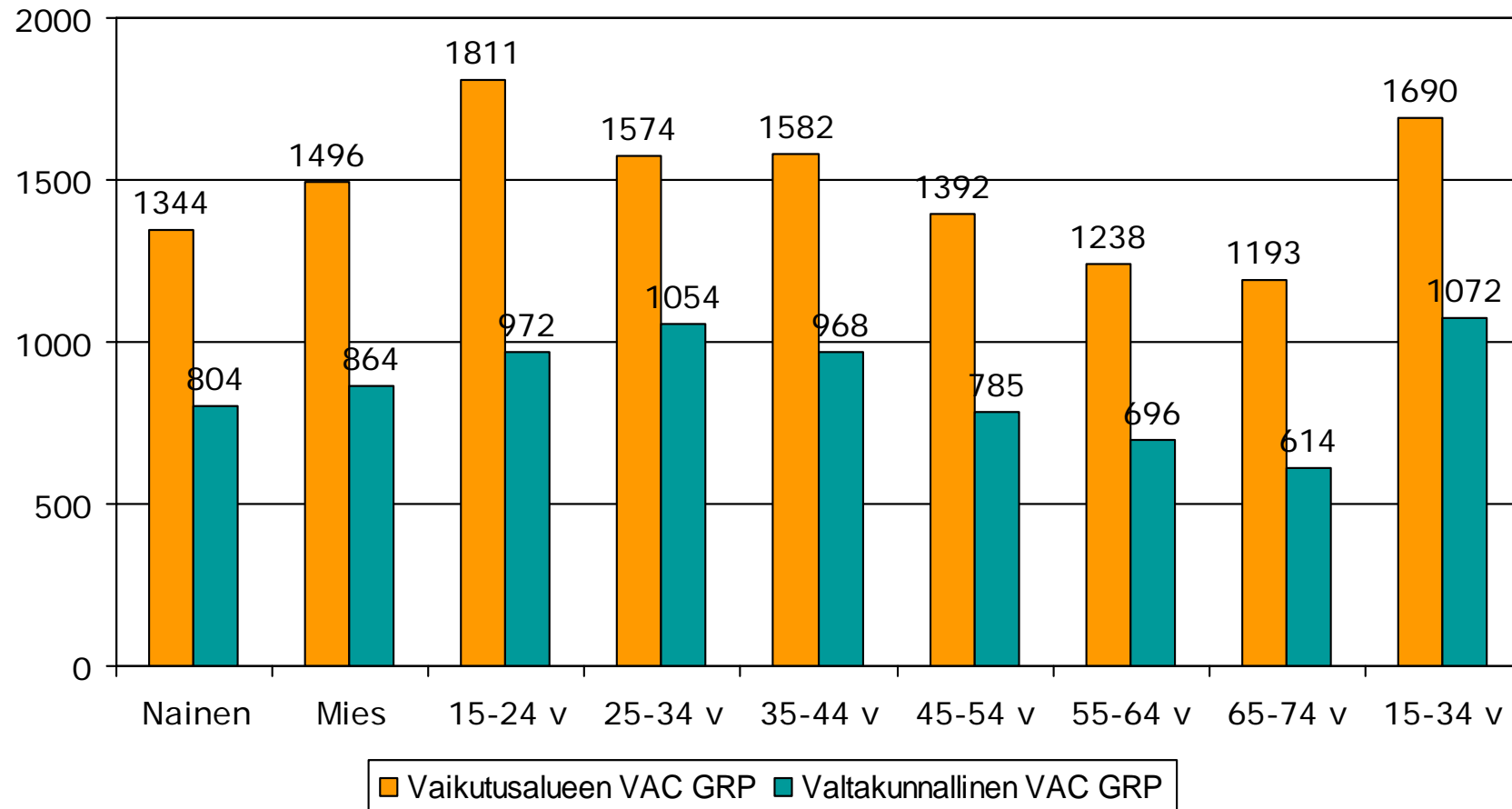
14 vrk, elokuu



Vaikutusalue = Helsingin työssäkäyntialue



## Abribus Urban + Raitiovaunut ulkosivut: VAC GRP



*Vaikutusalue = > 100k asukkaan työssäkäyntialueet*

## Kampanjan tunnusluvut

Päivää   Kohderyhmä  Kuukausi  N+  Sarjapakettien vakioipituudet käytössä

Tiedostot	Kampanjan pinnat	Pinnan Suunta	Liikenne	OTC	VAC	Valaistut	Valaisemattomat	Kadunvarsialue	Jalankulkualue
Katunäkyvyys	Asemanäkyvyys	Kauppapaikkanäkyvyys	Liikennevälinenäkyvyys	Kokonaisnäkyvyys	CPT(T)	Luokittelemattomat pinnat			

	Kohderyh män koko	VAC peitto %	VAC netto	VAC toisto	VAC totaali	VAC GRP	CPT(T)	Pinnat
Helsingin alue	350 000	96,3	337 000	28,4	9 548 000	2 731		544
Tampereen alue	96 000	61,4	59 000	21,2	1 248 000	1 305		118
Turun alue	82 000	62,2	51 000	15,6	798 000	969		89
> 100K alueet	254 000	55,9	142 000	11,4	1 624 000	639		221
< 100K alueet + maas	451 000							
<b>Yhteensä</b>	<b>1 233 000</b>	<b>47,8</b>	<b>589 000</b>	<b>22,4</b>	<b>13 218 000</b>	<b>1 072</b>		<b>972</b>

Tuloksissa mukana vain täysin luokitellut pinnat

Virhemarginaali +/- 2%

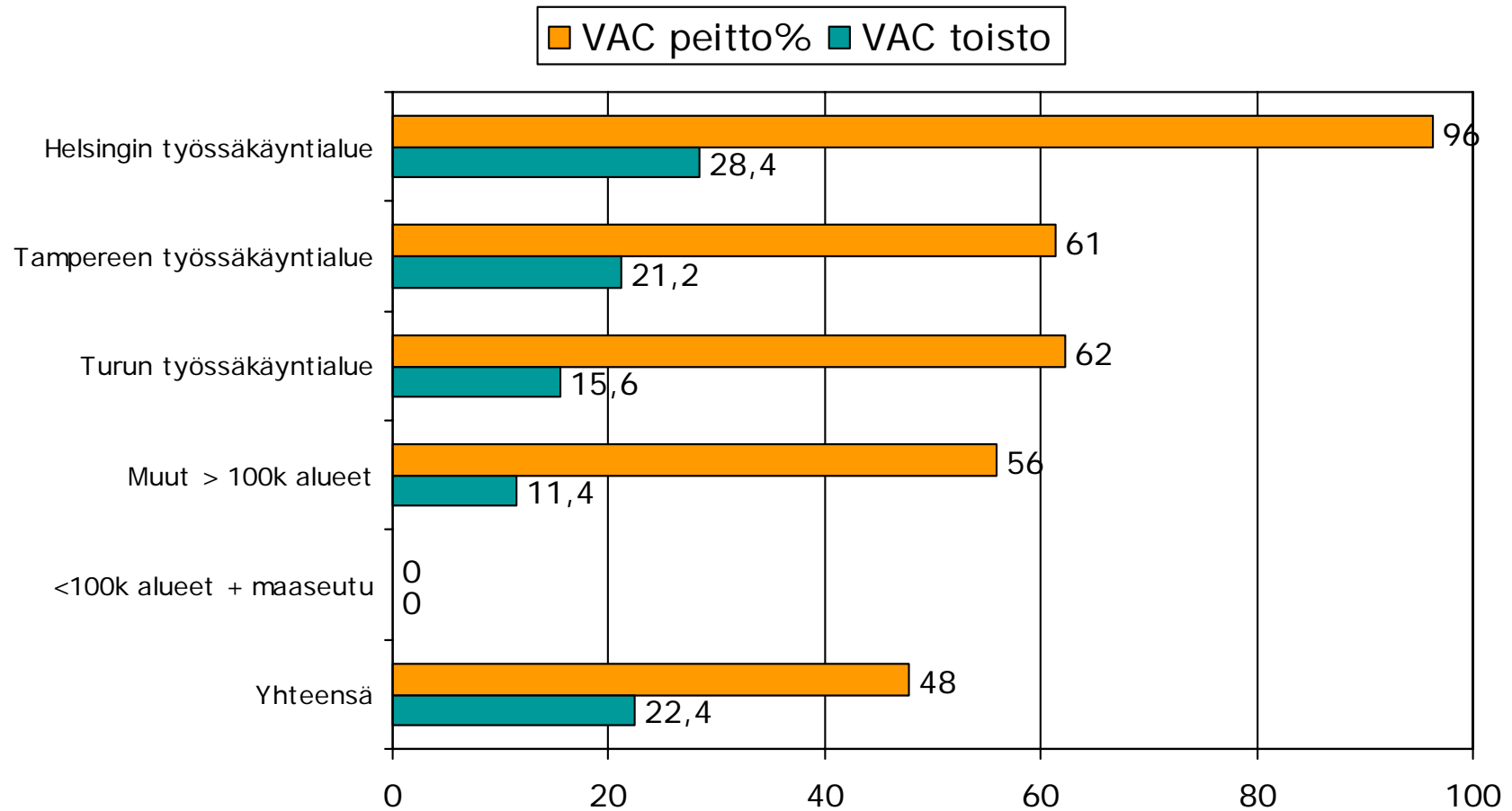
Sarja/ paketti

JCD\_abr\_ss\_7pv.txt  
CLC.Tram-LNG1.14.vrk.txt



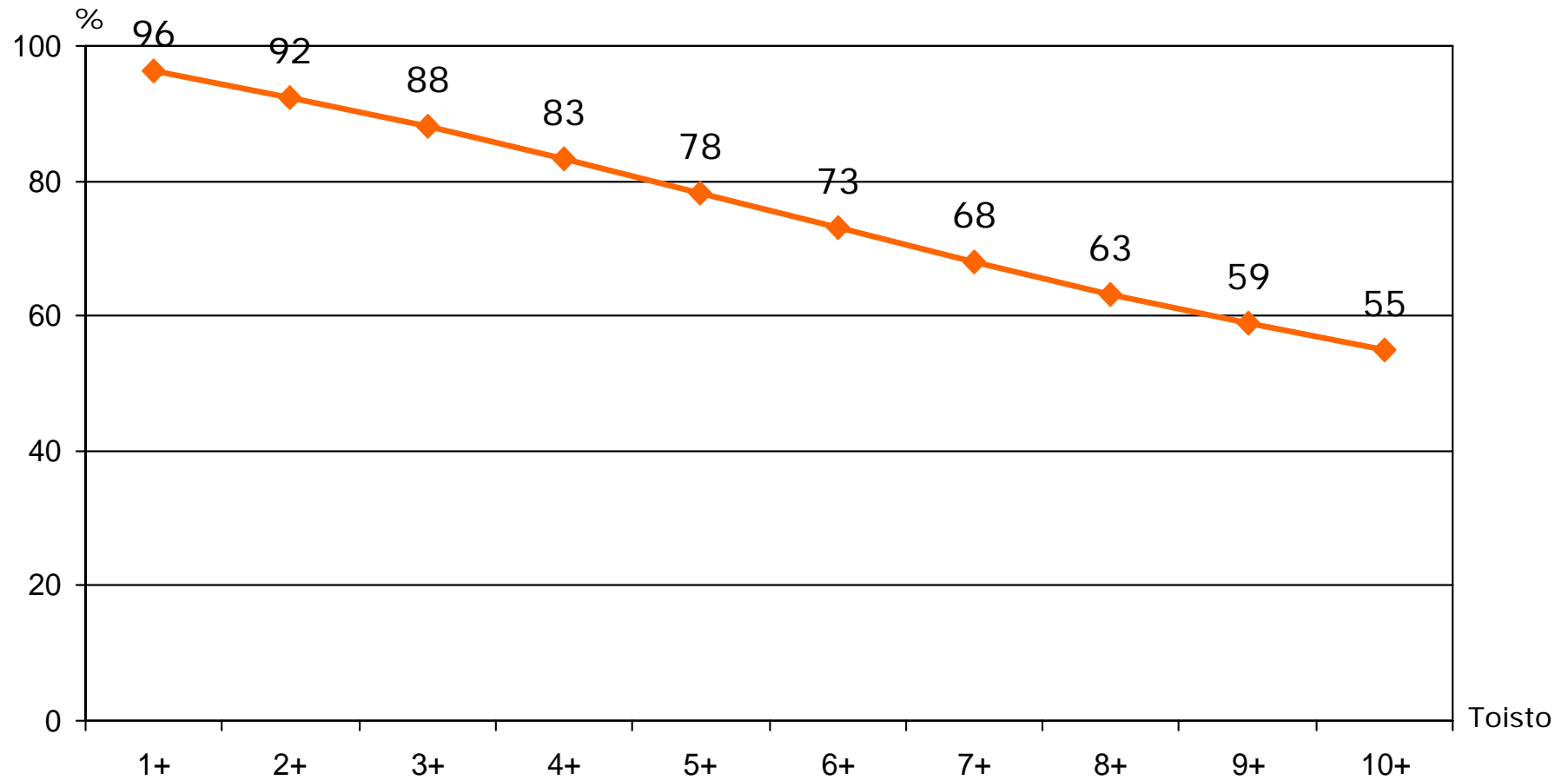


## Abribus Urban + Raitiovaunujen ulkosivujen tavoittavuus 15-34 v, elokuu





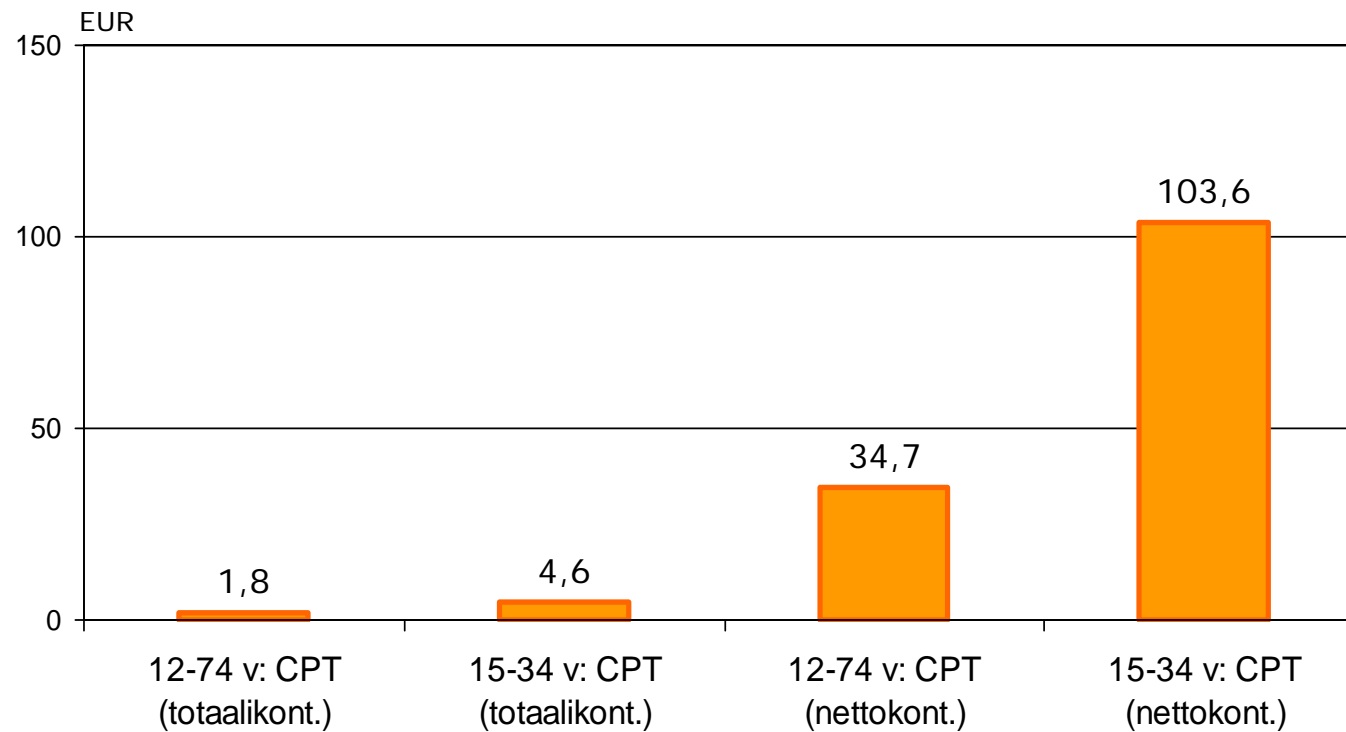
# Abribus Urban + Raitiovaunut ulkosivut: Tehokas peitto - Helsingin työssäkäyntialueen VAC peitto% 15-34 v, elokuu





## Abribus Urban + Raitiovaunut ulkosivut: CPT Kampanjan hinta 61.000,-

	<u>15-34 v:</u>	<u>12-74 v:</u>
Kohderyhmän koko:	1.233.000	4.010.000
VAC nettokontaktit:	589.000	1.760.000
VAC totaalikontaktit:	13.218.000	33.434.000





## Case 2: Kampanjan taustatiedot

<b>Kampanjan tavoite:</b>	Ulkomainonnalla haetaan useamman viikon näkyvyyttä. Imagokampanjan luova idea vaatii isoa mainospintaa.
<b>Primäärikohderyhmä:</b>	25-44-vuotiaat miehet
<b>Näkyvyys:</b>	Kampanjassa halutaan tavoittaa suurien kaupunkien lisäksi valtakunnallisesti myös muita alueita. Ulkomainonnassa painotetaan kuitenkin painotetaan näkyvyyttä top 5 –kaupungeissa.
<b>Kampanja-aika:</b>	Helmikuu
<b>Mediaratkaisut:</b>	1.) Maantiejättitaulut 2.) Citylite
<b>Muut tavoitteet:</b>	Haetaan mediayhdistelmää, jossa sama luova toteutus toimii eli formaatiltaan yhteensopivia, toisaalta tavoittavuudeltaan tavoitteita tukevia ja toisiaan täydentäviä mediaratkaisuja. Halutaan kohdata kohderyhmä sekä suurimpien kaupunkien sisällä että valtakunnallisesti tärkeimpien valtateiden varrella.





Maantiejättitaulut, 28 vrk

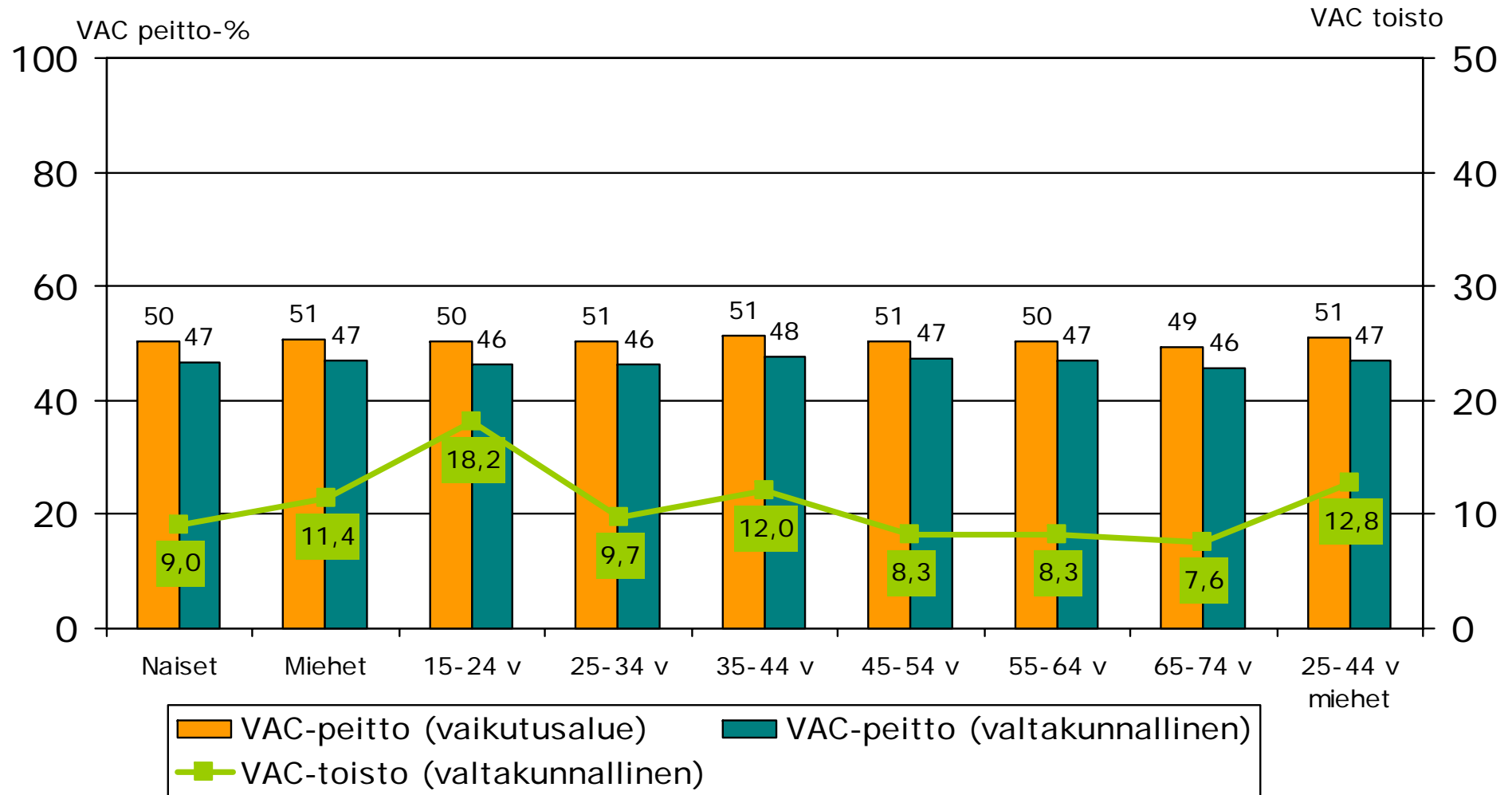


Citylite, 21 vrk



# Maantiejättitaulut

28 vrk, helmikuu

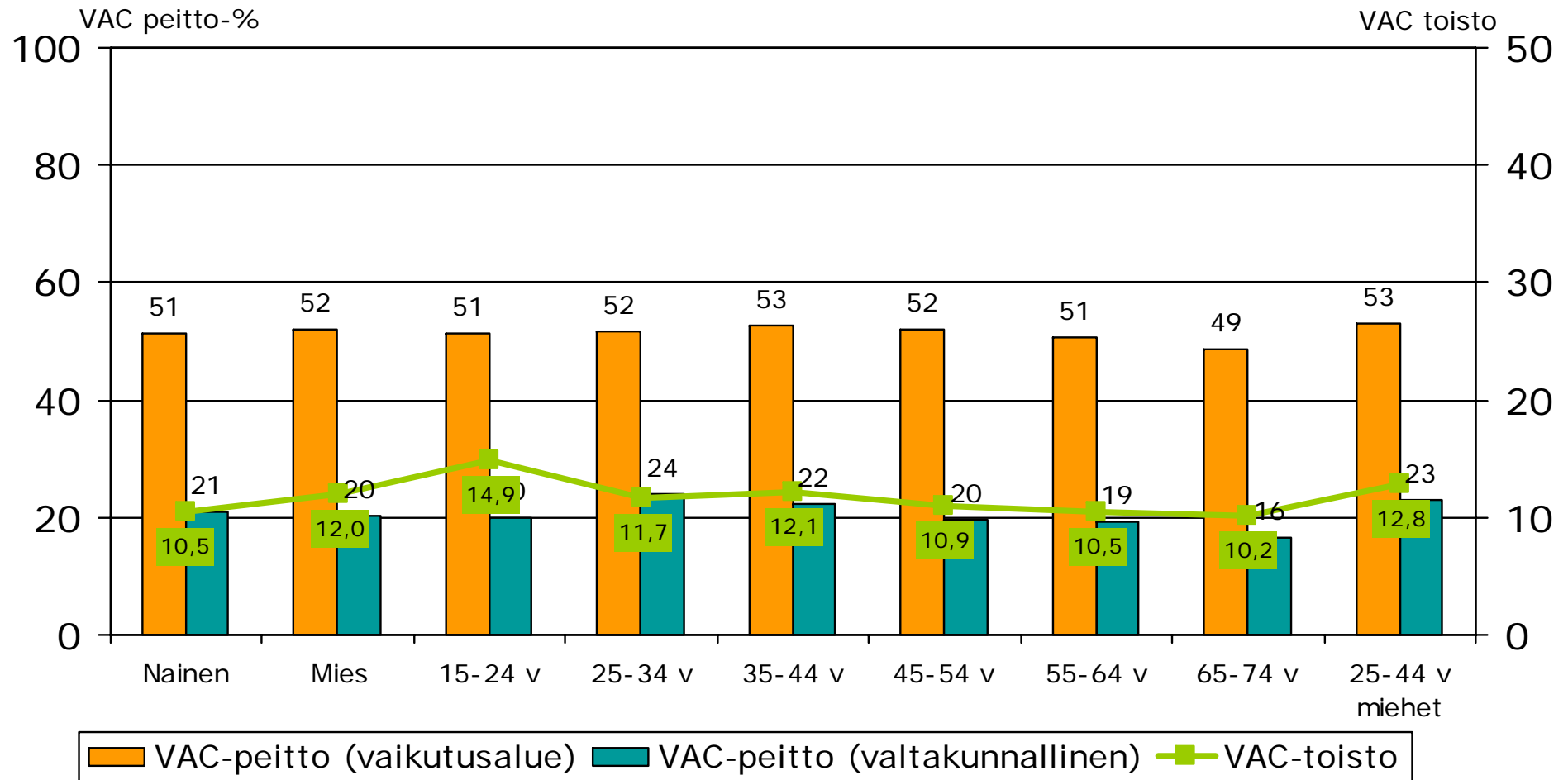


Vaikutusalue = Helsingin + Turun + Tampereen työssäkäyntialueet



# Citylite

21 vrk, helmikuu



Vaikutusalue = Helsingin + Turun + Tampereen työssäkäyntialueet



## Kampanjan tunnusluvut

Päivää   Kohderyhmä  Kuukausi  N+  Sarjapakettien vakioipituudet käytössä

Tiedostot	Kampanjan pinnat	Pinnan Suunta	Liikenne	OTC	VAC	Valaistut	Valaisemattomat	Kadunvarsialue	Jalankulkualue
Katunäkyvyys	Asemanäkyvyys	Kauppapaikkanäkyvyys	Liikennevälinenäkyvyys	Kokonaisnäkyvyys	CPT(T)	Luokittelemattomat pinnat			

	Kohderyh män koko	VAC peitto %	VAC netto	VAC toisto	VAC totaali	VAC GRP	CPT(T)	Pinnat
Helsingin alue	197 000	84,7	166 000	16,6	2 756 000	1 403		52
Tampereen alue	51 000	68,8	35 000	16,4	580 000	1 127		18
Turun alue	43 000	69,4	30 000	23,0	684 000	1 593		21
> 100K alueet	130 000	29,9	39 000	15,3	596 000	458		21
< 100K alueet + maas	247 000	52,7	130 000	10,5	1 364 000	552		62
Yhteensä	668 000	59,9	400 000	14,9	5 980 000	895		174

Tuloksissa mukana vain täysin luokitellut pinnat

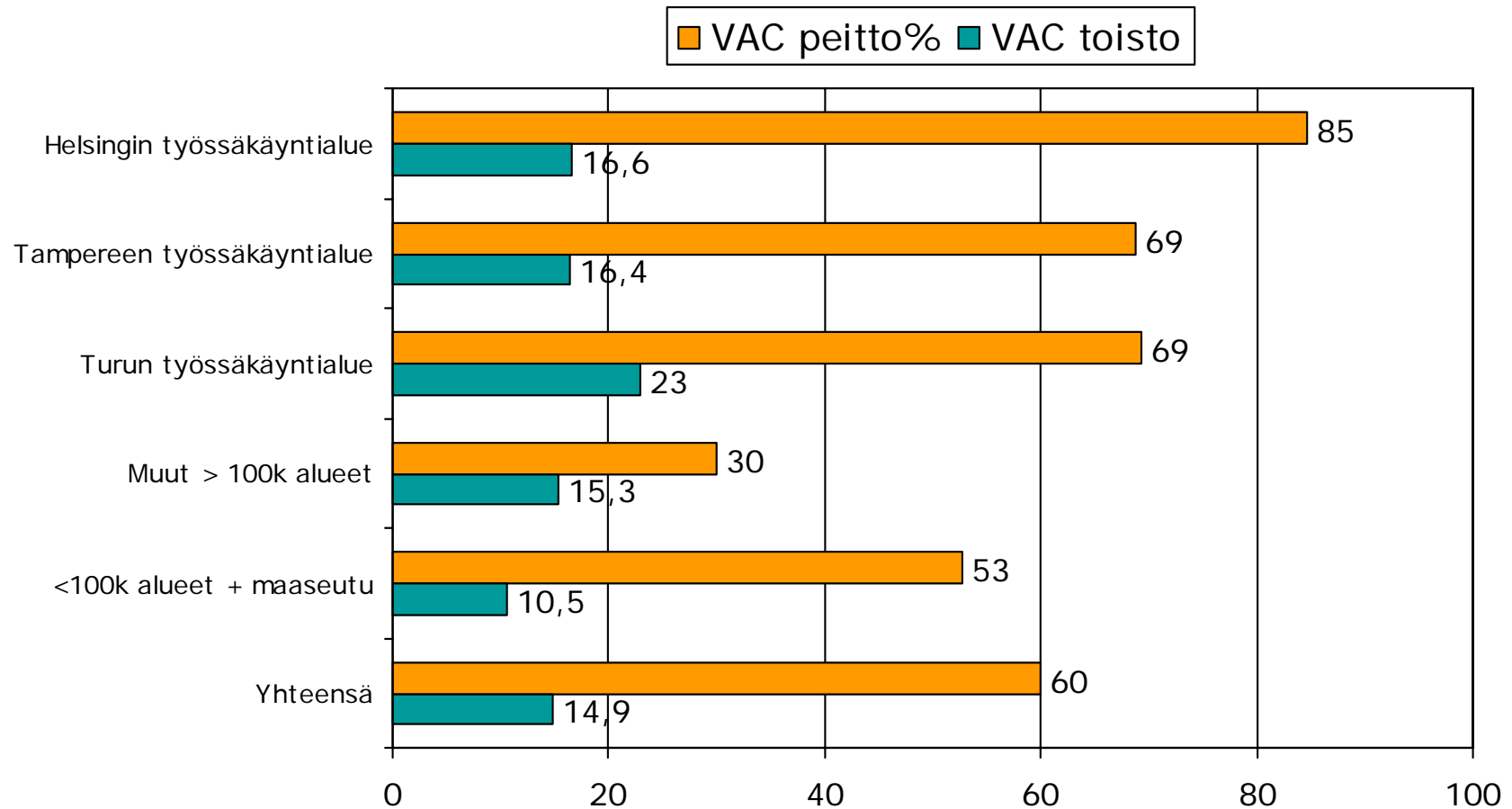
Virhemarginaali +/- 2%

Sarja/ paketti

JCD\_CL\_cty2\_21pv.txt  
ClearChannel\_BB\_C-series\_28\_vrk.txt

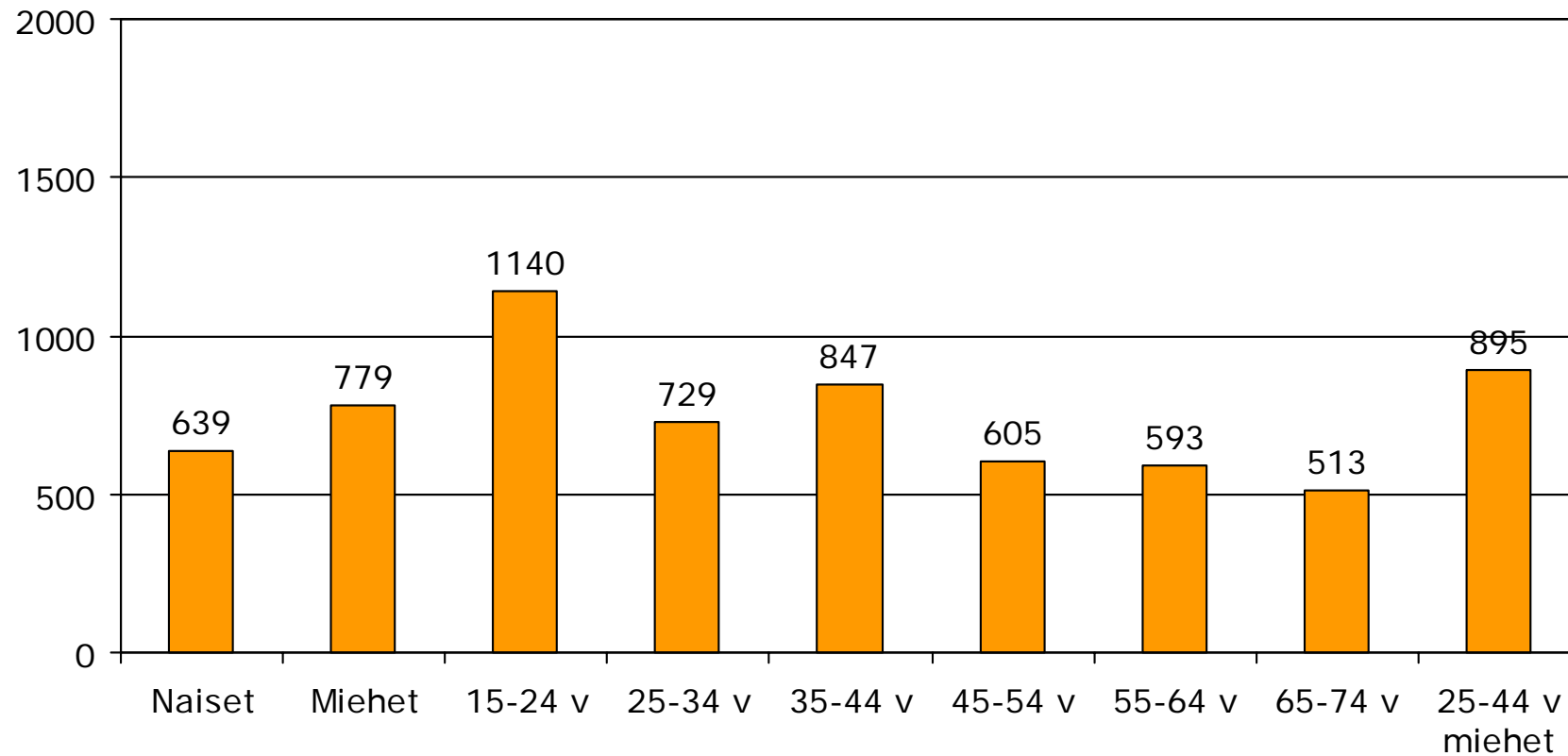


## Maantiejättitaulujen + Cityliten 28/21 vrk kampanjan tavoitavuus helmikuussa 25-44 v miehet





## Maantiejättitaulut + Citylite 28/21 vrk kampanja: VAC GRP (valtakunnallinen)





# Maantiejättitaulujen + Cityliten 28/21 vrk kampanja: CPT

Kampanjan hinta 77.000,-

	<u>25-44 miehet:</u>	<u>12-74 v:</u>
Kohderyhmän koko:	668.000	4.010.000
VAC nettokontaktit:	400.000	2.303.000
VAC totaalikontaktit:	5.980.000	28.425.000

