

Ostajan opas

Ulkomainonnan ohjelmallinen ostaminen



Sisällysluettelo

- 01 **Ulkomainonta**
- 02 **pDOOH**
- 03 **pDOOH meillä**
- 04 **DOOH + pDOOH**
- 05 **Vinkkejä ja ratkaisuja yleisiin pDOOH-ongelmatilanteisiin**
- 06 **DSP-vinkit: Adform ja Vistar**
- 07 **Aineisto-ohjeet**



Bauer Media Group

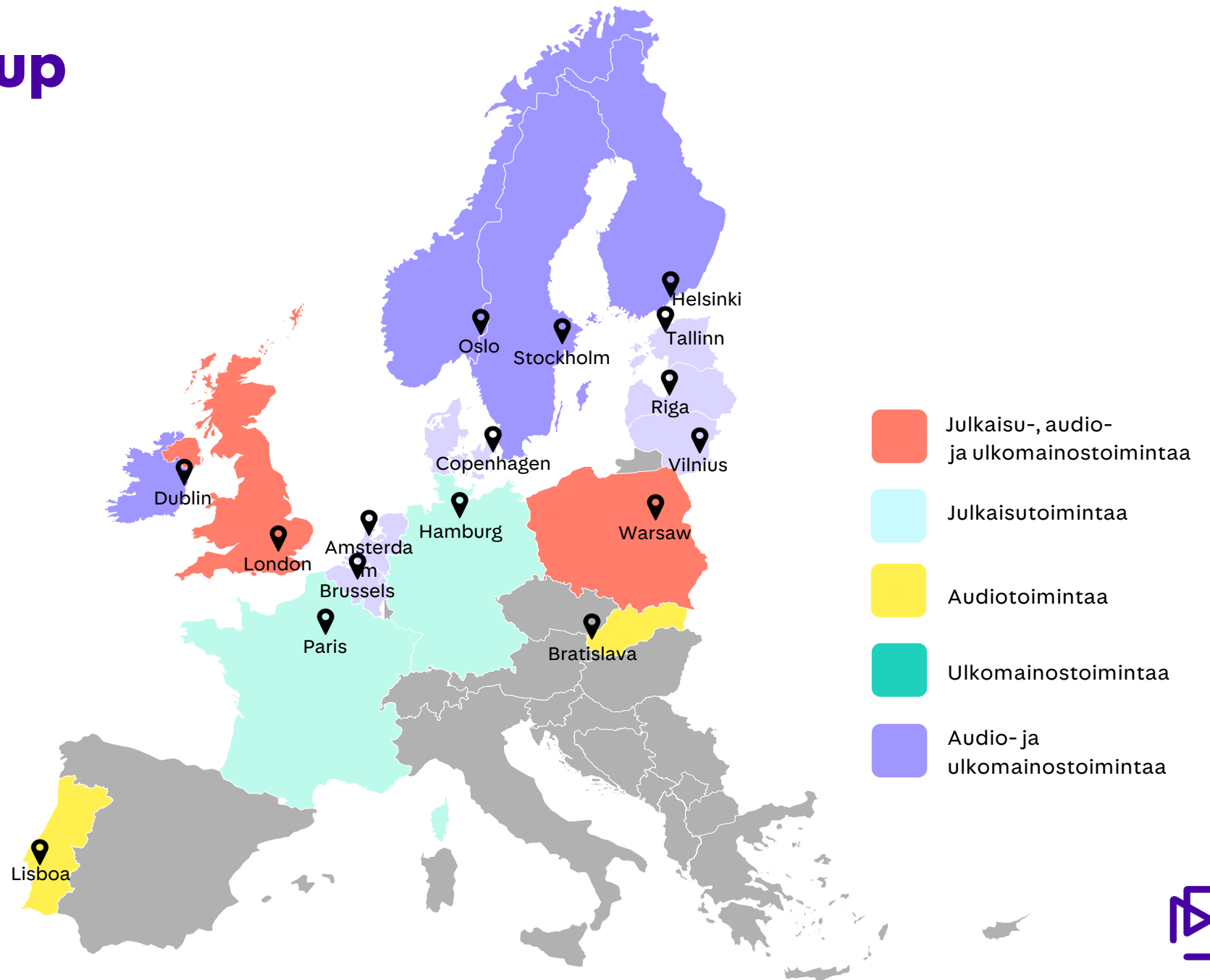
Yli 12 000 työntekijää

150-vuotias perheyritys

2.2 mrd. € vuosittainen liikevaihto

13 maassa

3 medialiiketoiminta –aluetta:
Publishing, Outdoor ja Audio



Bauer Media Outdoor

Monimediayhtiö



Publishing

Olemme yksi Euroopan suurimmista kustantajista

Lähes 500 miljoonaa myytyä lehteä vuodessa, aiheina mm. ruoka, lifestyle, tv ja elokuvat

mm. Saksa, Puola, Iso-Britannia

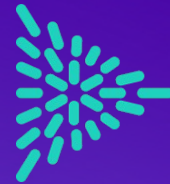


Audio

Yli 61M viikoittaista kuulijaa, yli 150 audiobrändiä, 9 maassa

Digitaalisen radion edelläkävijä, monipuolinen tarjonta: uutiset, viihde, musiikki, puheohjelmat

mm. Iso-Britannia, Ruotsi, Suomi, Tanska, Norja



Outdoor

110 000+ ulkomainospaikkaa 9 Euroopan markkinalla

Näkyvyys arjen liikkumisympäristöissä – asuinalueilla, keskustoissa, kauppakeskuksissa ja liikenteessä

mm. Iso-Britannia, Ruotsi, Suomi, Tanska, Norja, Irlanti



Investments

Bauer Media sijoittaa monenlaisiin liiketoimintamahdollisuuksiin

Kumppanuuksista yhteisyrityksiin ja täysiin omistuksiin, joita kehitetään yritysostojen tai oman tuotannon kautta.



Bauer Media Group

Toimintaa kolmella eri media-alalla, 13 maassa, 150 vuoden kokemuksella

Yli
110,000
ulkomainos-
paikkaa

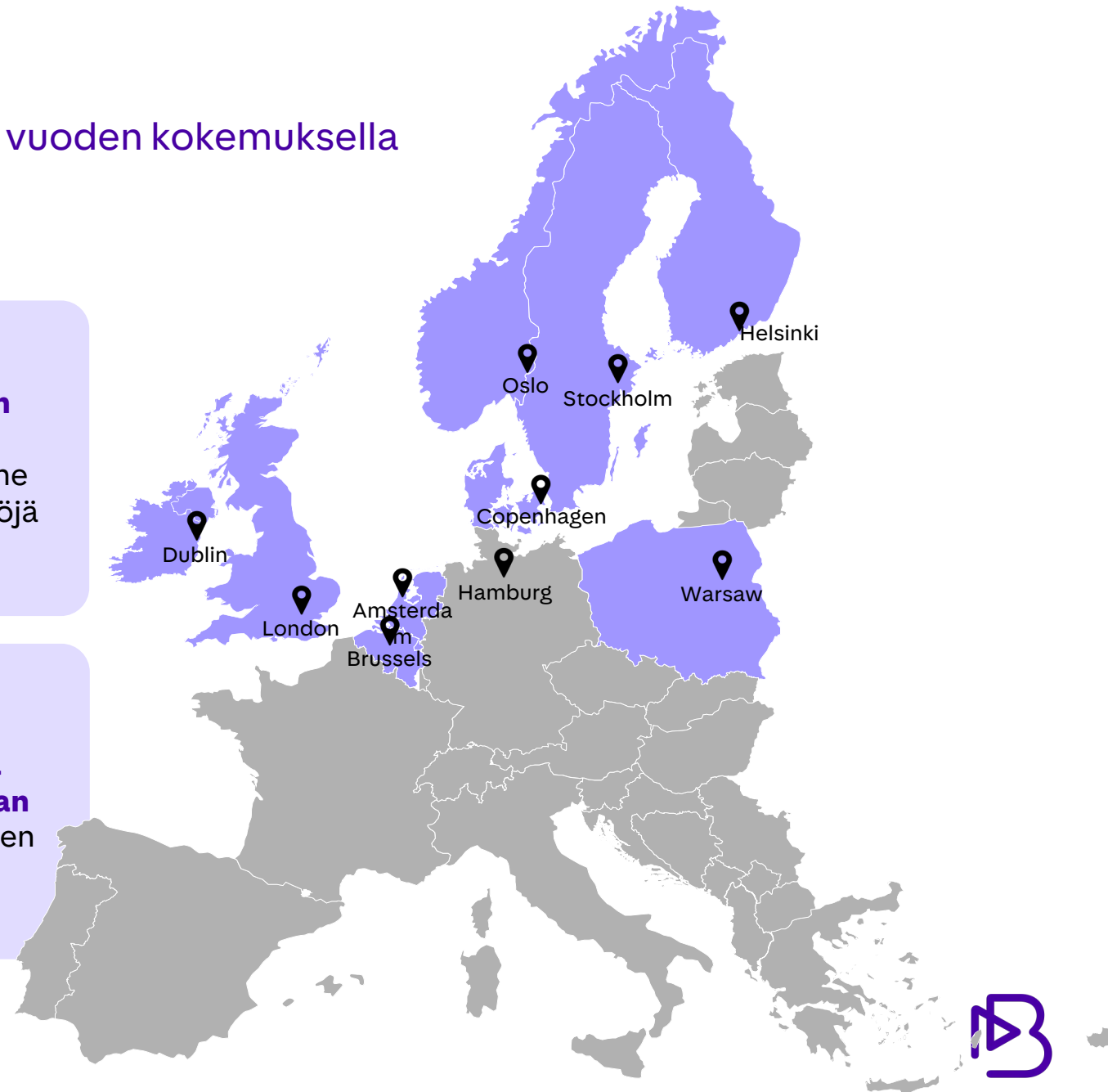
9 alueella
ympäri Pohjois-
Eurooppaa

**A Platform
for Good**
toimintamme
tukee yhteisöjä

Mahdollistamme
tärkeää julkista
infrastruktuuria
ja palveluja

Laajasti
digitalisoitu
verkosto

**Dataan ja
teknologiaan**
panostaminen



Bauer Media Outdoor

Hyvä brändeille, hyvä yhteiskunnalle

Autamme brändejä kasvamaan ja näkymään siellä, missä ihmiset liikkuvat. Ulkomainonnan markkinajohtajana ja digitaalisen ulkomainonnan edelläkävijänä tarjoamme mainostajille valtakunnallisen, tehokkaan ja näyttävän mainosverkoston keskustojen valtavilta mainospinnoilta kauppakeskuksiin, päivittäistavaramyymälöihin, pääväylille ja Helsinki-Vantaan lentoasemalle.

Samalla rakennamme vastuullisesti parempaa yhteiskuntaa. 47 % ulkomainonnan mainostuloista käytetään yhteiskunnan hyväksi.

Toteutamme Suomessa kansainvälistä johtoajatustamme:
Olemme Platform for Brands & Platform for Good

-Timo Tammi, CEO, Bauer Media Outdoor Finland



A Platform for Brands

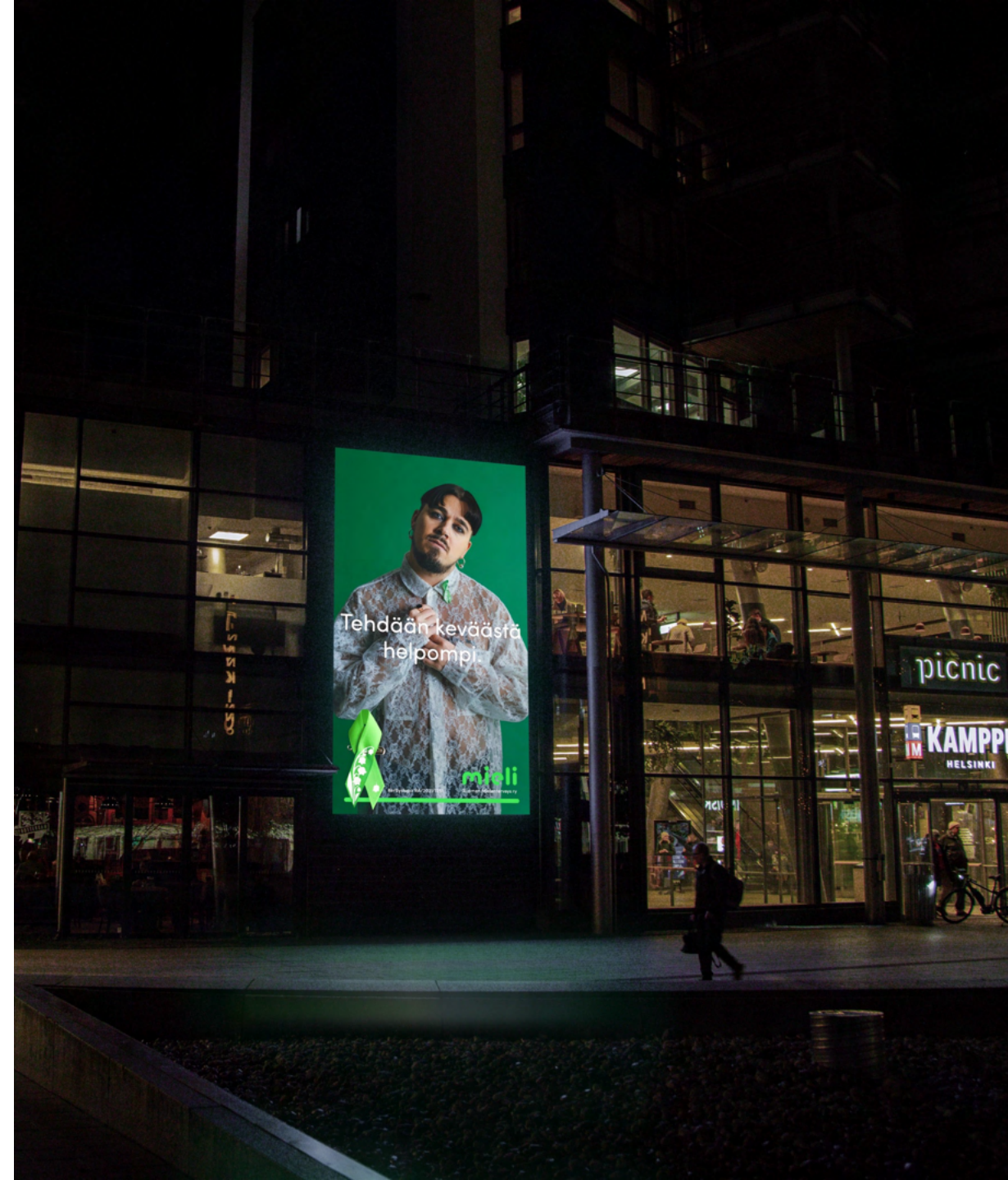
Tarjoamme mainostajille joustavat, mitattavat ja vastuulliset mainosratkaisut, joilla tavoitetaan laajasti suomalaiset ja rakennetaan vaikuttavia, tuloksellisia kampanjoita.



A Platform for Good

Uudistamme mainospintojamme ja toimintatapojamme palvellaksemme entistä paremmin yleisöä, kumppaneitamme ja mainostajiamme.

Kehitämme mainosrahoitteista yhteiskunnallista infrastruktuuria, digitaalista innovointia sekä aloitteita, joilla on positiivinen vaikutus yhteiskuntaan.



01 Ulkomainonta

Omaa täysin uniikin position, kulutetaan passiivisesti.



Ulkomainonta mediaryhmänä

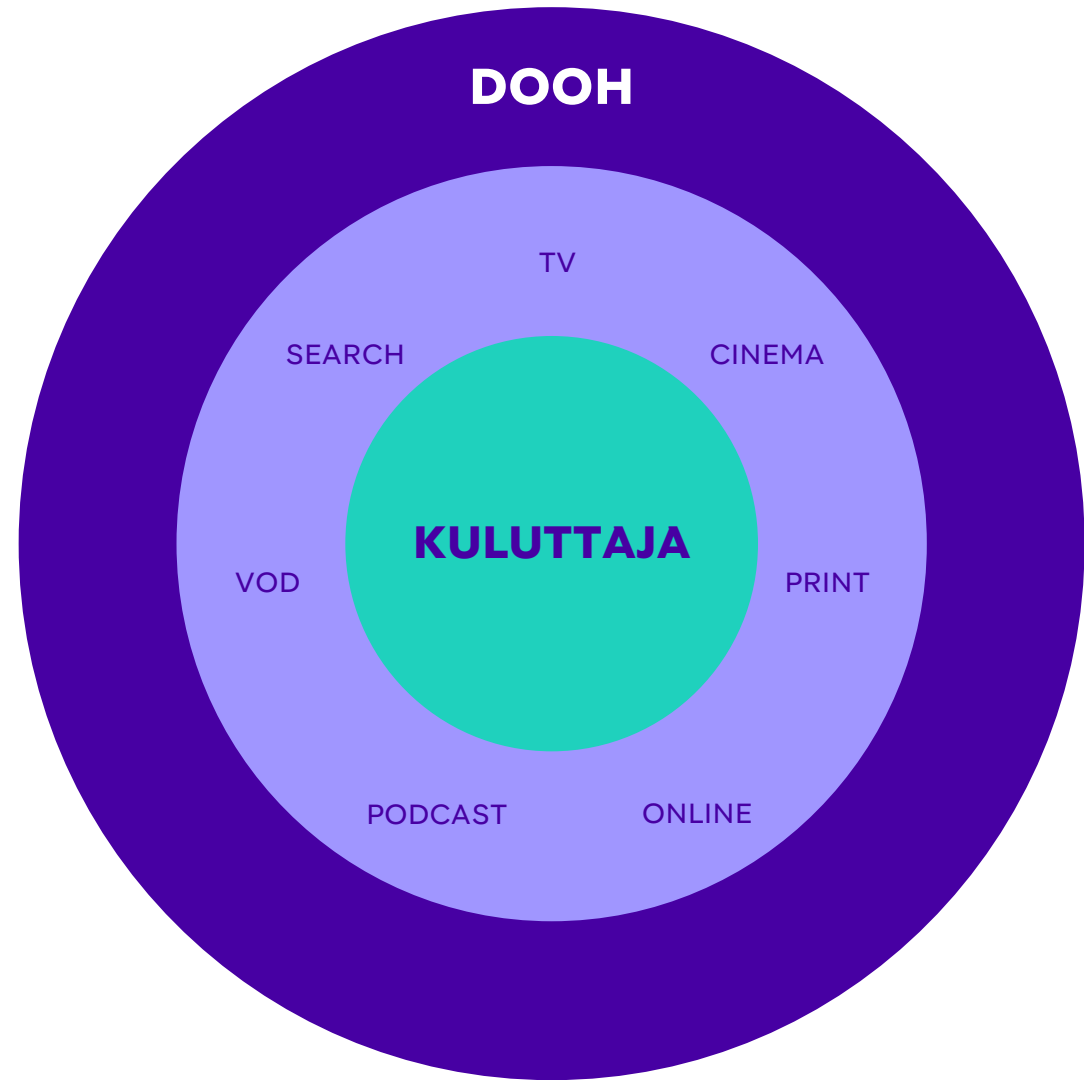
Omaa täysin uniikin position,
kulutetaan passiivisesti.

Ylivoimatekijät

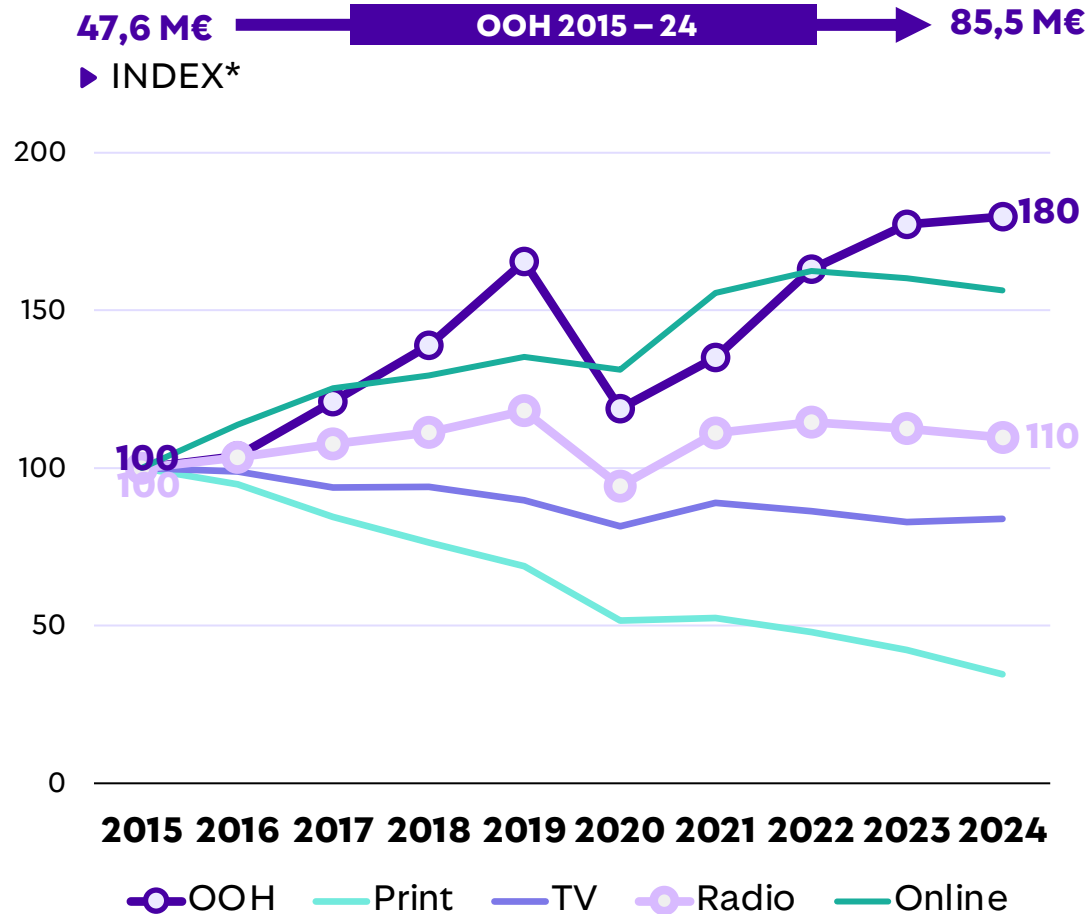
Massamedia, tavoittaa kaikki.

Tavoittaa vaikeat kohderyhmät
esim. nuoret, ei-somettajat,
ad-blokkaajat, ulkomaisia
medioita käyttävät jne.

Sopii tutkitusti yhteen muiden
mediaryhmien kanssa

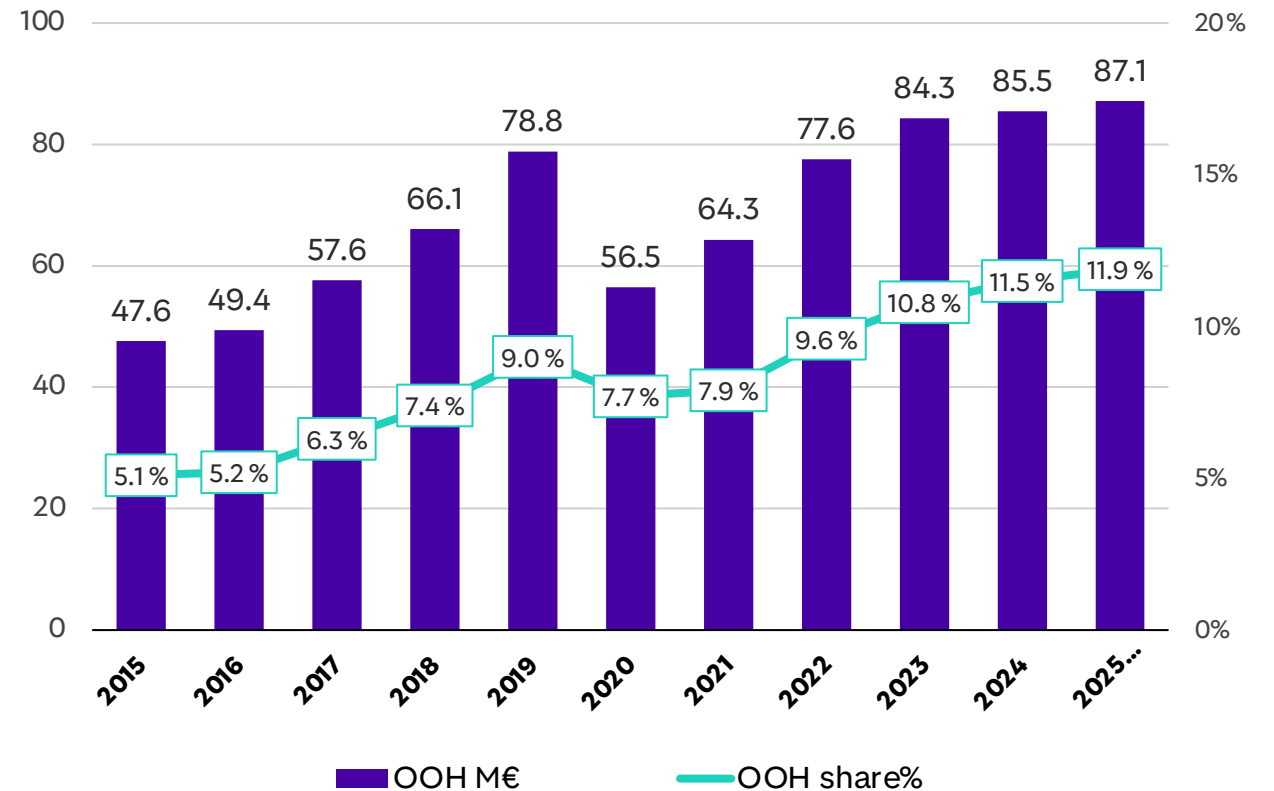


Mediapanostukset Suomessa 2015-2024



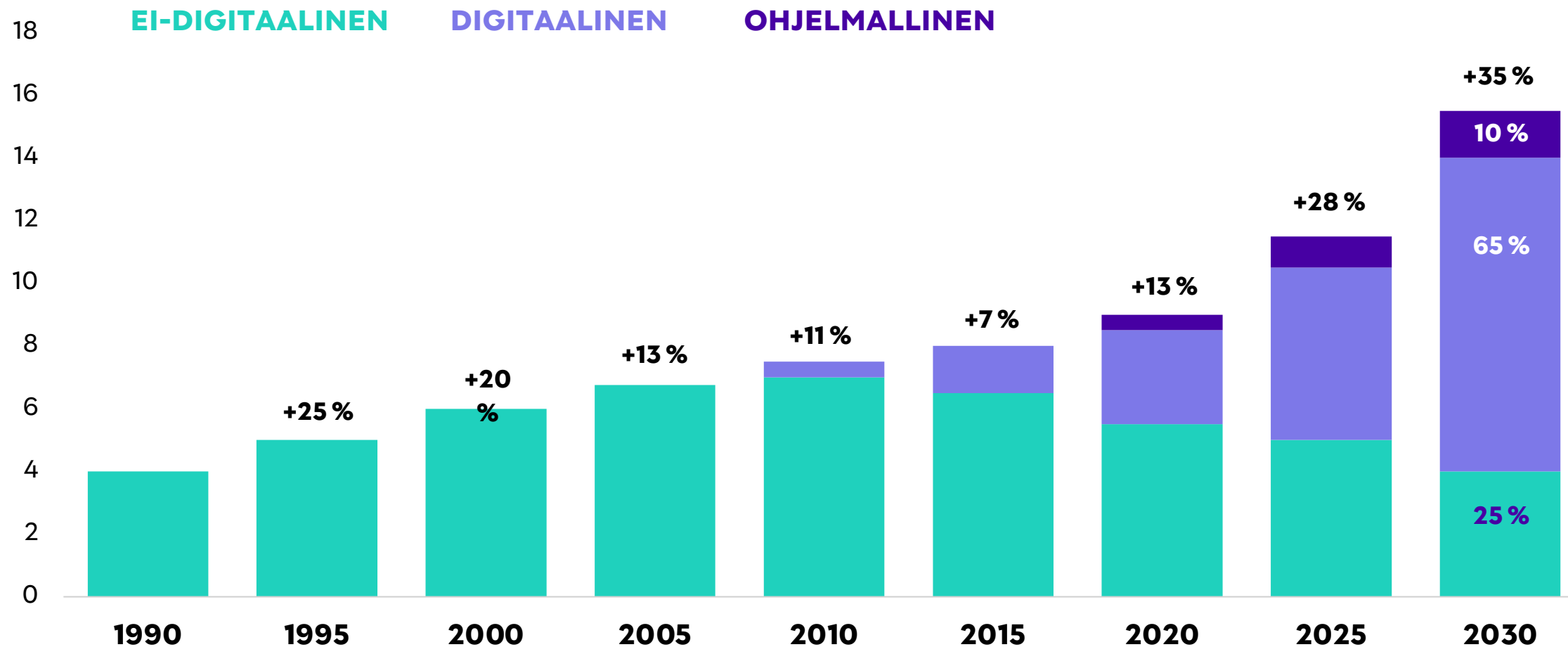
OOH trend 2015-2025

▶ Media expenditures M€ & share



Ulkomainonnan määrä euroina Euroopassa 1990 - 2030

Miljardia €



02 pDOOH

Ohjelmallisen ulkomainonnan osuus Suomessa on oman mallinnuksemme mukaan noin 3 %, mutta markkinan odotetaan kasvavan 30-40 % vuosivauhtia.



Ulkomainnon mainospinnat ovat meillä jo digitalisoituneet, seuraavaksi ulkomainonta oppii digitaitoja

Digimainonnan vahvuudet



Tarkasti kohdennetut yleisöt ja relevantit viestit



Reaaliaikainen optimointi ja kontrolli



Kehittynyt mittaaminen ja raportointi

Ulkomainnon vahvuudet



Laaja tavoittavuus, myös vaikeasti tavoitettavaan yleisöön



Joustava, todellisessa maailmassa toimiva mediakanava



Bränditurvallinen, luotettu ja inklusiivinen kanava

Miksi pDOOH osaksi digikampanjoita?

Mittaus ei enää ohjaa mediavalintoja

- Lyhyen aikavälin mittaus on entistä vaikeampaa evästemuutosten keskellä.
- Markkinointia on pakko mitata oikein.

Teknologia toimii

- pDOOH-teknologia on kehittynyt valtavasti viimeisten vuosien aikana.
- Bauer Media Outdoor sai Euroopan tasolla ostoja lähes 70 DSP:stä vuonna 2025.

Evästeettömyys

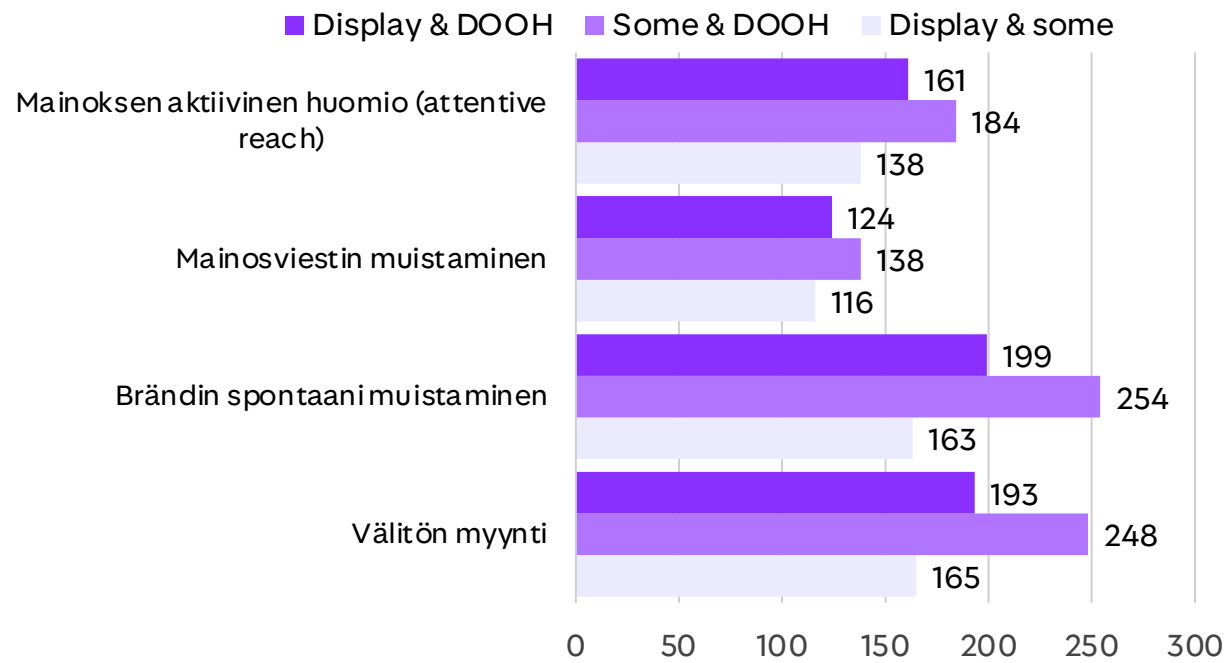
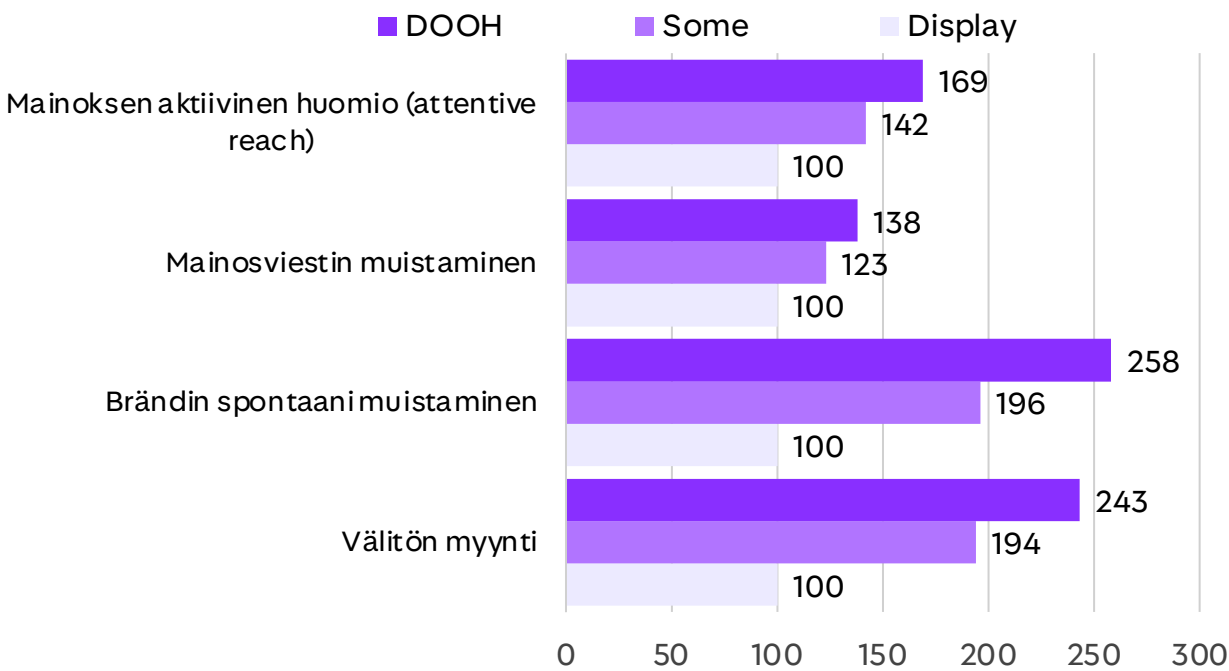
- pDOOH perustuu deterministisiin muuttujiin, kuten aika ja paikka. Ei evästeisiin.

Halo-vaikutus

- Tutkimusten mukaan pDOOH lisää muiden mediaryhmien tehoa.
- Esimerkiksi haku, some ja retail media.



Digikampanjoiden vaikuttavuus kasvaa, kun DOOH nostetaan osaksi mediavalikkoa



Miksi ostaa ohjelmallisesti?

Ostaja preferoi ohjelmallista.

Palvelemme asiakkaita heidän valitsemassa kanavassa.

Esimerkiksi seuraavissa kampanjatilanteissa:

- 1) Budjetit eivät ole lukittuja
- 2) Kampanjassa performance KPI:t
- 3) "Always on" kampanjat
- 4) Kampanja toteutetaan useassa eri markkinassa
- 5) Kampanja kohdennetaan erityisen tarkasti

Medianäkyvyyden triggerit ovat lähempänä asiakasta kuin mediaa.

Esimerkiksi dynaamisesti muuttuva varaus-/varastotilanne tai sää.

IO

DIRECT

PROGRAMMATIC

Mediaostamisen palvelukanavat



03 pDOOH meillä

**Tarjoamme ohjelmallisesti ostettavia ratkaisuja
kaikista tuotekategorioistamme.**



pDOOH meillä

Ominaispiirteet

- Pääosin “ei-taattua” inventaaria, poikkeuksena Malls- ja Airport-ympäristöjen pystypinnat, joissa 1/7 taattu inventaari.
- Kaikki teknisesti mahdollinen inventaari ohjataan ohjelmalliseen myyntiin.
- Käytössä yksityiset markkinapaikat (PMP), joissa inventaari tarjotaan valituille ostajille.
- Ohjelmallisesti myyty mainoslotti annetaan eniten tarjoavalle.

SSP & ja DSP

- Käytämme konsernissa **kolmea SSP:tä**: Vistar, Place Exchange, Perion.
- Mainonnan ostaminen onnistuu **yli 70 DSP:llä**. Suomessa käytetyimmät ovat Vistar, Adform, OutMoove, Perion ja Trade Desk.



Ohjelmallisesti ostettavia ratkaisuja kaikista tuotekategorioistamme



Signature

Vahvista brändisi
mainetta ikonisilla
mainospinnoilla



City

Tavoita suomalaiset
tehokkaasti eri
kaupunki-
ympäristöissä



Malls & Retail

Suomen
Massiivisin
Retail DOOH



Roadside

Herätä autoilijoiden
huomio näyttävillä
mainospinnoilla



Airport

Mennen tullen
vaikuttavampi
tunnemedia.



Ohjelmallisesti ostettavia ratkaisuja kaikista tuotekategorioistamme



Signature

Vahvista brändisi
mainetta ikonisilla
mainospinnoilla



City

Tavoita suomalaiset
tehokkaasti eri
kaupunki-
ympäristöissä



Malls & Retail

Suomen
Massiivisin
Retail DOOH



Roadside

Herätä autoilijoiden
huomio näyttävillä
mainospinnoilla

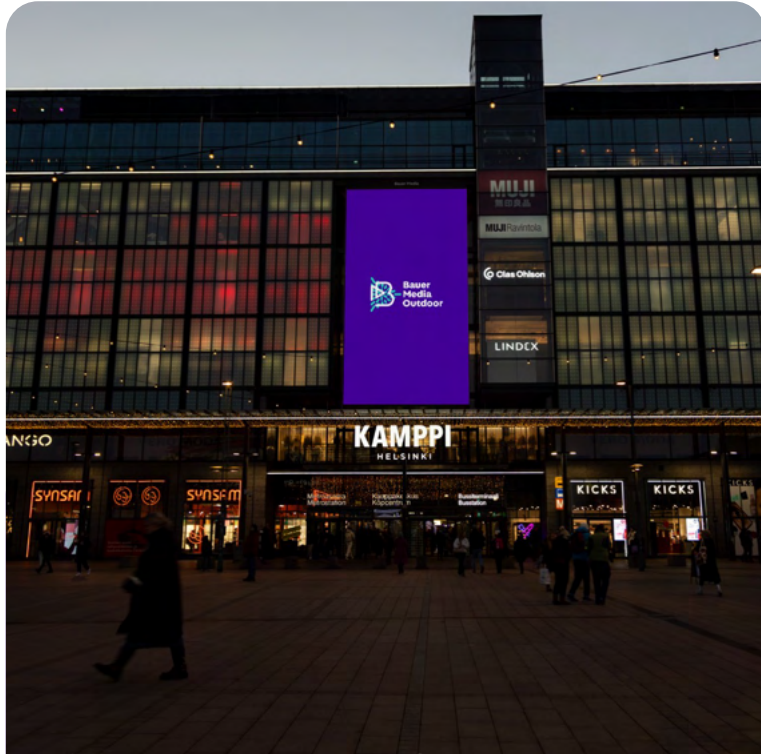


Airport

Mennen tullen
vaikuttavampi
tunnemedia.



Signature



The Wall + The Rex

Hinta: CPM 30€



The Scene Helsinki & Tampere

Hinta: CPM 30€



The Platform + The Grand Central

Hinta: CPM 10,50€

Kaikkien mainospintojen aineisto-ohjeet ja tuotantotiedot löytyvät [täältä](#).



Ohjelmallisesti ostettavia ratkaisuja kaikista tuotekategorioistamme



Signature

Vahvista brändisi
mainetta ikonisilla
mainospinnoilla



City

Tavoita suomalaiset
tehokkaasti eri
kaupunki-
ympäristöissä



Malls & Retail

Suomen
Massiivisin
Retail DOOH



Roadside

Herätä autoilijoiden
huomio näyttävillä
mainospinnoilla



Airport

Mennen tullen
vaikuttavampi
tunnemedia.



City, Malls & Retail ja Roadside



City

Helsinki (sis. 3 satamaa), Espoo,
Vantaa, Kauniainen, Turku,
Tampere, Raisio, Lohja

Hinta: CPM 2,1€



Malls & Retail

35 kauppakeskusta/pystypinnat, 27
kauppakeskusta/vaakapinnat

Hinta: CPM 2,1€/pystypinnat ja
3,5€/vaakapinnat (Panorama)



Roadside

11 kaupunkia ympäri Suomen

Hinta: CPM 2,1€

Kaikkien mainospintojen aineisto-ohjeet ja tuotantotiedot löytyvät täältä.



Ohjelmallisesti ostettavia ratkaisuja kaikista tuotekategorioistamme



Signature

Vahvista brändisi
mainetta ikonisilla
mainospinnoilla



City

Tavoita suomalaiset
tehokkaasti eri
kaupunki-
ympäristöissä



Malls & Retail

Suomen
Massiivisin
Retail DOOH



Roadside

Herätä autoilijoiden
huomio näyttävillä
mainospinnoilla



Airport

Mennen tullen
vaikuttavampi
tunnemedia.



Airport



Airport Signature

Departures Wall, Arrivals Wall, Plaza
Landmark Wall, The Gateway

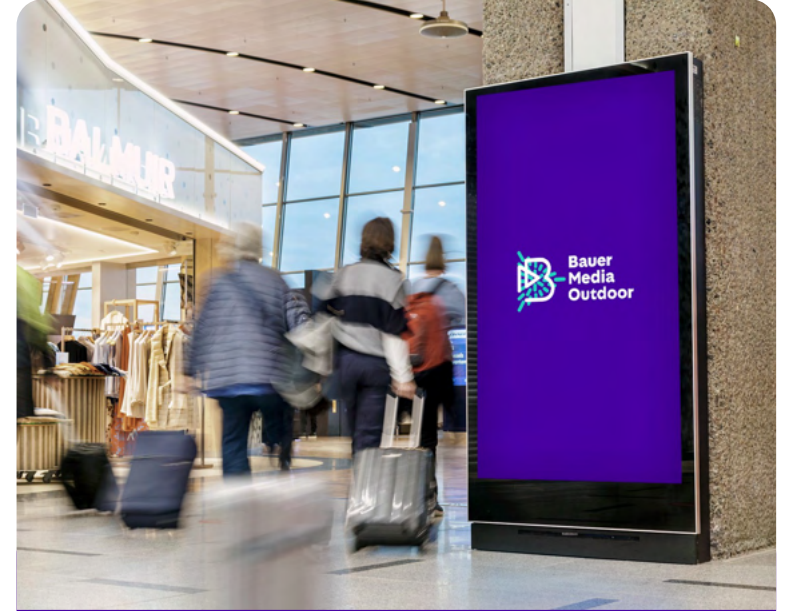
Hinta: CPM 9,9€



Airport Panorama

Esim. Landside Traveller, Lounge Target,
Premium Parking Takeover.

Hinta: CPM 4,5€



Airport Portrait

Esim. Gate Takeover, Reach Premium
Traveler, Reach Arrivals, Reach
Departures, Arrivals Target

Hinta: CPM 3€

Kaikkien mainospintojen aineisto-ohjeet ja tuotantotiedot löytyvät täältä.



A-lehdet: ketterää näkyvyyttä ohjelmallisella ulkomainonnalla

“Ulkomainonnasta on tullut meille tärkeä osa mediasuunnittelua etenkin silloin, kun haluamme rakentaa tunnettuutta, tukea monikanavaista kampanjaa ja lisätä näkyvyyttä lähelle ostohetkeä.

Olemme ostaneet ulkomainontaa sekä ohjelmallisesti että perinteisesti. Ohjelmallinen ulkomainonta on ollut ketterämpi tapa lisätä näkyvyyttä myös lyhyellä varoitusajalla ja joustavalla budjetilla. Sen etuna on tarvittaessa hyvinkin tarkka alueellinen ja ajallinen kohdentaminen sekä kampanjan optimointi reaaliajassa. Ohjelmallisen ulkomainonnan testaaminen on ollut meille kiinnostava tapa testata, oppia ja kehittää tekemistä kampanjasta toiseen.

Yhteistyö Bauer Media Outdoorin kanssa on ollut helppoa ja sujuvaa. Mielellämme teemme yhteistyötä myös jatkossa.”

- Niina Inki, A-lehdet



Pilke päiväkodit: vahvoja tuloksia monikanavaisuudella

Pilke päiväkodit on saavuttanut erinomaisia tuloksia yhdistämällä digitaalisen ulkomainonnan ja hyperkohdennetun digimainonnan. Kampanjoissa on hyödynnetty useita kanavia, kuten DOOH:ia, pDOOH:ia, sosiaalista mediaa ja display-mainontaa. Luovat sisällöt on suunniteltu toistumaan eri kanavissa, mikä on lisännyt tunnistettavuutta ja tehostanut kohderyhmän tavoittamista.

Verkkosivuliikenne kasvoi kampanjan aikana useita satoja prosentteja, ja konversiot tuplaantuivat alueellisesti.

"Perinteinen ostaminen sopii tunnettuuden kasvattamiseen ja strategisesti tärkeiden sijaintien dominointiin. Ohjelmallinen tuo mukanaan joustavuuden ja tarkkuuden: voimme reagoida nopeasti, kohdentaa mainontaa kellonajan ja yleisöjen mukaan sekä integroida ulkomainonnan osaksi digitaalista ostopolkua datan avulla."

- Jussi Saunamäki, Grapevine

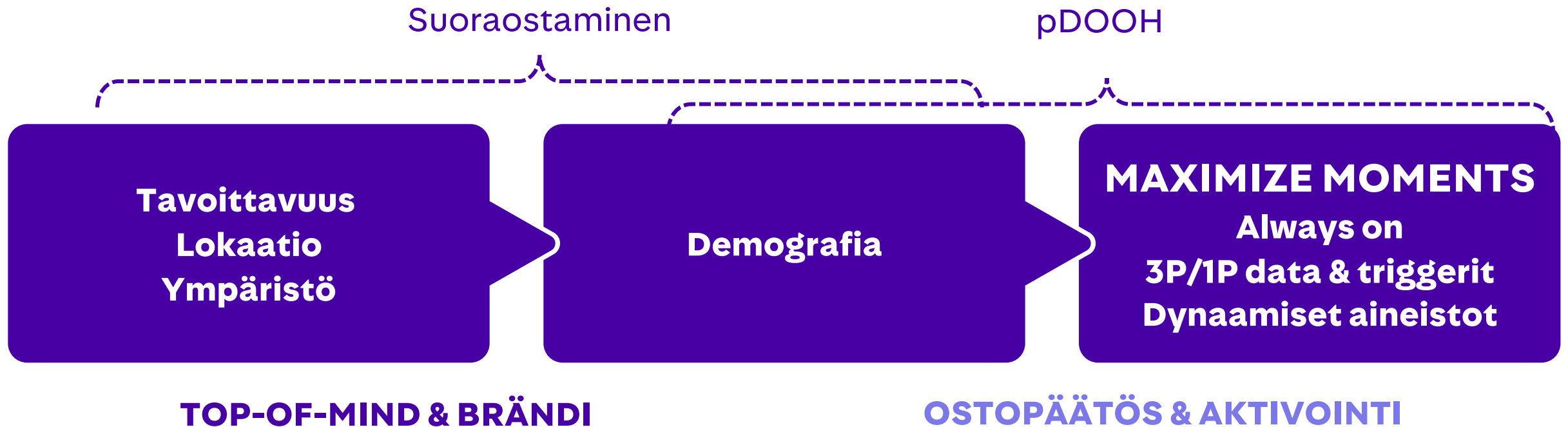


04 DOOH + pDOOH

**pDOOH tekee ulkomainonnasta entistä
toimivampaa: Maximize Moments**



pDOOH tekee ulkomainonnasta entistä toimivampaa



Ulkomainonnan tulevaisuus rakentuu suoran ja ohjelmallisen ostamisen yhdistämiselle, jotta voidaan toteuttaa entistä yhtenäisempiä, kohderyhmälähtöisempiä ja vaikuttavampia kampanjoita.



pDOOH: ostopäätös & aktivointi

Demografia

Demografioiden käyttäminen ulkomainonnan kohdentamiseen on kasvussa. Poikkeuksena 1:1 medioihin, ulkomainonnassa kohdennetaan demografiakorostumiin, ei yksittäisille ihmisille. Hyödynnämme kattavaa liikkumisdataa ymmärtääksemme, miten ja missä suomalaiset liikkuvat.

MAXIMIZE MOMENTS

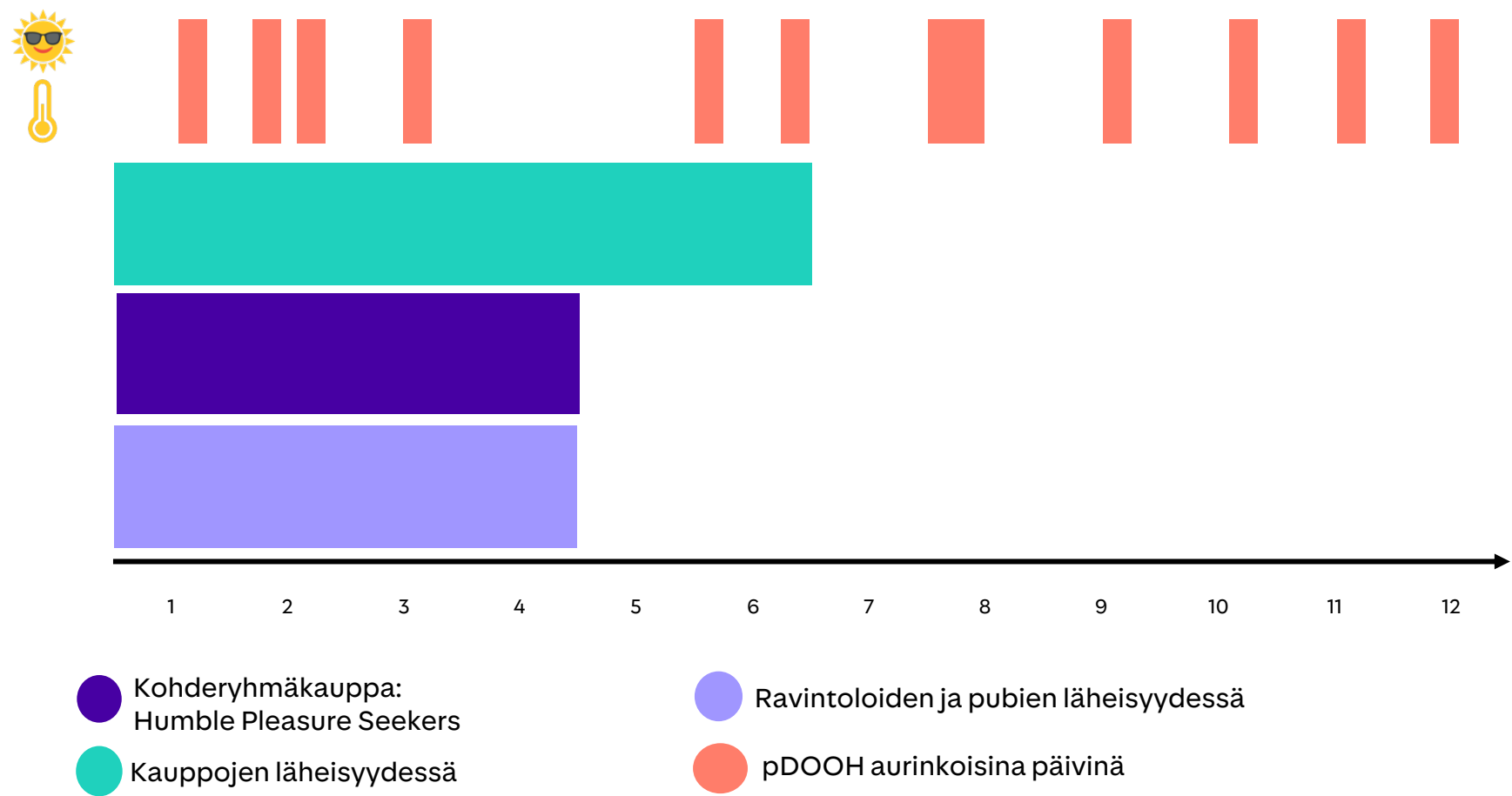
**Always on
3P/1P data & triggerit
Dynaamiset Aineistot**

Optimaalisten näkyvyyshetkien hakeminen dynaamisesti esimerkiksi ajallisesti, varastotilanteen tai vaikka säätilan mukaan.

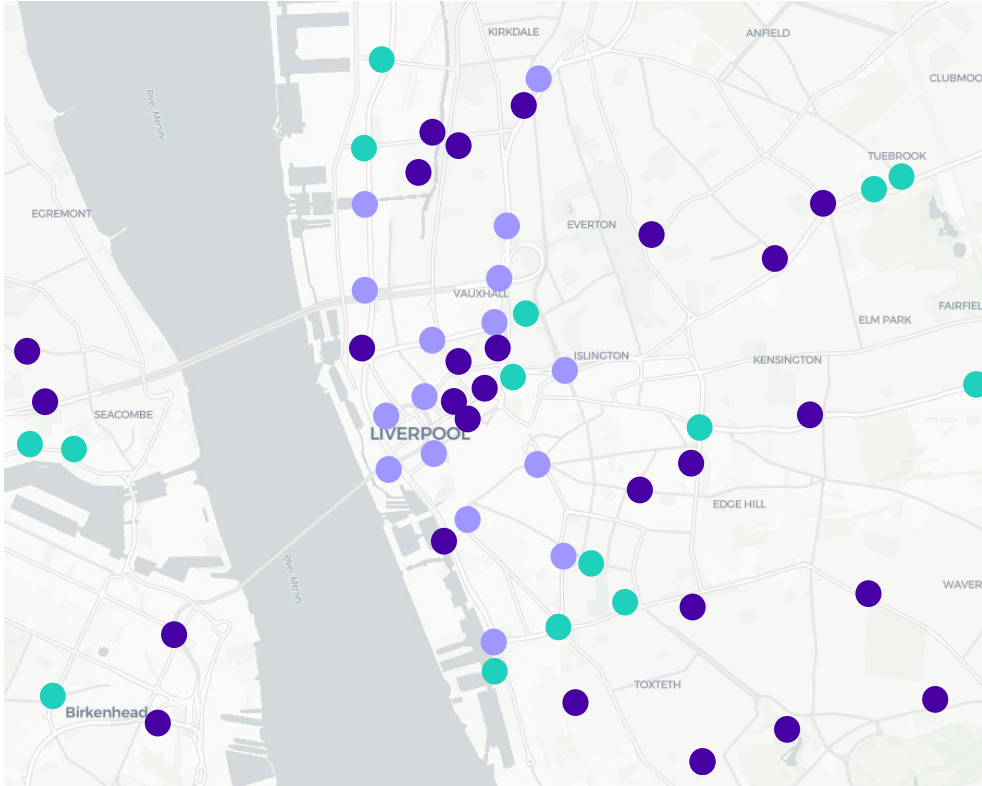


Case Aspell:

Suoraostaminen & pDOOH



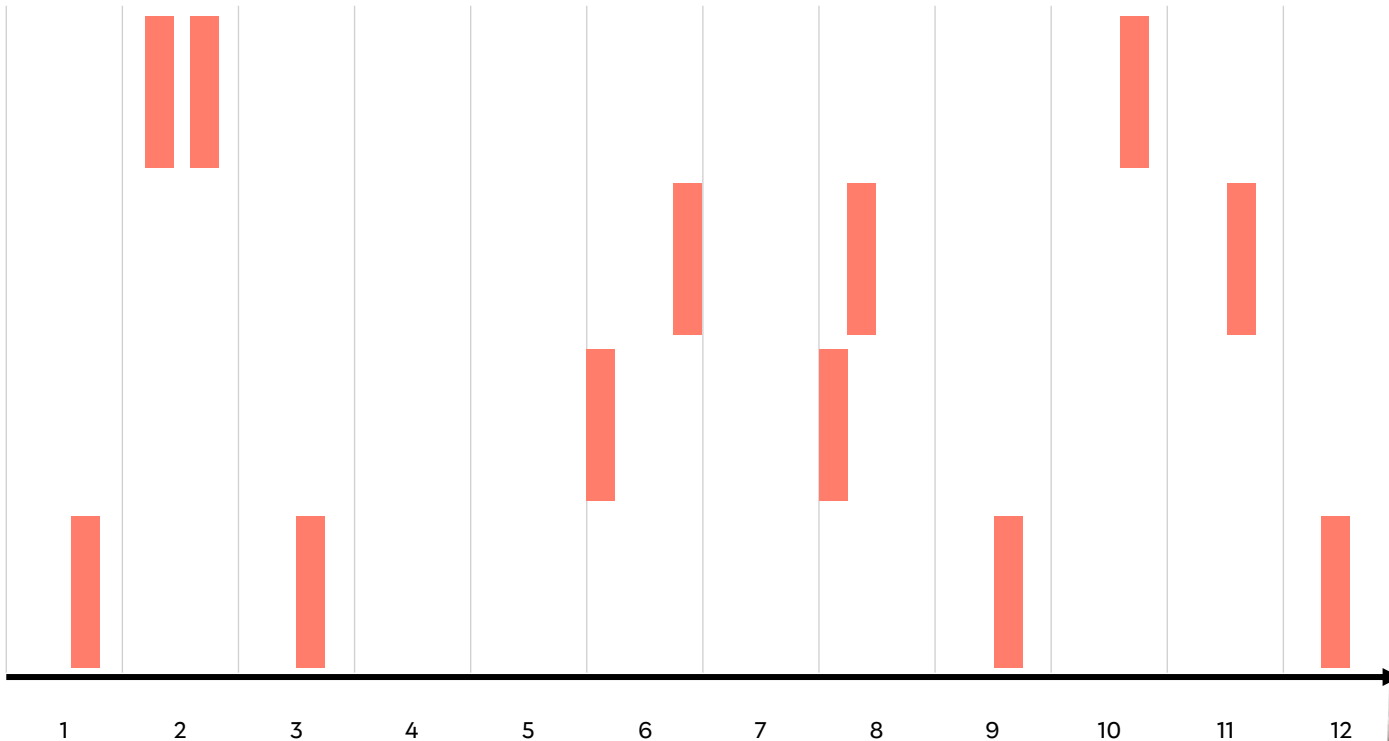
Case Aspall: Suoraostaminen



- Kohderyhmäkauppa: Humble Pleasure Seekers
- Kauppojen läheisyydessä
- Ravintoloiden ja pubien läheisyydessä



Case Aspoll: pDOOH



12:39 92%

Weather

Manchester 17°
Overcast

Leeds 21°
Partly Cloudy

Sunderland 15°
Partly Cloudy

London 22°
Sunny

Brighton 19°



Case Aspall:

Maximize moments

”Ulkomainonnan kehittyminen mediaryhmänä tekee siitä Aspallille erittäin mielenkiintoisen kanavan, sillä se mahdollistaa yleisöimme tavoittamisen entistä monipuolisemmin ja tehokkaammin.

Ohjelmallisen ulkomainonnan lisääminen kokonaisuuteen antoi meille joustavuutta sekä mahdollisuuden kohdistaa automatisoidusti mainosviestin juuri optimaalisiin ajanhetkiin.”

- Stuart Ayre | Marketing Controller – Cider, Molson Coors

+27%

brändiharkinta

+34%

sitoutuminen brändiin



05 Ongelmatilanteet

Vinkkejä ja ratkaisuja yleisiin pDOOH-ongelmiin



Vinkkejä ja ratkaisuja ongelmatilanteisiin

Kampanja ei kuluta tavoitteiden mukaan

Diiliä ei ole aktivoitu

- ✓ Tarkista, että diili näkyy aktiivisena sekä SSP:ssä että DSP:ssä ja että seatID on täsmälleen oikea.

Luovaa ei ole hyväksytty

- ✓ Toimita materiaali hyväksyntään hyvissä ajoin (joissain järjestelmissä aineisto voi näkyä ostajalle hyväksyttynä ennen kuin tieto välittyy julkaisijalle, joskus vasta kampanjan aloituspäivänä).

Väärä aineisto

- ✓ Resoluutio ja formaatti tulee olla täysin oikein ja videon pituus tasan 10 s.
- ✓ Still-kuvat on tarvittaessa toimitettava videomuodossa (jos DSP ei hyväksy still-aineistoja).

Liian alhainen bid

- ✓ pDOOH –mainonnan pohjahinnat ovat lähtökohtaisesti korkeampia kuin esim. displayssa, koska usein mainosnäyttö tavoittaa useampia kuluttajia.
- ✓ Usein ostajat myös bidaavat, eli pelkkä pohjahinta ei takaa näyttöjä.



Vinkkejä ja ratkaisuja ongelmatilanteisiin

Kampanja ei kuluta tavoitteiden mukaan

Frekvenssi kytketty päälle

- ✓ DOOHissa ei ole evästeitä eikä käyttäjätunnisteita, joten käyttäjätason frekvenssiasetukset voivat kuristaa jakelun nollaan.
- ✓ Klikkaa siis frekvenssiasetukset pois DSP:stä.

Brand safety / viewability metriikka

- ✓ Esimerkiksi display-mainonnassa käytetyt viewability / brand safety –työkalut eivät toimi DOOHissa.
- ✓ Klikkaa ne pois päältä.

DSP:n tcf- vaatimus aktivoitu

- ✓ Ulkomainonta ei ole TCF-yhteensopivaa.
- ✓ Jos käytät consent-vaatimusta ostoissa, yksikään bidi ei tule läpi.

Liian tiukka datakohdennus

- ✓ DOOH-yleisödata on sijainti- ja aikapohjaista, ei 1:1-kohdennusta.
- ✓ Liian kapea segmentti yhdistettynä tiukkaan kohdennukseen kutistaa inventaarin lähes nollaan – aloita leveämmällä ja optimoi datalla.



06 DSP-vinkit

Adform ja Vistar





Kampanjan asettaminen

Hyödynnä Campaign Plannerin DOOH-työkalua valitaksesi mainospinnat interaktiiviselta kartalta tai rakenna kampanja manuaalisesti.

[Go to list](#)

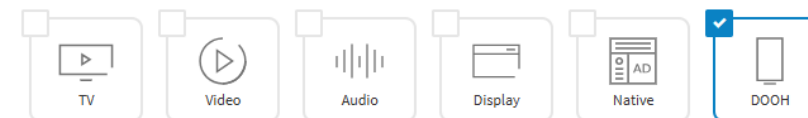
Contextual Targeting

Contextual Targeting: Off IAB: 0 Mobile: 0

Inventory

Target inventories based on the content channels they support

Select Channels



DOOH Setup

Select Screens

Target DOOH inventories based on location, audience categories, and other criteria. [Read more](#)





Hyvä tietää

Pidä *line item* pysäytettynä, kunnes kaikki asetukset ovat valmiit.

Älä käytä suorituskykyoptimointeja (esim. klikit tai dCPM).
Suositus: kiinteä CPM (Bid Flat).

Älä käytä brand safety-, inclusion/exclusion- tai audience-kohdennuksia line itemilla.
Varmista, että ne ovat pois päältä myös mainostajatasolla.

Älä käytä maantieteellistä kohdennusta (kaupunki, alue tai maa).
Hyperlokaalia kohdennusta käytettäessä luo oma sääntöryhmä jokaiselle sijainnille ja nimeä ne yksilöllisesti raportointia varten.





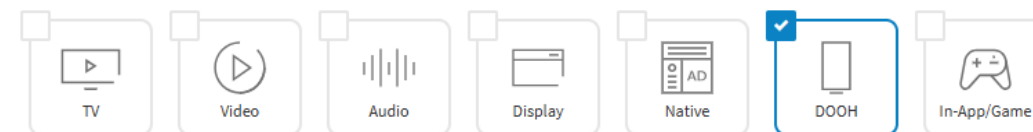
Lisää diili kampanjaan

Valitse Inventaario-välilehdellä Deals-osiosta **Päivitä valinta** (Update Selection). Valitse haluamasi diilit ja tallenna valinnat **Käytä muutokset** (Apply Changes) -painikkeella.

Inventory

Target inventories to optimize your campaign. [Read more](#)

Channels



Inventory sources

Selected
0

Update Selection

Set Bid Multiplier

☐ Select new inventory sources automatically

Deals

Selected
1

Update Selection

Update from Groups

Set Bid Price





Lataa aineisto

Lataa aineisto videotiedostona suoraan aineistokirjastoon tai preroll-videona. Älä käytä järjestelmän videomuunnosta. Myös staattiset aineistot tulee toimittaa videotiedostoina.

BannersAssetsCreative OptimizationVideo ToolboxLanding PagesBanner Settings

Upload

Create

Build

Banner

No banners found

Banners

Rich Media

Synchronized Link

Third Party Native

Keyword Group

Video

Pre-roll

Interactive

Legacy In-Stream

Rotators

Random Rotator

Sequential Rotator

AB Rotator

Optimized Rotator

Optimization

Schedule

Nested Rotator

Storytelling

Legacy Dynamic Ad

Right

Backup

AcademyDOOH Academy Example

HomeCampaigns

BannersAssetsCreative OptimizationVideo ToolboxLandi

Upload

#		Name
1		DOOH Ad 1





Seuranta ja raportointi

Voit hyödyntää valmista DOOH-raporttia tai luoda kampanjalle oman raportin.

Mukautettua raporttia varten valitse vähintään seuraavat mittarit:

OTS (Opportunity to See)

Näyttää arvioidun kontaktimäärän eli kuinka monta kertaa mainoksella on ollut mahdollisuus tulla nähdyksi.

eCPM (OTS)

Näyttää kustannuksen tuhatta OTS-kontaktia kohden.

Add metrics Metrics will appear in your report in

Opportunity to See (OTS) x

eCPM (OTS) x

+ Metric

▼ Metric settings

Original name	Name
Opportunity to See (OTS)	

Original name	Name
eCPM (OTS)	

▼ Sorting





Suunnittelu

01 Details

Suunnittelutyökalulla voit valmistella tulevia kampanjoitaja insertion ordereita.

Prosessi koostuu kolmesta vaiheesta: Tiedot, Kohdennus ja Yhteenvet

Ensimmäisessä vaiheessa määritetään kampanjan perustiedot, kuten: kampanjan nimi, mainostaja, maa, kampanja-aika, budjetti tai myyntitavoite

Nämä tiedot siirtyvät automaattisesti kampanjaan, mutta niitä voidaan tarvittaessa muokata myös myöhemmin.

1 Details > 2 Filter > 3 Review

Plan Name

Untitled Plan

Advertiser

Country/Territory

+ Finland

Start Date

01/09/2026

to

End Date

30/09/2026

Goal

€ 0,00

Revenue

Revenue Tracking

0,00

None

Budget Summary ⓘ

Total Cost

€0,00





Suunnittelu

01 Details

Mainostaja

Valitse mainostaja listasta.

Jos mainostajaa ei vielä löydy, kirjoita nimi kenttään ja valitse "Uusi mainostaja". Mainostaja luodaan automaattisesti, kun suunnitelma tallennetaan.

Tavoite

Budjettitavoite = kampanjan budjetti.

Näyttötavoite (Impression Goal) = ostettavien näyttökertojen määrä.

1 Details > 2 Filter > 3 Review

Plan Name

Untitled Plan

Advertiser

My Advertiser

×

▲

My Advertiser (New Advertiser)

+

 Finland

Start Date

01/09/2026

to

End Date

30/09/2026

Goal

€ 10.000,00

Revenue

Revenue Tracking

0,00

None

Budget Summary

Total Cost

€10.000,00



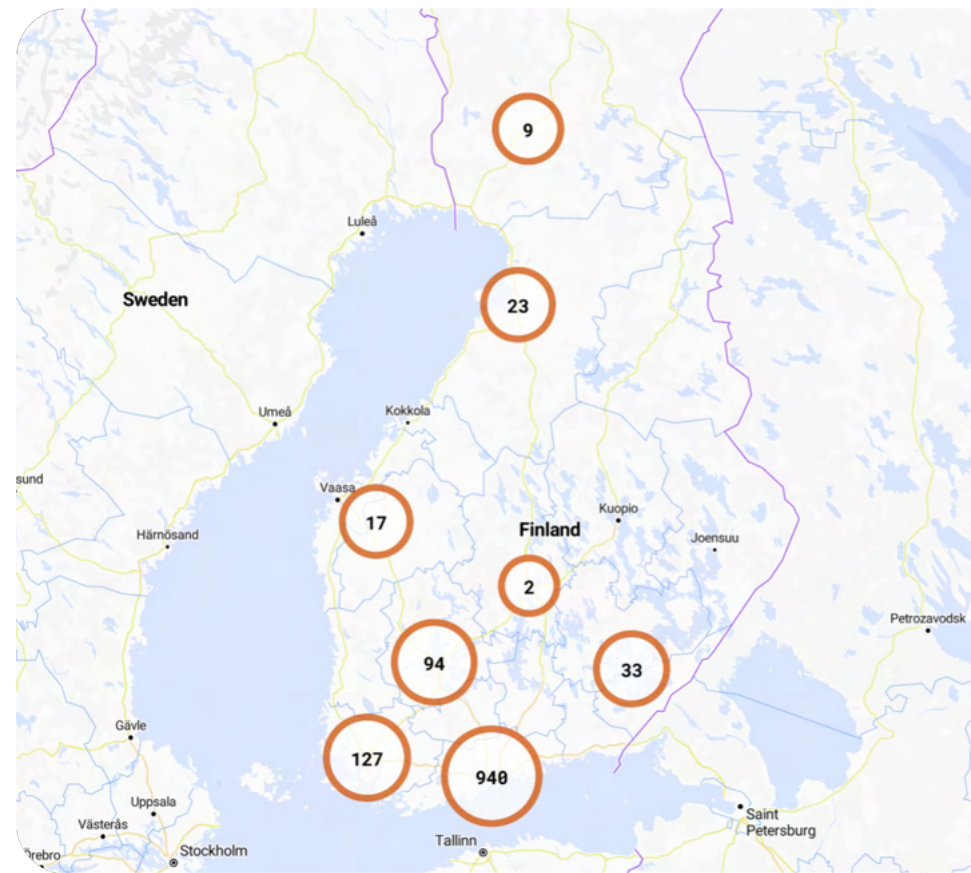
Suunnittelu

02 Filter

Kun perustiedot on määritetty, siirrytään Kohdennus-vaiheeseen.

Tässä vaiheessa valitaan halutut sijainnit ja ympäristöt sekä muut kampanjan kohdennukset

Näkymä tarjoaa myös karttapohjaisen yleiskuvan kampanjasta ja valituista mainospaikoista.





Suunnittelu

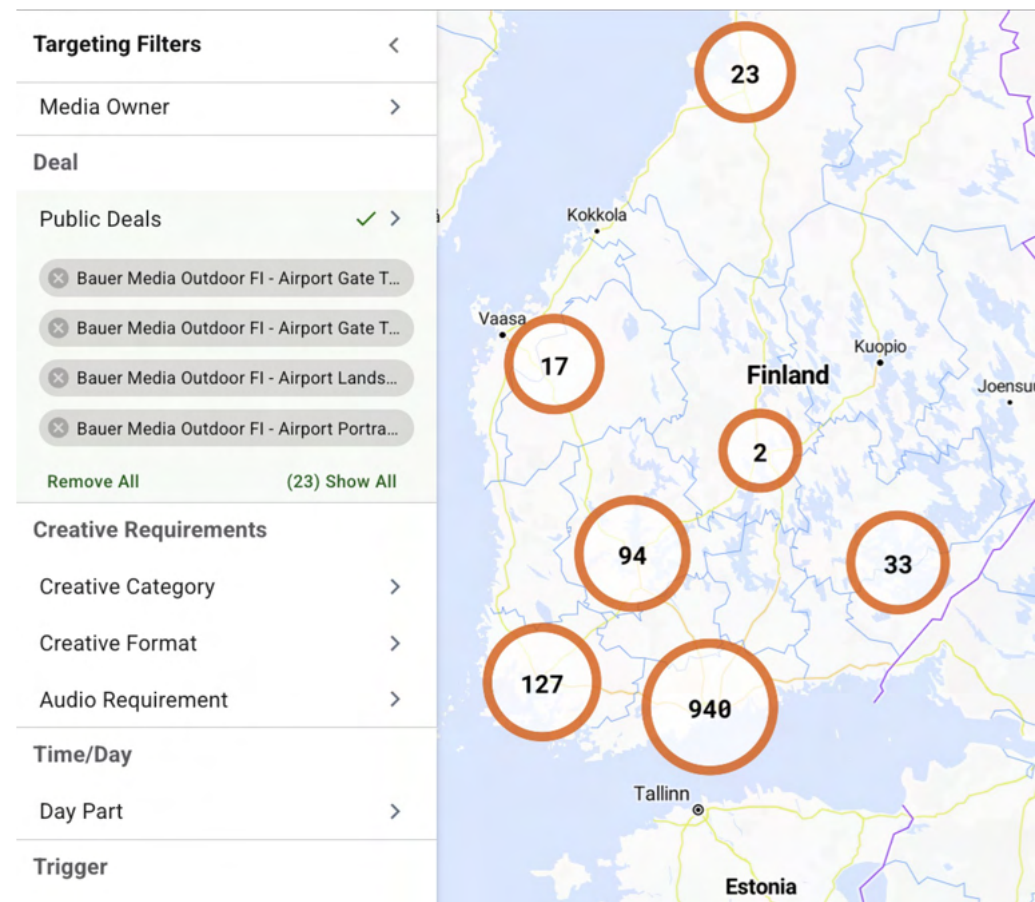
02 Filter

Diilien ja inventaarin valinta

Valitse ensin Deals-osiosta haluamasi diilit, jotta mainospaikat näkyvät kartalla.

Always On -diilit löytyvät kohdasta Public Deals.
Omat diilit löytyvät kohdasta My Deals.

Hae Bauer Media Outdoor hakukentästä ja valitse haluamasi diilit sekä inventaari kampanjaa varten.

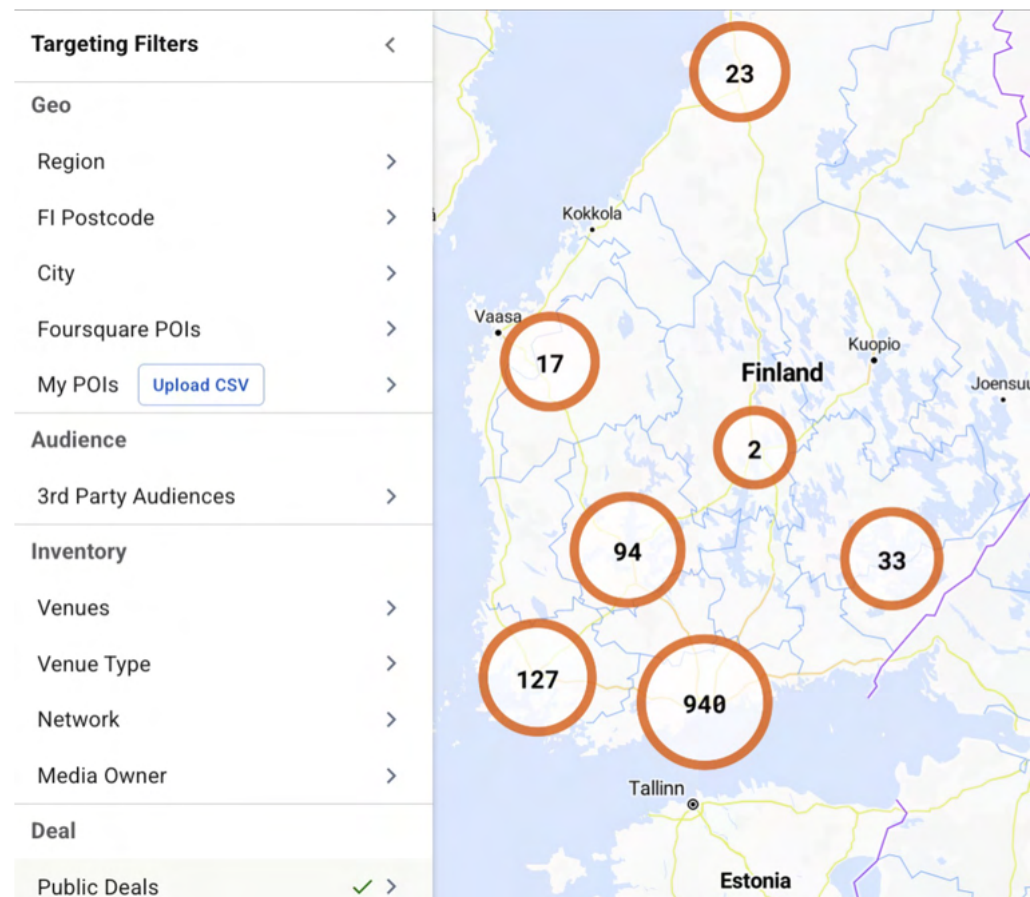


02 Filter

Kun diilit on valittu ja mainospaikat näkyvät kartalla, voit tarkentaa kampanjan kohdennusta lisäsuodattimien avulla.

Suodattimilla voit kohdentaa esimerkiksi:

- alueen tai kaupungin mukaan
- POI-kohteisiin (kiinnostaviin sijainteihin)
- ympäristötyypin mukaan
- kohderyhmiin
- viikonpäiviin ja kellonaikoihin





Suunnittelu

03 Review

Yhteenvedo-vaiheessa näet koonnin valituista kohdennuksista, kuten valittujen mainospaikkojen määrän, arvioidut näyttökerrat, arvioidun mediakustannuksen, suositellun tarjoushinnan

Lisäksi näkymä tarjoaa arviot kampanjan saatavilla olevista näyttökerroista ja mediakustannuksista. Arviot perustuvat valittujen mainospaikkojen historialliseen dataan sekä kampanjan ajankohtaan, viikonpäiviin ja kellonaikoihin.

Untitled Plan

Details > Filter > **Review**

Save Back Launch

1.222 Venues 2.898.551 Impressions 10.000 € Total Cost 3,00 € Media ECPM 3,45 € Revenue ECPM Creative Specs Share Venues

Metrics (12 selected) Group By Export Plan Update Table

Venues	Available Impressions	Available Media Cost	Allocated Impressions	Allocated Media Cost	Revenue	Suggested Bid
1.222	1.639.725.549	4.919.176,65 €	2.898.551	8.695,65 €	10.000 €	3,45 €

Rows per page: 100 1-1 of 1



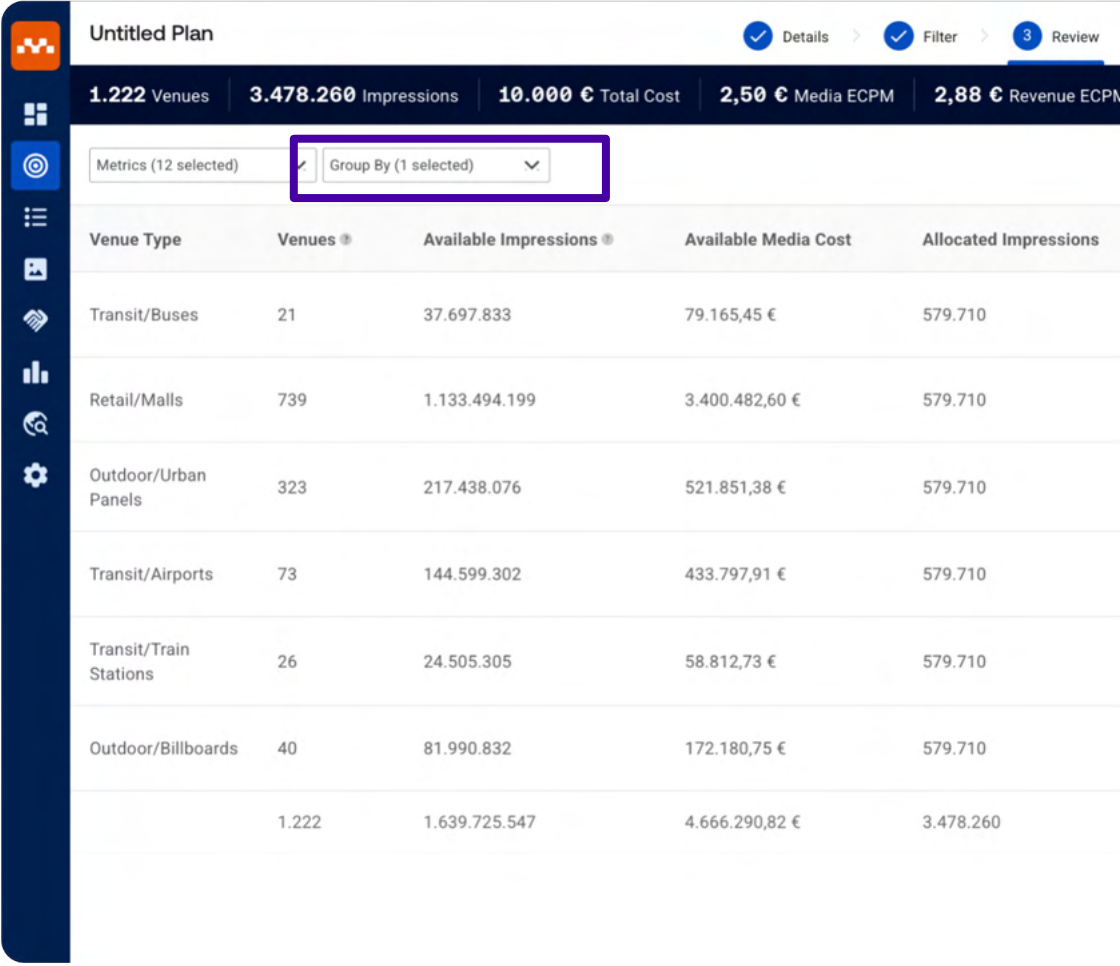


Suunnittelu

03 Review

Group By -toiminnolla voit jakaa kohdennukset automaattisesti useisiin kampanjariveihin esimerkiksi kaupungin, ympäristötyypin, mediayhtiön tai POI-kohteen mukaan.

Jos valitset ryhmittelyn ympäristötyypin perusteella, kohdennukset jaetaan omiin kampanjariveihinsä. Tämä helpottaa budjetin ja tarjoushintojen hallintaa. Kampanjan käynnistyessä jokaisesta kampanjarivistä muodostuu oma kampanjansa saman Insertion Orderin alle.



The screenshot shows the 'Untitled Plan' interface in the Vistar Media planning tool. At the top, there are summary statistics: 1.222 Venues, 3.478.260 Impressions, 10.000 € Total Cost, 2,50 € Media ECPM, and 2,88 € Revenue ECPM. Below these, there are two dropdown menus: 'Metrics (12 selected)' and 'Group By (1 selected)'. The 'Group By' dropdown is highlighted with a red box. The main table displays campaign data with columns: Venue Type, Venues, Available Impressions, Available Media Cost, and Allocated Impressions. The table lists various venue types and their corresponding metrics, with a total row at the bottom.

Venue Type	Venues	Available Impressions	Available Media Cost	Allocated Impressions
Transit/Buses	21	37.697.833	79.165,45 €	579.710
Retail/Malls	739	1.133.494.199	3.400.482,60 €	579.710
Outdoor/Urban Panels	323	217.438.076	521.851,38 €	579.710
Transit/Airports	73	144.599.302	433.797,91 €	579.710
Transit/Train Stations	26	24.505.305	58.812,73 €	579.710
Outdoor/Billboards	40	81.990.832	172.180,75 €	579.710
	1.222	1.639.725.547	4.666.290,82 €	3.478.260





Suunnittelu

04 Launch

Kun suunnitelma on valmis, tallenna se Save-painikkeella. Tämän jälkeen Launch-painike aktivoituu, ja voit käynnistää suunnitelman sekä siihen sisältyvät kampanjat.

Details > Filter > 3 Review

Saved

Back

Launch

s

10.000 € Total Cost

3,00 € Media ECPM

3,45 € Revenue ECPM

Creative Specs

Share

Venues

▼

Export Plan

Update Table

≡

Available Media Cost	Allocated Impressions	Allocated Media Cost	Revenue	Suggested Bid
4.919.176,65 €	2.898.551	8.695,65 €	10.000 €	3,45 €

Rows per page: 100

1-1 of 1

|< < > >|





Suunnittelu

04 Launch

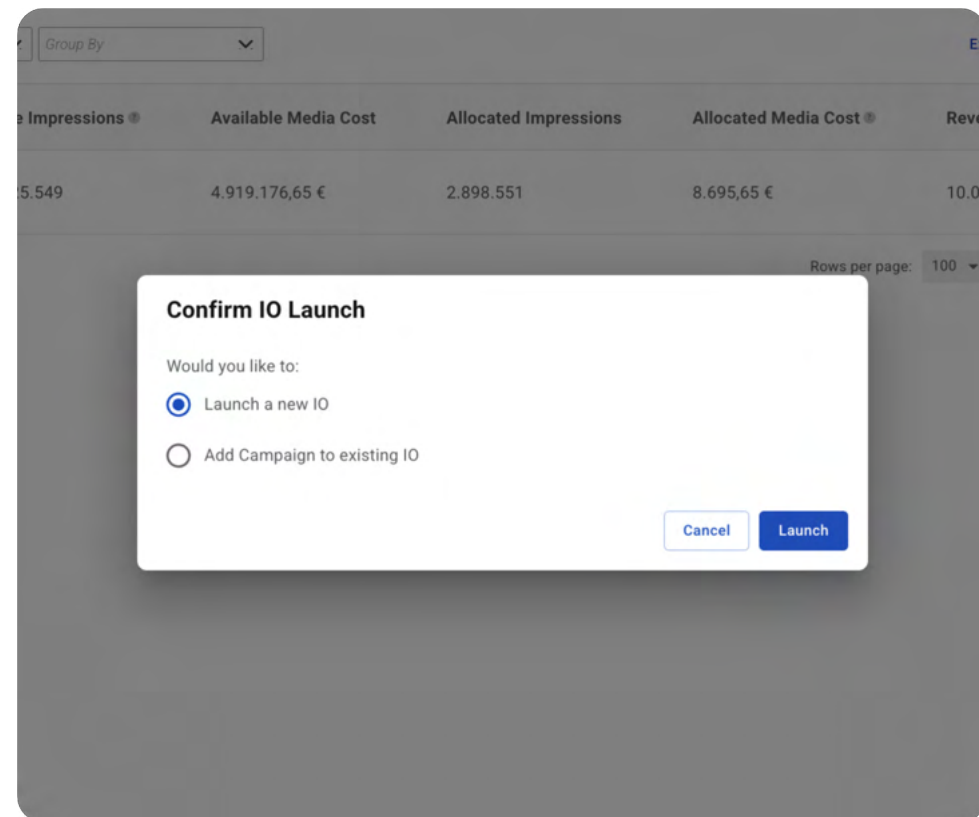
Vahvista kampanjan käynnistys valitsemalla toinen seuraavista vaihtoehdoista:

Luo uusi kampanja

Suunnitelmasta luodaan uusi kampanja kaikkine siihen kuuluvine kampanjariveineen.

Lisää olemassa olevaan kampanjaan

Suunnitelma lisätään osaksi olemassa olevaa kampanjaan



Suunnittelu

05 Activate

Kampanjan käynnistytksen jälkeen siirryt automaattisesti kampanjan yhteenvetönäkymään.

Viimeistele kampanja lisäämällä mainosaineistot, liittämällä ne kampanjaan ja aktivoimalla kampanjat. Tämän jälkeen kampanja on valmis julkaistavaksi.

Insertion Orders

Untitled Plan

Upcoming Last updated 21.8.2026, 16.38 CEST

Budget	Allocated Budget	Budget Delivered
10.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €

Flight Dates	Advertiser	Contract Number	Measurement	Dynamic Creative	Revenue Tracking
1.9.2026, 00.00 CEST - 30.9.2026, 23.59 CEST	New Advertiser	Add Contract Number (optional)	0,00 €	0,00 €	--

Campaigns Creatives Targeting Change History

Actions

Download

Bulk Upload

Search

Include Archived

Add Campaign

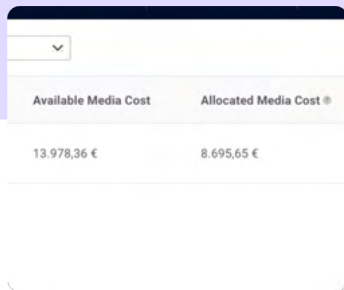
☐	Status	Name	Starts	Ends	Budget	Bid
☐	Paused	Untitled Plan + Even Pacing Targeting Creatives: 0	1.9.2026	30.9.2026	10.000,00 €	3,45 €

Rows per page: 25 1-1 of 1

Yleiset vinkit ja ratkaisut

Saatavuus

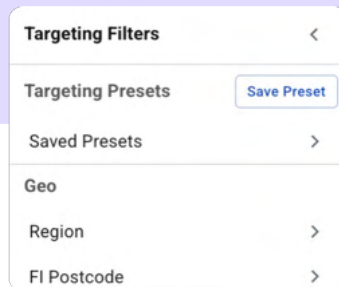
Keskimäärin suunnitelma voittaa noin puolet huutokaupoista. Jos budjetti tai näyttötavoite on suuri suhteessa saatavilla olevaan inventaariin, kohdennusta kannattaa väljentää toimituksen varmistamiseksi.



Available Media Cost	Allocated Media Cost ®
13.978,36 €	8.695,65 €

Tallennetut kohdennukset

Kun kohdennukset on määritetty, ne voidaan tallentaa myöhempää käyttöä varten. Näin samat asetukset on helppo ottaa käyttöön myös tulevissa kampanjoissa.



Targeting Filters

Targeting Presets [Save Preset](#)

Saved Presets >

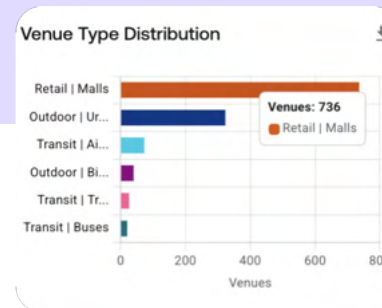
Geo

Region >

FI Postcode >

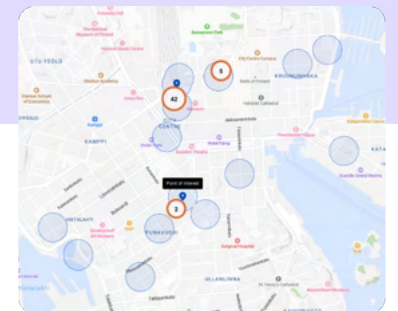
Yhteenveto ja analytiikka

Yhteenvetönäkymä tarjoaa tarkempaa tietoa kohdennuksista, kuten näyttökertojen jakautumisesta eri ympäristöjen, mediayhtiöiden ja mainospaikkatyypin välillä.



Kohdennetut sijainnit (POI)

Mainontaa voidaan kohdentaa valittujen sijaintien ympärille määritellyllä säteellä. Käytettävissä ovat valmiit sijaintilistat, tai omat sijainnit voidaan tuoda järjestelmään CSV-tiedostona.



07 Aineisto-ohjeet

Kaikkien mainospintojen aineisto-ohjeet ja tuotantotiedot löytyvät täältä.



Kiitos!

A Platform for Brands. A Platform for Good.

