

MEDIA 2021 TIEDOT

ILMIÖIDEN RAKENTAMISEEN



Parasta seuraava



Total TV: Erikoisratkaisut RBS-ohjelmayhteistyö

- ▶ Ohjelmayhteistyötunnistenäkyvyys kelluvasti useiden eri ohjelmien yhteydessä, valituilla kanavilla, valittuna ajanjaksona.
- ▶ RBS-ohy on kustannustehokas tapa brändiviestimiseen. Erinomainen ratkaisu, kun halutaan jatkuvaa näkyvyyttä brändille, toistoa viestille ja tuotenäkyvyydelle, top-of-mindin ylläpitoa ja kasvattamista tai korkeaa tavoitavuutta kohderyhmässä.

Hinta

Taulukosta löytyvät kanavittain kohderyhmäkohtaiset RBS-ohjelmayhteistyön 30 sekunnin brutto-CPP-hinnat päiväjaon mukaan indeksikaudella 100. Bruttohinnat ovat 20 % kohderyhmäkaupan bruttohintoja edullisempia. Kausi-indeksit ovat samat kuin televisiomainonnassa. Hinta määräytyy tv-mainosten pituuskerrointaulukon mukaan (5 s kerroin 0,3 ja 10 s kerroin 0,5).



Parasta seuraa

RBS-ohjelmayhteistyön hinnat 2021



CPT
(cost per thousand)
= Kontaktihinta per tuhat katsojaa

CPP
(cost per point)
= Kontaktihinta yhtä TRP-
yksikköä kohden

GRP
(gross rating point)
= Kampanjan mainoskatkojen
keskikatsojamäärien summa
koko väestössä

TRP
(target rating point)
= Kampanjan mainoskatkojen
keskikatsojamäärien summa
kohderyhmässä. TRP on sama asia
kuin kontakti, mutta suhdelukuna
ilmaistuna.

KANAVA	KOHDERYHMÄ	KOHDERYHMÄN KOKO (000)	CPT-HINTA OFF PRIME €	CPT-HINTA PRIME €	CPP-HINTA OFF PRIME €	CPP-HINTA PRIME €
MTV3	25–54	2 072	18,92	27,27	392	565
	35–64	2 094	13,42	19,25	281	403
	18+	4 452	6,67	8,89	297	396
	POP	2 720	7,61	13,31	207	362
Sub	25–54	2 072	13,42	25,72	278	533
	35–64	2 094	11,70	22,83	245	478
	18+	4 452	6,60	13,90	294	619
	POP	2 720	10,51	22,72	286	618
AVA	25–54	2 072	12,84	19,84	266	411
	35–64	2 094	9,41	15,00	197	314
	18+	4 452	4,38	9,07	195	404
	POP	2 720	5,74	13,38	156	364

Kohderyhmien koot, lähde: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2019



Parasta seuraa

Ohjelmat

- ▶ MTV määrittää RBS-ohjelmayhteistyöhön sisällytettävät ohjelmat. Ohjelmat ovat lähtökohtaisesti ulkomaista ja kotimaista draamaa, elokuvia, lifestyle-ohjelmia, komedioita sekä realitya.
- ▶ Uutis- ja ajankohtaisohjelmia sekä lastenohjelmia ei saa sponsoroida. Tunnisteita ei sijoitella kohderyhmäkaupalta suljettuihin ohjelmiin, urheiluun, mainosrahoitteisiin ohjelmiin (AFP) eikä MTV:n määrittelemiin ilmiöohjelmiin.
- ▶ MTV määrittää RBS-ohjelmayhteistyössä mukana olevien ohjelmien kumppanimäärän.

Kontaktitakuu

Kampanjalle myönnetään kontaktitakuu asiakkaan valitsemassa kohderyhmäkaupalla myytävässä kohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehdosta.



Parasta seuraa

Mediaelementit ja sijoittelupohjat

Ohjelmayhteistyön mediaelementtien sijoittelu ohjelmasisällön välittömässä läheisyydessä mahdollistaa tunnisteille korkean huomioarvon.

- ▶ Käytettävät mediaelementit ovat:
 - alkutunniste, kesto 5 s tai 10 s, sijainti ennen ohjelman alkua
 - jatkuu1-tunniste, kesto 5 s, sijainti kiinni ohjelmassa juuri ennen katkolle menoa
 - jatkuu2-tunniste, kesto 5 s, sijainti kiinni ohjelmassa katkolta ohjelmaan palattaessa
 - lopputunniste, kesto 5 s tai 10 s, sijainti lopputekstien jälkeen ohjelman päättyessä

- ▶ MTV määrittelee käytössä olevat sijoittelupohjat, eli millaista tunniste yhdistelmää kampanjassa käytetään. Sijoittelupohjat ovat:
 1. alkutunniste + jatkuu1 + jatkuu2 + lopputunniste
 2. alkutunniste + lopputunniste

- ▶ Asiakas valitsee kampanjassa käytettävän sijoittelupohjan sekä mitä yllämainittua pituutta kussakin tunnisteessa käytetään. 10 s ja 5 s tunnisteiden välille ei voi määrittää erillistä suhdetta jossa tunnisteita ajetaan, vaan tunnisteita ajetaan kappalemääräisesti samassa suhteessa.



Parasta seuraa

Tunnisteiden sisältöä koskevat säännöt

Tunnisteen sisältöä koskevat eri ohjeet kuin katkomainontaa ja tunnisteiden tulee noudattaa ohjelmayhteistyötunnisteille annettuja ohjeita. Pääkohdat näissä ovat:

- ▶ Tunnisteissa ei saa käyttää mainonnallisia ilmaisuja, kuten tuotekuvauksia, tuoteominaisuuksien luettelua, myyntiväittämiä, tuotemerkin laatua tai tehokkuutta osoittavia viittauksia, iskulauseita, ostokehoituksia tai muita aktivointeja, hintoja jne. Itse tuotteen tai palvelun voi näyttää.
- ▶ Tunnisteessa pitää ilmetä kumppanin liittyminen ohjelmaan (esim. yhteistyössä, sponsored by, ohjelman tarjoaa). Tuotteen tai palvelun saa näyttää.
- ▶ Tunniste ei voi olla katkomainonnassa käytettävä televisiomainos. Mikäli tunnisteessa käytetään televisiomainoksesta leikattua tai editoitua materiaalia, on huomioitava, että kyseistä televisiomainosta ei voi ohjelmayhteistyön aikana ajaa mainoskatkokampanjassa.
- ▶ Internet-osoitteet ovat sallittuja. Puhelinnumeroita ei saa näyttää.
- ▶ Hyväksyttämällä tunnisteen sisältö MTV:llä ennen sen toimitusta Spotgaten kautta voidaan varmistaa, että sisältö on lainmukainen. Hyväksyttäminen onnistuu toimittamalla tunnisteen suunnitelma, käsikirjoitus, raakaversio tai valmis tunniste osoitteeseen rbstrafiikki@mtv.fi.



Parasta seuraa

Myyntikaudet 2021 MTV:n tv-kanavat

(sis. RBS-ohy)

KAUSI (PVM)	KAUSI (VKO)	AVATAAN MYYNTIIN
4.1.–28.2.2021	1–8	23.11.2020
1.3.–2.5.2021	9–17	25.1.2021
3.5.–4.7.2021	18–26	29.3.2021
5.7.–29.8.2021	27–34	24.5.2021
30.8.–31.10.2021	35–43	26.7.2021
1.11.–31.12.2021	44–52	27.9.2021

Kausi-indeksit MTV:n tv-kanavat

Mainosesityksen
indeksi määräytyy
ohjelman esityspäivän
mukaan.

KAUSI (PVM)	KAUSI (VKO)	INDEKSI
4.–31.1.2021	1–4	70
1.2.–4.4.2021	5–13	100
5.–25.4.2021	14–16	105
26.4.–30.5.2021	17–21	115
31.5.–27.6.2021	22–25	118
28.6.–18.7.2021	26–28	95
19.7.–8.8.2021	29–31	90
9.8.–5.9.2021	32–35	110
6.9.–3.10.2021	36–39	113
4.–31.10.2021	40–43	107
1.11.–26.12.2021	44–51	100
27.12.–2.1.2022	52	70

Daypart-jaot kanavittain

MTV3, Sub, AVA
(ohjeellinen)

DAYPART	MA–SU
Prime	klo 18.00 - 23.59
Off prime	klo 00.00 - 17.59

Daypart maksukanavat

C More Max, C More
Sport 1, C More Juniori

DAYPART	MA–SU
Prime	klo 00.00 – 23.59



Parasta seuraa