



MEDIA TIEDOT 2022

ILMIÖIDEN RAKENTAMISEEN



Parasta seuraa

Digitaaliset tuotteet

Natiivimainonta ja sisältömarkkinointi

Natiivimainonta on yksi sisältömarkkinoinnin muodoista. Se tarkoittaa julkaisualustaan luontevasti sopivaa sisältöä, jota tehdään kaupallisista tarpeista ja lähtökohdista käsin.

Natiivimainonnassa hyödynnetään julkaisu- tai jakelumedian keinoja ja sisällöntuotannon kerrontamuotoja, jolloin sisältö istuu luontevasti mediaan ja puhuttelee kuluttajia.

Natiivimainonta voi olla myös asiakkaan omien sisältöjen tuomista median jakelukanavaan, jolloin toimitaan puhtaasti kaupallisen sisällön levittäjänä halutuille kohderyhmille.

Natiivimainonta ei ole piilomainontaa, vaan sen pitää olla aina tunnistettavissa mainokseksi. Sisällön merkitseminen mainonnaksi on myös asiakkaan edun mukaista, sillä yrityksen kannattaa olla tunnistettavissa kiinnostavan ja laadukkaan sisällön yhteydessä, joka puolestaan luo positiivisia mielleyhtymiä yritykseen tai brändiin.

Julkisen sanan neuvosto JSN ja IAB Finland ovat laatineet medioille ohjeistukset natiivimainonnan merkitsemisestä verkossa, ja Viestintävirasto on ohjeistanut tuotesijoittelun merkitsemisestä televisiossa.

MTV:n vahvuuksia natiivimainonnan kumppanina

Kuluttajaymmärryksestä ja asiakastarpeesta syntyvät ratkaisut	Monipuoliset sisällöntuotannot ja jakelu samasta paikasta
---	---

Tavoitat suuret yleisöt	Lukijatakuu
-------------------------	-------------

Pitkät sisältöjen parissa vietetyt ajat	Monipuolinen kampanjaraportointi
---	----------------------------------

MTV:n pelillistämisen keinot



Pelikonseptit on sisältömarkkinoinnissa käytettävä keino, jolla aktivoidaan osallistumaan, tarjotaan tai ohjataan hankkimaan lisätietoa tuotteista ja palveluista. Pelikonsepti sisältömarkkinoinnissa tarjoaa mahdollisuuden palkita kuluttajaa asiakkaan tuotteilla tai alennuskoodeilla.

Natiivimainonnan hinnoittelu

MTV:n kautta saat laadukkaan ja monipuolisen sisällöntuotannon ja -jakelun MTVuutiset.fi-sivustolla. Asiakkaan artikkeli laadukkaassa uutismediassa lisää sisällön uskottavuutta, ja hyperlinkit artikkelissa sekä artikkelin SEO parantavat sisällön ja asiakkaan sivujen hakukoneloitettavuutta. Sisällön jakelun voit valita lukijatakuun, CPC- tai CPM-nostatuksen välillä. Lukijatakuu (CPR) tarkoittaa, että selain on ollut artikkelissa vähintään 6 sekuntia. Artikkelin lukijoita retargetoidaan jälkikäteen MTVuutiset.fi:ssä, ja siten kampanja saa lisää tehoa.



Natiivimainonnan hinta

CPM ROS 7 €

CPR- ja CPC -kampanjoista myönnetään yhteistoimintapalkkio. CPM-kampanjoista myönnämme jakelun osalta sekä yhteistoimintapalkkion että yhteistyösopimusedun.

Kohdennusvaihtoehdot

Osoittain: Etusivu, Uutiset ja sää, Urheilu, Viihde, Lifestyle, Autot ja Digi, Makuja, Koti

Alueittain: esimerkiksi Helsinki, Espoo, Rovaniemi



Päivi Kaskia

Kaupallinen tuottaja, Natiivi- ja sisältömarkkinointi

040 505 8691

paivi.kaskia@mtv.fi



Natiivimainonnan erityishuomioita

Natiivivieritkkelit kirjoitetaan ensisijaisesti MTVuutiset.fi:n lukijoille, ja niiden kirjoitustavassa noudatetaan lakeja, säännöksiä ja hyvää tapaa. Natiivivieritkkeli ei voi olla valmis lehdistötiedote, tuotteen tai yrityksen esittely, suora markkinointimateriaali tai mainosteksti. MTVuutiset.fi:n päätoimittaja vastaa MTVuutiset.fi:ssä julkaistavasta sisällöstä ja hänellä on oikeus kieltäytyä materiaalin julkaisusta, jos se on vastoin lakeja, säännöksiä tai hyvää tapaa tai siinä esiintyy muita puutteita tai ongelmia.

Artikkeliin voi upottaa videoita tai linkkejä asiakkaan sivuille. Artikkelin linkki ja sisältö on asiakkaan vapaasti käytettävissä, ellei muuta ole erikseen sovittu.

MTV optimoi artikkelien nostoja, joten nostoissa otsikoille voidaan antaa muutamia vaihtoehtoja, joiden välillä testataan, millaisella otsikolla artikkeli vetää parhaiten lukijoita.

Artikkelin korjauskertoja enintään kolme, ylimenevistä korjauksista veloitetaan MTV:n voimassa olevan hinnaston mukainen tuntihinta. Jos asiakas haluaa muuttaa jo hyväksyttyä artikkelia, veloitetaan muutoksesta 50 % artikkelin hinnasta. Jos asiakas haluaa uudelleen tehtäväksi jo hyväksytyn artikkelin, veloitetaan 75 % uuden artikkelin hinnasta.

Somepostauksen erityishuomioita

- o Somepostaukset tehdään kevyttuotantoina mobiilijournalismin keinoin
- o Postauksen tulee sopia käytettävän tilin sisältöön ja puhutella kohderyhmää
- o Postaus ei voi olla puhtaasti asiakkaan mainos
- o Asiakkaan sometili tagataan postaukseen mukaan somekanavien natiivin merkitsemisen sääntöjen mukaisesti
- o Mikäli kommentteihin tarvitaan asiakkaan osallistumista, asiakas ilmoittaa yhteyshenkilön, johon ollaan yhteydessä. Suosittelemme asiakasta seuraamaan tilannetta ja osallistumaan keskusteluun postauksen kommenttikentässä.