

MEDIA 2023 TIEDOT

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



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.

Asiakkaan artikkelin julkaisu uutismediassa lisää sisällön uskottavuutta, ja hyperlinkit artikkelissa sekä artikkelin SEO parantavat sisällön ja asiakkaan sivujen hakukonelöydettävyyttä. Sisältöä jaetaan lukijatakuuna ja lisäksi sovitulla näyttömäärällä. Lukijatakuu (CPR) tarkoittaa, että selain on ollut artikkelissa vähintään 6 sekuntia. Artikkelin lukijoita retargetoidaan jälkikäteen MTVuutiset.fi:ssä.

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.

Natiivimainonta ja sisältömarkkinointi, hinnasto 2023

	LUKIJAMÄÄRÄ min. 6 s artikkelissa	NOSTONÄYTTÖ- TAKUU	BRUTTO €	NATIIVIPELI BRUTTO €
1 artikkeli	4 000	1 000 000	6 200	7 000
3 artikkelia	12 000	3 000 000	16 600	19 000
5 artikkelia	20 000	5 000 000	27 000	31 000
12 artikkelia	48 000	12 000 000	63 400	73 000

Brutt hinnat sisältävät artikkelin tai natiivipelin tuotannon.

Natiivartikkeli lukijatakuulla CPR 1,30 €

Natiivipeli lukijatakuulla CPR 1,50 €



CPR (cost per reader) Yhden lukijan hinta

Kohdennusvaihtoehdot

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

Alueittain: esimerkiksi Helsinki, Espoo, Rovaniemi

Natiivipeli on sisältömarkkinoinnissa käytettävä keino, jolla aktivoidaan osallistumaan, tarjotaan tai ohjataan hankkimaan lisätietoa tuotteista ja palveluista.

Natiivipeli voi olla esim. tietovisa tai äänestys, jolla rikastetaan natiivartikkelia. Se tarjoaa myös mahdollisuuden palkita kuluttajaa asiakkaan tuotteilla tai alennuskoodeilla.

Natiivimainonnan erityishuomioita

Natiiviartikkelit kirjoitetaan ensisijaisesti MTVuutiset.fi:n lukijoille, ja niiden kirjoitustavassa noudatetaan lakeja, säännöksiä ja hyvää tapaa.

Natiiviartikkeli 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 veloitetään MTV:n voimassa olevan hinnaston mukainen tuntihinta. Jos asiakas haluaa muuttaa jo hyväksytyä artikkelia, veloitetään muutoksesta 50 % artikkelin hinnasta. Jos asiakas haluaa uudelleen tehtäväksi jo hyväksytyyn artikkeliin, veloitetään 75 % uuden artikkelin hinnasta.

Somepostautusten erityishuomioita

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



Kysy lisää natiivimainonnasta

digitrafiikki@mtv.fi