

www.mercedes-benz.fi

Suomalaisen autohistoriaan.
Uusi A: Suomi Edition.
Made in Finland.

Mercedes-Benz A luokan pienin ja keuhkain auto Suomessa. A-luokan pienin ja keuhkain auto Suomessa. A-luokan pienin ja keuhkain auto Suomessa.

27 941 €

Omakeli alk. 399 €/kk

NISSAN

TOISET NE USKALTA

UUSI NISSAN MICRA
ALK. 13 440 €

UUSI NISSAN MICRA 1.6 16V XENON-TEKNOLOGIALLA. ENÄÄ EI TARVITSE ETUJA ALKUNA.

UUSI NISSAN MICRA. GO GET IT.

"Edellimästä Ford EcoBoost muuttaa pelin."

Uusi Ford EcoBoost muuttaa pelin. Uusi Ford EcoBoost muuttaa pelin. Uusi Ford EcoBoost muuttaa pelin.

FORD ECOBOOST

Uusi Ford EcoBoost muuttaa pelin. Uusi Ford EcoBoost muuttaa pelin. Uusi Ford EcoBoost muuttaa pelin.

FORD ECOBOOST

UUSI FORD B-MAX

Uusi Ford B-Max muuttaa pelin. Uusi Ford B-Max muuttaa pelin. Uusi Ford B-Max muuttaa pelin.

FORD B-MAX

HONDA

Uusi Honda CR-V muuttaa pelin. Uusi Honda CR-V muuttaa pelin. Uusi Honda CR-V muuttaa pelin.

HONDA CR-V

"L" ON SEKSIKÄIN KOKO TÄSTÄ LÄHTIEN.

FIAT 500L

Uusi Fiat 500L muuttaa pelin. Uusi Fiat 500L muuttaa pelin. Uusi Fiat 500L muuttaa pelin.

FIAT 500L

ŠKODA

Uusi ŠKODA Octavia muuttaa pelin. Uusi ŠKODA Octavia muuttaa pelin. Uusi ŠKODA Octavia muuttaa pelin.

ŠKODA OCTAVIA

YLELLISYYS VAKIONA.

Uusi Volvo V40 muuttaa pelin. Uusi Volvo V40 muuttaa pelin. Uusi Volvo V40 muuttaa pelin.

VOLVO V40

VW

Uusi VW Golf muuttaa pelin. Uusi VW Golf muuttaa pelin. Uusi VW Golf muuttaa pelin.

VW GOLF

KIA

Uusi Kia Sportage muuttaa pelin. Uusi Kia Sportage muuttaa pelin. Uusi Kia Sportage muuttaa pelin.

KIA SPORTAGE

VOLVO

Uusi Volvo V70 muuttaa pelin. Uusi Volvo V70 muuttaa pelin. Uusi Volvo V70 muuttaa pelin.

VOLVO V70

TOYOTA

Uusi Toyota Yaris muuttaa pelin. Uusi Toyota Yaris muuttaa pelin. Uusi Toyota Yaris muuttaa pelin.

TOYOTA YARIS

BMW

Uusi BMW muuttaa pelin. Uusi BMW muuttaa pelin. Uusi BMW muuttaa pelin.

BMW

AUTOMAINONTATUTKIMUS

2014

Valores Consult
www.semioitiikka.com

AIKAKAUSMEDIA

Automainosten vaikuttavuustutkimus 2014



- Mikä automainosten sisällössä tai ulkoasussa vetoaa lukijaan?
- Aikakausmedia halusi selvittää, mikä saa lehden lukijan pysähtymään mainoksen kohdalla, ihastumaan ja muistamaan sen?
- Mainosten luku- ja huomioarvot tiedetään, vaan emme oikeastaan tiedä, miksi juuri nämä ilmoitukset saavat hyviä luku- ja huomioarvoja.
- Uudenlainen semioottis-kvalitatiivinen tutkimus selvitti parhaiden automainosten salaisuuden.

Automainosten vaikuttavuustutkimus 2014



A. Syvähaastattelut kuluttajien parissa:

- 20 tunnin mittaista haastattelua
- Etnografinen metodi: lukijat saivat selata lehtiä rauhassa ja kertoa vapaasti, mitä mainoksista mieleen tulee: vaikutelmia, mielipiteitä, reaktioita.
- Lehtiin oli sijoiteltu hyviä huomio- ja lukuarvoja saaneita mainoksia (ja huonompia arvoja saaneita vertailupohjaksi)

B. Mainosten semioottinen analyysi:

- Tutkimukseen valittujen mainosten ulkoasun ja sisällön semioottinen analyysi
- Millaiset värit, muodot, kompositiot ja toteutustavat vetoavat Autoalalla ja miksi?
- Millaiset 'tarinat' mainoksissa vetoavat?
- Millainen myyttinen aines vaikuttaa Automainonnassa?

A. Syvähaastattelut kuluttajien parissa

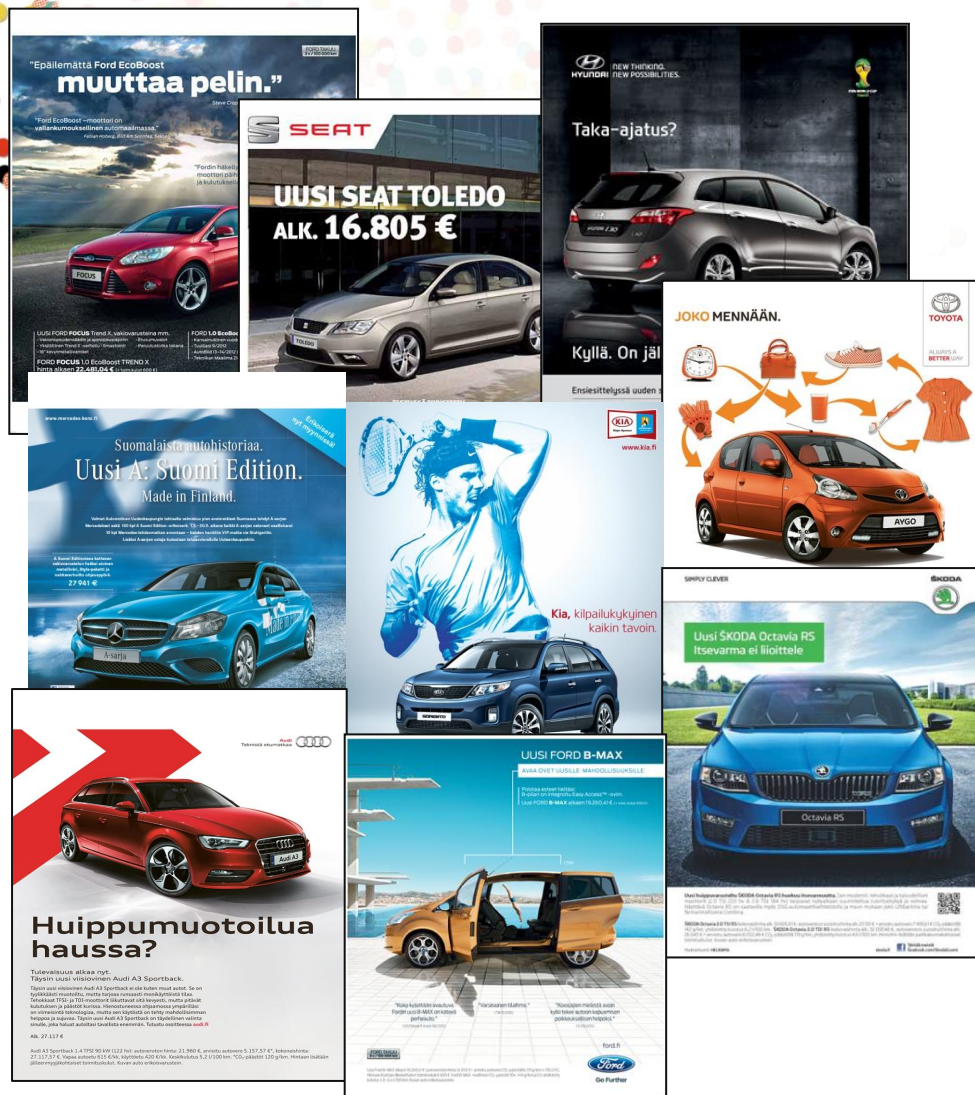
MIEHET, auton merkki ja malli

- Myyntiedustaja 28 v, Škoda Superb 2011
- After sales controller 44 v, Nissan Micra 2013
- Sähköalan yrittäjä 46 v, VW Transporter 2011
- Myyntijohtaja 47 v, Audi A6, 2011
- Myyntipäällikkö 48 v, Volvo XC90, 2011
- Kuvaajayrittäjä 53 v, Opel Vivaro 2010
- Automyyjä 54 v, Mercedes Benz, 2012
- Huoltopäällikkö 55v, Volvo V70, 2007
- Myyntipäällikkö 62 v, Toyota Avensis, 2012
- Myyntipäällikkö 65 v, Nissan Quashquai 2013

NAISET, auton merkki ja malli

- Luokanopettaja 30 v, Ford Fiesta 2004
- Projektipäällikkö 34 v, Renault Laguna 2006
- Sairaanhoitaja 37 v, Toyota Yaris 2010
- Opiskelija 42 v, Kia Ceed 2012
- Kirjanpitäjä 42 v, Ford Focus 2007
- Sairaanhoitaja 45 v, BMW 520A, 2013
- Markkinointipäällikkö 45 v, Audi A3, 2010
- Projektisuunnittelija 50 v, Škoda Octavia 2010
- Sisustussuunnittelija 51, Citroën Picasso 2011
- Myyntisihteeri 61 v, Mercedes Benz 2009

Tutkimuksessa 58 kpl autoalan hyviä huomio- ja lukuarvoja saanutta mainosta



Tutkimuksessa käytetyt lehdet:

Auto Bild
Tuulilasi
Tekniikan Maailma

Me Naiset
Meidän Perhe
Olivia
Oma Aika

Talouselämä
Vauva

AIKAKAUSMEDIA



"Kun on miljoonia kilometrejä takana, niin tietää jo valmiiksi millainen sen auton pitää olla, ei se noista mainoksista selviä... paitsi jos on hieno maisema, niin sitten kyllä katson"

"No en mä automainoksia kattele silloin kun en oo autoa vaihtamassa. Pitäis olla jotain muutakin kuin se auto, jotain kivaa, mitä katsella ja sitten voisi katsoa sitä autoakin."

"Kyllä mä katson kaikki uudet merkit ja mallit jollain tasolla, että tiedän missä mennään."

1a. Skannaus mainoksen toteutuksen mukaan: "onko tarpeeksi kiinnostava?"

- Kun auton hankinta ei ole ajankohtaista
 - Onko tarpeeksi erilainen/ kiinnostava/hauska, että haluan katsoa
 - Esittääkö auton sillä tavalla, että kiinnostun
- ⇒ Poikkeava, erilainen automainos kiinnittää huomion (tästä lisää jäljempänä)
- ⇒ Useimmat automainokset ovat "niin samanlaisia", että niitä ei tule katsoneeksi, kun auton hankinta ei ole ajankohtainen.



"Tämä kiinnostaa kyllä tämä Kia, voisiko ne olla niin hyviä, kun on pitkät takuut ja kaikki"

"Volvosta lukisin kaiken, se on merkki jota ihailen ja seuraan. Oma merkki on Toyota, luen siitäkin tietysti kaiken uuden, mitä tulee."

"Nämä on liian kalliita merkkejä mulle, niin en mä niihin perehdy."

1b. Skannaus brändimielitymysten mukaan: "onko haluamani/ käyttämäni merkki vai ei"

- **Merkit joita käyttää:**
 - Minun merkkini, seuraan mainoksia, uutuusmalleja
- **Merkit/mallit joita voisin harkita:**
 - Sopii kooltaan ja ominaisuuksiltaan minun 'valintakoriini', seuraan tarkemmin näitä merkkejä ja malleja
 - Kuullut hyvää tästä merkistä, haluan tietää enemmän
 - Jos hyvä tarjous osuu kohdalle, saatan mennä koeajolle

Merkit/mallit joita vain ihailen:

- Jos minulla olisi varaa, ostaisin tätä merkkiä
- Ei ikinä tule olemaan varaa, mutta katson ja unelmoin
- **Merkit joita ei ihaile, eikä käytä:**
 - Kuullut huonoa tästä merkistä, suhtaudun epäluuloisesti
 - En pidä tämän merkin imagosta/käyttäjäkunnasta, en halua kuulua siihen

”Katson sen kokoluokan autoja, mitä seuraavaksi haluan. Nämä pikkuset on liian pieniä, niitä en edes vilkaise. Joistakin on tosin vaikea saada selvää, minkä kokoinen auto todellisuudessa on.”

"Bensankulutuksen katson aina heti nykyään. Jos on liikaa kuluttava, jätän pois laskuista."

”Olisi hyvä, jos mainoksissakin olisi enemmän testituloksia ja muuta todellisen käyttäjän kokemuksia.”

1c. Skannaus omien automielytymysten mukaan: ”onko kiinnostavan tyyppinen auto minulle”

- **Seuraavaksi aion hankkia tämänkokoisen auton:**
 - Katsastan mitä markkinoilla on tarjolla
 - Onko tullut uusia kiinnostavia malleja
 - Onko tullut uusia merkkejä, joita voisi harkita
- **Mietin, minkä tyyppinen olisi minulle seuraavaksi hyvä:**
 - Tutkin kulutusmääriä ja ajo-ominaisuuksia
 - Hybridi ja sähköauto kiinnostaa, halu tietää lisää
 - Luen testituloksia ja vertailuja
 - Farmari, sedan vai hatchback

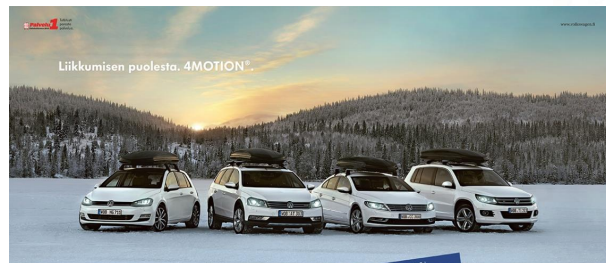


HYVÄ AUTOMAINOS



Hyvä automainos kuluttajien mukaan

1. Erilainen
2. Maisemallinen
3. Tunnelmallinen
4. Tarinallinen
5. Tekninen
6. Naisia kiinnostaa tarinat ja tunnelma
7. Auto tarpeeksi isolla
8. Selkeä
9. Informaatiota
10. Brändin hyvin esiin tuova
11. Brändiä vahvistava



A. SYVÄHAASTATTELUT



AUTOMAATTI JA NAVIGOINTI 0 €. NAUTINNOLLISIN REITTI KEVÄÄSEEN.

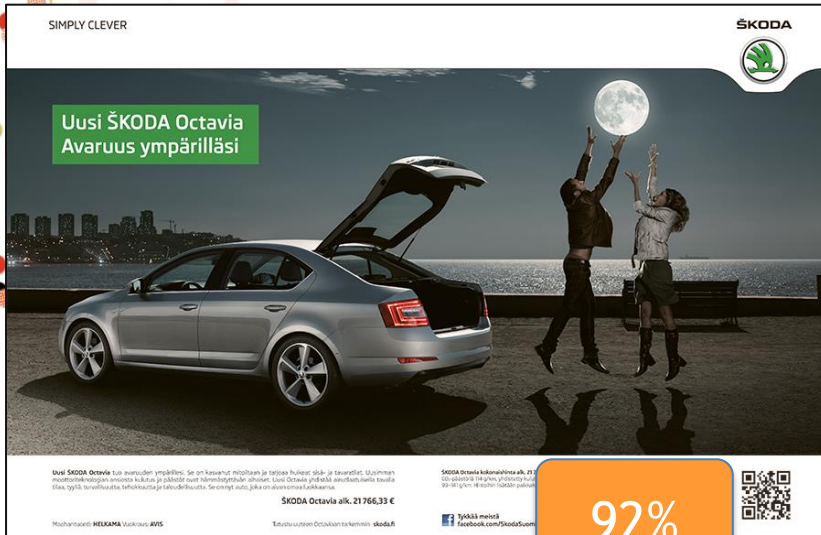


Valores Consult
www.semioitiikka.com

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

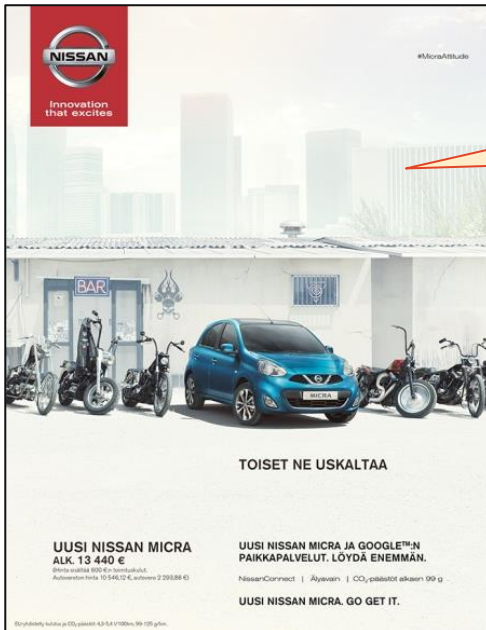


1. Erilainen

- ⇒ Uudenlainen, "ei perinteinen automainos"
- ⇒ Uusi idea, uusi näkökulma autoiluun, auton käyttöön
- ⇒ Auton ulkonäkö/tekniikka kuvattu uudesta näkökulmasta
- ⇒ Muutakin katsottavaa kuin auto

"Kiva yötunnelma, ja tuo kuu on niin kuin pallo joka otetaan kiinni, saa kuun taivaalta kun saa Škodan? Kuva jää mieleen."

Huomio-arvo

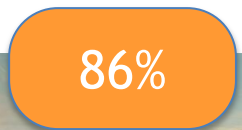
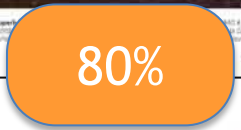


"Hauska idea, jotkut ne uskaltaa ...vaihtaa 'pappamopon' Micraan."



"Tää on ainakin erilainen. Katsoo noita otuksia ja ihmettelee.... Olis silti hyvä, jos ei olis ihan noin sekava, nyt tuo tyttö jää taitteen alle piiloon...."

AIKAKAUSMEDIA



- ⇒ Maisematausta miellyttää enemmän kuin studiotausta
- ⇒ Kaunis luonto vetoaa: Lappi, vuoristo, ranta jne.
- ⇒ Voi kuvitella itsensä sinne

**Huomio-
arvo**

"Tässä on myös infoa näistä autoista"



¹Etu on voimassa 1.-30.11.2013 ja koskee uusia asiakastilauksia. ²Pehtosineklyytistä liioittelusta ei saatavissa Alltrack 2.0 TSI ja Tiguan 2.0 TSI -mallit. ³Etu ei koske helmikuusta alkaen.

AIKAKAUSMEDIA



"Tähän voisi olla yhtä hyvin Ikean mainos. Kieltämättä tätä jää katsomaan, että mitä lampuja, ja kiva rantatunnelma kyllä"

3. Tunnelmallinen

- ⇒ Luo hyvän fiiliksen
- ⇒ Jännittävä, seikkailullinen, energinen
- ⇒ Hauska, hyväntuulinen, leppoisa
- ⇒ Lomamainen, matkamainen tunnelma



"Tässä on erikoinen väri ja kiva yöfiilis, pikkuautokin niin puhdas valkoinen"

"Taivas on hieno tässä, hieno ilma reissuun..."

[illegible]

- ⇒ Jotakin tapahtuu, mitä?
- ⇒ Mainoksesta luettavissa kokonainen tarina
- ⇒ Jää mieleen
- ⇒ Ihmisiä, eläimiä => silmä tarttuu, kiinnostaa
- ⇒ Samaistuttavat hahmot, tilanne
- ⇒ Auto on osa elämää, ei 'palvottava peltijumala'

"Tää on hyvä, koira nuuskii ilmaa ja navigaattorista puhutaan, koirahan siinä kuonollaan navigoi - hauska, vähän epätodellinen...."

”Tällaista toivoisin muiltakin merkeiltä, että näytetään ohjaamo, se on tosi tärkeä, kun siinähan sitä sit koko ajan istutaan”

- [illegible]

www.semiotikka.com



ATKAKAUSMEDIA



"Voi tää on hauska, tuo keskimmäinen on ihan kuin joku pelästynyt pupu tää on niin liikkis että alkaa tehdä mieli pikku-Fiiua."

TYYLII KÄÄNTÄÄ PÄÄT

TEHO SYTYTTÄÄ SYDÄMET

Fiat 500 -mallisto alk. 13.990 €

FIAT

68%

68%

www.semiotikka.com



77%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

7. Auto tarpeeksi isolla

- ⇒ Auto on edelleen pääasia mainoksessa (vaikka monelle lukijalle se ei ole ainoa pääasia)
- ⇒ Auton ulkomuoto esiin, jos ei jo tunnettu
- ⇒ Auton koosta olisi hyvä saada oikea käsitys
- ⇒ Auton yksityiskohdat, kuten lamput halutaan nähdä, ei saa olla liian pieni kuva

"Tää on ihan perus (...) hopeenvärinen, hieno – ja jotenkin rauhallinen, miellyttävä katsoa, jos on uutta autoa miettimässä"

"Pirteän värinen pikkuauto, aika hauskan muotonenkin!"



HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT



8. Selkeä

- ⇒ Lukija haluaa saada selvän yhdellä silmäyksellä
- ⇒ Selkeys = visuaalisesti tarpeeksi yksinkertainen tai tasapainoinen, järjestyksessä
- ⇒ Selkeys = tarpeeksi vähän informaatiota
- ⇒ Ei kuitenkaan saisi olla tylsä ja ilmeinen, "sata kertaa nähty"

"Kuplavalokkari on tässä melkein kuin Audi TT, mut on se silti söpö kupla, hyvännäköinen."

"On niin puleerattu ja trendipölykapselit sun muuta ulkonäkökivaa, tää vetoaa varmasti nuoriin"



"Tää on jotenkin sekava, ei saa selvää, siinä on liikaa asioita auton ympärillä"

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT



Vuoden talviauto toivottaa hyvää kesää.
Ennakkomyyntissä uudet vähäpäästöiset diesel- ja bensinmoottorit.

Volvo V40 T2 ALK. 28 085 €
Volvo V40 T2 MAN ALK. 27 644 €

Rahoitustarjous vain 1,9 %
Volvia Kasko

87%



YLELLISYYS VAKIONA.

ETUSI JOPA 4 000 €

"Kaikki tietävät miltä Volvo näyttää, niin hyvä että näytetään sisältäpäin, antaa hyvän kuvan laadusta ja ajomukavuudesta"

9. Informaatiota

- ⇒ Automerkit lähenevät toisiaan muotoilussa ja tekniikassa: on entistä vaikeampi vertailla
- ⇒ Informaatiota kaivataan mainoksiin lisää: ajominaisuuksista, ekologisuudesta, moottorin tekniikasta, turvallisuudesta
- ⇒ Hinta on usein kovin pienellä, ja aina "alkaen"
- ⇒ Olisi mukava tietää myös yleisimpien lisävarusteiden hinta

"Tykkään, kun on kerrottu vähän enemmän, vaikka onkin liian pientä pranttia... autokin on vähän eri tavalla kuvattu kuin yleensä... tieto lisää luotettavuuden tuntua"

"Hinta ainakin on reilusti ja isolla, ja muutakin tietoa, hyvä"



SEAT

UUSI SEAT TOLEDO
ALK. 16.805 €

TESTEISSÄ TOIMITTU

"Päijän autos kohtuullisella rahalla."
TESTAUS: 13.5.2013

"Tavarailla vetää komeat 550 litraa."
TESTAUS: 13.5.2013

"Toledosta löytyvät kaikki hienaimat."
TESTAUS: 13.5.2013

KAIKKI MITÄ TARVITSET. ALK. 16.805 €

HYVÄÄ EI SAA HAAVALLA. PARHAAN SAA.

72%

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

Kia Picanto. Puhdasta Laatua.

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 990 €

67%

Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran.

Uusi Volkswagen CC.

Das Auto.

"Simppli mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

UUSI TOYOTA COROLLA.

TULEVAISUUS TEHDÄÄN 11 SUKUPOLVEN KOKEMUKSELLE.

TOYOTA

ALWAYS A BETTER WAY

COROLLA

toyota.fi/corollatutut

88%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

Kia Picanto. Puhdasta Laatua.

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 990 €

67%

Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran.

Uusi Volkswagen CC.

"Simppele mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

UUSI TOYOTA COROLLA.

TULEVAISUUS TEHDÄÄN 11 SUKUPOLVEN KOKEMUKSELLE.

88%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

Kia Picanto.
Puhdasta Laatua.

www.kia.fi

picanto

4,1
l/100 km

95
g/km

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 990 € (sisältää arvonlisäveron ja rekisteröintimaksun)

KIA The Power to Surprise

Tässä se on. Tyyliä, innovatiivista tekniikkaa ja käytännöllistä mukavuutta kompaktissa krossa. Kia Picanto. Moderni ja turvallinen kaupunkiauto, joka ylittää perinteillä suorituskyvylään ja polttoainetaloudellaan pienellä päästöillään. Siinä on persoonallista luonnetta ja tunteita, joka valottaa jokaisen.

Katso lähin Kia-jälleenmyyjäsi www.kia.fi

Kia Picanto automatin hinta alkaen 10 235,26 € + arvokas autovero 1754,26 € = kokonaishinta 11 989,52 € + sis. rek. maksu 12 000 €. Hinnat sisältävät 40% KIA:n lisäyhtiön alku- ja jälkijakson. CO₂-arvo 109 g/km, CO₂-tiedot 109-125 g/km. Takuu 3 vuotta tai 100 000 km, kunta-ajoneuvoille saatavilla myös vaihtoehtoisen KIA:n takuuta koskeva vaihtoehto.

67%

Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran.

Uusi Volkswagen CC.

Jokien auto on enemmän kuin auto. Uusi Volkswagen CC on auto, joka tulee vaikuttamaan, tiljään, tunneliin ja ajamisen ilmaan. Se on uuden sukupolven keskiluokan malli, joka yhdistää klassikoiden muotoilun ja teknologian. CC on nyt kahdenlaisiakin: joko 700, 750 tai 750 Hybrid. Vastustamaton näkökulma, moderni muotoilu, vaalea värimaailma myötäilee kaiken EMISSION selviytymisohjelmaa.

Hinnat alk.: automatin hinnat 30 800 €, manuaalin hinnat 28 250 €, kokonaishinta 48 050 €

VW Das Auto.

Ilmoitus 1.6.2017 - jätteenkierrätyksen tiedustelu. CO₂-päästöt 109 g/km. Vuotosuoritus 17-18,5 l/100 km. CO₂-päästöt 109-125 g/km. Kassa-ajan erittelyt.

"Simppli mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

UUSI TOYOTA COROLLA.

TOYOTA ALWAYS A BETTER WAY

COROLLA

toyota.fi/corollafinland

TULEVAISUUDESSA TEHDÄÄN 11 SUKUPOLVEN KOKEMUKSELLA.

Uusi Toyota Corolla on 11 sukupolven kokemus. Se on auto, joka on ollut mukana kaikissa maailman suurissa kilpailuissa ja on voittanut niitä. Se on auto, joka on ollut mukana kaikissa maailman suurissa kilpailuissa ja on voittanut niitä. Se on auto, joka on ollut mukana kaikissa maailman suurissa kilpailuissa ja on voittanut niitä.

Golf- ja Volvo-automatit ovat 11 sukupolven kokemusta. CO₂-päästöt 109 g/km. Vuotosuoritus 17-18,5 l/100 km. CO₂-päästöt 109-125 g/km. Kassa-ajan erittelyt.

88%

AIKAKAUSMEDIA

- HYVÄ AUTOMAINOS
- A. SYVÄHAASTATTELUT
-
- 67%
-
- "Simppli mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."
- "Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"
- "Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."
- ## 10. Brändin hyvin esiin tuova
- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
 - ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
 - ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"
-
- 88%
- AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

67%

"Simppele mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

88%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

Kia Picanto. Puhdasta Laatua.

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 990 €

67%

Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran.

Uusi Volkswagen CC.

"Simppele mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

UUSI TOYOTA COROLLA.

TULEVAISUUS TEHDÄÄN 11 SUKUPOLVEN KOKEMUKSELLE.

88%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

Kia Picanto. Puhdasta Laatua.

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 990 €

67%

Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran.

Uusi Volkswagen CC.

"Simppele mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

UUSI TOYOTA COROLLA.

TULEVAISUUS TEHDÄÄN 11 SUKUPOLVEN KOKEMUKSELLE.

88%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

Kia Picanto. Puhdasta Laatua.

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 990 €

67%

Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran.

Uusi Volkswagen CC.

Das Auto.

"Simppli mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

UUSI TOYOTA COROLLA.

TULEVAISUUS TEHDÄÄN 11 SUKUPOLVEN KOKEMUKSELLE.

toyota.fi/corollatutut

88%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT

Kia Picanto. Puhdasta Laatua.

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 990 €

67%

Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran.

Uusi Volkswagen CC.

Das Auto.

"Simppele mainos, mut kiinnittää huomiota, kun on pirtsakka väri. Ja merkki ja malli käy hyvin ilmi."

"Tätä luulin ensin joksikin vielä hienommaksi merkiksi, kun on niin kalliin näköinen"

"Isolla kerrotaan että uusi Corolla-malli tulee. Autot on nykyään niin samannäköisiä, että vaikea välttämättä tunnistaakaan..."

10. Brändin hyvin esiin tuova

- ⇒ Että näkyy heti, mikä brändi ja jää mieleen
- ⇒ Automallit samannäköisiä, ei erota enää eri merkkejä, brändi tuotava selvemmin esiin
- ⇒ Autovalmistajan pitää olla brändistään ylpeä ja "sanottava se ääneen"

UUSI TOYOTA COROLLA.

TULEVAISUUS TEHDÄÄN 11 SUKUPOLVEN KOKEMUKSELLE.

TOYOTA

ALWAYS A BETTER WAY

COROLLA

toyota.fi/corollat tarinat

88%

AIKAKAUSMEDIA

HYVÄ AUTOMAINOS

A. SYVÄHAASTATTELUT



11a. Brändiä vahvistava

- ⇒ Yleisöllä on vahvat ja piintyneet ennakkomielikuvat brändeistä.
- ⇒ Ennakkomielikuvia pitää pystyä murtamaan ja muuttamaan tarvittaessa
- ⇒ Räväkämpää, erilaisempaa mainontaa (erityisesti uudet merkit ja mielikuvarasitteiset)



"Škoda on nykyään tosi hyvä auto, ja tää niiden mainontakin on hyvää. Auto on siinä nätisti, mut on muutakin kateltavaa samalla. Laadukas olo tuosta tulee."

"Näillä Seateilla oli ennen huono imago mut nyt oon kuullut että moottorit ja osat on samoja kuin Volkkareissa, että kai se on ihan hyvä auto nykyään.."

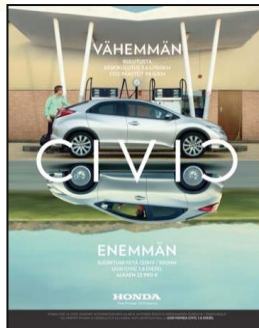
- ⇒ Hyvääkin brändiä pitää vahvistaa jatkuvasti
- ⇒ Brändin pitää pysyä ajassa mukana
- ⇒ Brändin omintakeisuutta ja omia vahvuuksia pitää aina vain kärsivällisesti korostaa

74%

69%

85%

75%



Huono automainos

1. Tylsä.
2. Tavanomainen, samanlainen kuin muut.
Ei erotu muista, ei herätä huomiota, ei kiinnosta.
3. Ei tunnelmaa. Liian asiallinen, ei herätä kiinnostusta.
4. Ei tarinaa. Pelkkä auto on harvoin kiinnostava.
5. Ei tekniikkaa. Pelkkä tuote tylsän asiallisesti kuvattuna ei vetoa.
6. Autosta ei saa selvää. Auto liian pienellä mainoksessa
7. Sekava. Liikaa 'hässäkkää' auton ympärillä.
8. Ei tarpeeksi informaatiota.
9. Brändiä ei huomaa/sekoittuu toiseen.
9. Ei vahvasta brändiä. Heikentää brändin imagoa, ajastaan jälkeen jäänyt.

Vanhat brändimielikuvat istuvat tiukassa!

"Kyllä ne mielikuvat paikkansa pitävät. Japsit on luotettavia ja halpoja huoltaa, saksalaiset on erittäin hyviä mutta kalliimpia, amerikkalaiset on myös melko hyviä, mutta kalliita huoltaa ja ranskalaiset on huonoja, paljon pikkuvikoja."

"Ranskalaisissa on kyllä hyvät moottorit, mutta niissä on niin paljon sähkövikoja ja kuluvia osia, että ei..."

"Mersu on tietysti paras, sen arvo ei laske vuosien varrellakaan, se on niin kestävä ja laadukas joka suhteessa."

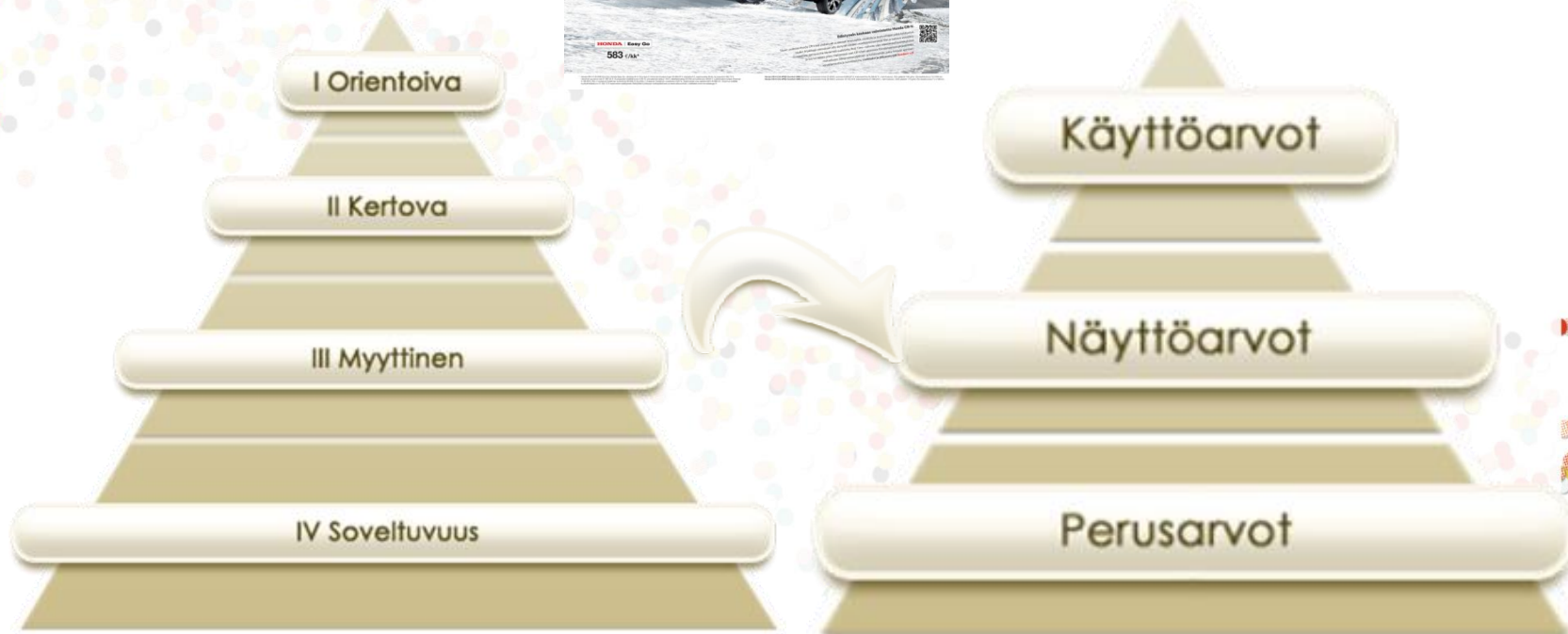
"Nämä uudet korealaiset merkit, kun niistä ei tiedä yhtään, miten ne kestää.... Vaikka on pitkät takuut, mutta kuitenkin auton arvo tippuu puoleen heti kun ajat sen ulos kaupasta..."

"Volvoon jos olis joskus varaa, se on niin turvallinen ja jämäkkä auto, hyvä perheauto."

"Toyota on tavalliselle ihmiselle paras. Se on niin luotettava, hinta-laatusuhde on kohdallaan ja niillä on niin hyvä huoltopalvelukin."

"Bemareista ja Audeista on se mielikuva, että ovat nousukkaiden autoja.... Laadukkaita varmasti, ihan parhaita, mutta niin pirun hintavia."

"Ensin se (vaimo) sanoi, että Škodaa ei meidän pihalle tule!... sitten kun se kuuli että naapurikin on ostanut, jota se suuresti arvostaa, niin sitten se oli, että onks NE ostaneet Škodan?" ... "Ja niin meillekin tuli vähän ajan päästä Skoda"



B. Semioottinen analyysi automainoksista

Mitä semioottinen analyysi on

I Orientoiva

Orientoiva taso: Viestinnän värit, muodot, typografiat, kuvakompositio, rytmi, perspektiivit, mittakaava, aistivaikutelmat – mitä ja miten nämä viestivät.

II Kertova

Kertova taso: Kaikki mikä luo tarinan. Miljöö, hahmot, esineet, eleet, rituaalit, viiteryhmä, sankarit, roolit, teot, tarina ja sen opetus. Vuorovaikutussuhteet, statuksen osoittaminen.

III Myyttinen

Myyttinen taso: Se mikä luo selittämättömän voimakkaan tunnelatauksen. Se minkä tulkitsemme välittömästi meille hyvänä (tai pahana), haluttavana (tai ei-haluttavana) asiaintilana. Myytit, symbolit, arkkityypit, stereotyyppit, universaalit arvot, hyvä-paha-kahtiajaot.

IV Soveltuvuus

Soveltuvuus: Kuinka hyvin viestintä soveltuu toimialalle, tuoteryhmälle ja brändille.

Semioottinen analyysi selvittää tutkimuskohteensa viestintää erityisesti piilotajuisilla, myyttisillä ja symbolisilla tasoilla.



Semioottinen analyysi selvittää viestinnän välittämän arvomaailman.



Käyttöarvot: Rationaaliset edut, joita kuluttaja saa viestinnästä

Näyttöarvot: Emotionaaliset edut, joita kuluttaja saa viestinnästä

Perusarvot: Ideologiset edut, joita kuluttaja saa viestinnästä

Mainonta puretaan semioottisesti ja selvitetään, millaisia arvoja se lukijalle välittää. Lukijan oma kulttuuri ja tausta vaikuttaa siihen, miten hän lukee mainontaa ja millaisia arvoja kannattaa tai ei kannata. Myytit kuitenkin ovat meihin kulttuurin asettamia ja opettamia, niin että otamme niiden tarjoamat arvot itsestään selvinä, oikeina ja hyvinä. Värien vaikutus taas on suuresti fysiologinen, joten reagoimme niihin yhdenmukaisesti. Kertovalla tasolla lukijalla on eniten aitoa tulkinnan vapautta, ja samat kertomukset voidaan tulkita hyvinkin eri tavoin, lukijan asenteesta riippuen.

Semioottinen analyysi automainoksista

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI



1. Voimakkaat, kontrastiset värit
2. Tyylikkääät, klassiset värit
3. Pehmeät, luonnolliset värit
4. 'Trendivärit'
- 5a. Keskitetty asettelu
- 5b. Typografiat
6. Statustarinat, menestyksen myytti
7. Kulaisen vasikan myytti
8. Matkatarinat ja vapauden myytti
9. Arkitarinat
10. Lemmikkitarinat ja Hellyttävän otuksen myytti
11. Brändien myytit

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI



1. Voimakkaat, kontrastiset värit

- Punainen

-



Huippumuotoilua haussa?

Tulevaisuus alkaa nyt. Täysin uusi viisiovin Audi A3 Sportback.

Täysin uusi viisiovin Audi A3 Sportback ei ole kuten muut a tyylkkäät muotoiltu, mutta tarjoaa runsaasti monikäyttöis Tehokkaat TFSI- ja TDI-moottorit ilkuuttavat sitä keveys, m kulutuksen ja päästöt kurissa. Hienostuneessa ohjaamossa y on viimeisintä teknologiaa, mutta sen käytöstä on tehty m helppoa ja sujuvaa. Täysin uusi Audi A3 Sportback on täydell sinulle, joka haluat autotasi tavallista enemmän. Tutustu oso

Alk. 27.117 €

Audi A3 Sportback 1.4 TFSI 90 kW (122 hv): autoveroton hinta 27.117,57 €. Vapaa autovero 615 €/k. Käyttöraja 420 €/k. Ka jalleenmyyjäkohtaiset toimitustulot. Kuvan auto erikoisvarust



Alfa Romeo Giulietta Sportiva

alk. 24.993 €

Giulietta Sportivan ostajalle talvipyörät kaupan päälle!

Alfa Romeo Giulietta Sportiva alk. 24.993 € (sis. alv. 23%). Vapaa autovero 615 €/k. Käyttöraja 420 €/k. Ka jalleenmyyjäkohtaiset toimitustulot. Kuvan auto erikoisvarust

1. Voimakkaat, kontrastiset värit

- Puna-musta
 - ⇒ Sodan ja kilpailun väriyhdistelmä
 - ⇒ Kilpa-autoilun perinteiset värit
 - ⇒ Aggressiivisuus, maskuliinisuus, kovat arvot
 - ⇒ Vauhti, voima, liike
- ASSOSIAATIOITA:
- ⇒ "Olen voimakkain! Haastan sinut!"
 - ⇒ "Saalistaja"
 - ⇒ "Ajetaan nappi laudassa!"

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI

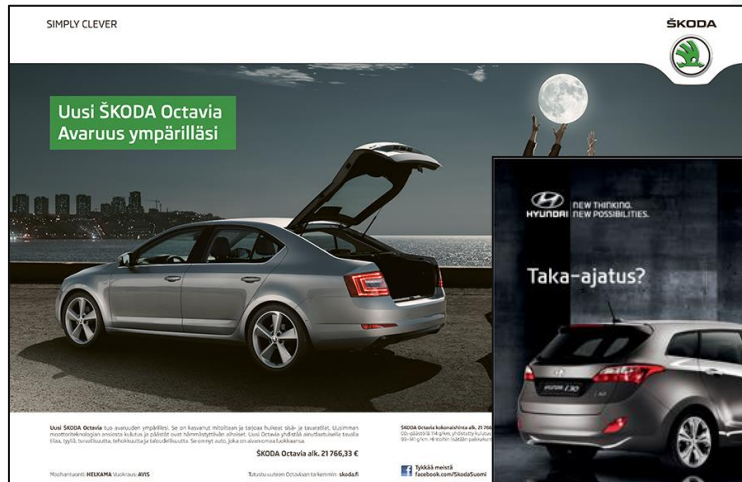


- ⇒ Klassinen, selkeä, pelkistetty
- ⇒ Arvokkuuden, professionaalisuuden väriyhdistelmä
- ⇒ Asiakeskeisyys, rationaalisuus
- ⇒ Varmuus, luotettavuus

- ⇒ "Vien varmasti perille"
- ⇒ **Musta auto: "ministerinkyyti"**, "johtavassa asemassa oleva", arvostettu, professionaalinen
- ⇒ **Valkoinen auto: "puhdas, täydellinen"**, moderni,
- ⇒ Myös" viaton, liikennesääntöjen mukaan ajava"

AUTOMAINONNAN VIESTIT

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI



2. Tyylikkää, klassiset värit

- Hopea, hopeanharmaa:
 - ⇒ Arvokkuus, osaaminen, 'hopeaseppä'
 - ⇒ Hillitty ja hallittu, sovinainen
 - ⇒ Hopea, marmori, kivi
 - ⇒ Arvokkaat materiaalit
 - ⇒ Laatu
- ASSOSIAATIOITA:**
- ⇒ "Laadukas ajopeli"
 - ⇒ Hopeanvärinen auto: "Tavallista hienompi"

Valores Consult
www.semiotiikka.com

AIKAKAUSMEDIA

AUTOMAINONNAN VIESTIT

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI



3. Pehmeät, luonnolliset värit

Korostavat turvallisuutta, luonnonläheisyyttä,
lämpöä, empatiaa, inhimillisyyttä

- **Ruskeat:**
 - ⇒ Turvallisuus, pysyvyys, suojautuminen
 - ⇒ Maa, multa, kaarna
 - ⇒ Luonnon arvostaminen
 - ⇒ Pehmeät arvot, lempeys
 - ⇒ ”Turvallista matkaa minun kanssani”
 - ⇒ Ruskea auto: ”Turvallinen, kiltti perheenisä”
- **Beiget, vaaleat**
 - ⇒ Mietous, hiljaisuus, huomaamattomuus
 - ⇒ Kiltteys, mukautuvuus
 - ⇒ Sallivuus
 - ⇒ ”Rauhallista, seesteistä matkantekoa”

AUTOMAINONNAN VIESTIT

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI

4. 'Trendivärit'

Viestivät yksilöllisyyttä, erilaisuutta, halua erottua

- **Lime, turkoosi:**

- ⇒ Nuoruus, rikkaus, uusi elämä
- ⇒ Limsa, loma, huvipuisto
- ⇒ Turkoosi => etelänmeri
- ⇒ Hauskuus, huvi, huumorintaju, leikki

ASSOSIAATIOITA:

- ⇒ "Lähde huviajelulle kanssani"
- ⇒ Limenvihreä auto: "Hauska, itseironinen tyyppi"

- **Oranssinruskea**

- ⇒ Energinen, silti pehmeäarvoinen
- ⇒ Puuhakkuus, toimeliaisuus
- ⇒ "Reippaasti liikkeelle"
- ⇒ Oranssinruskea auto: "Ei sohvaperunoille"

AIKAKAUSMEDIA

Kia Picanto.
Puhdasta Laatu.



Uusi T2-paikka
(No..., siis 5-)

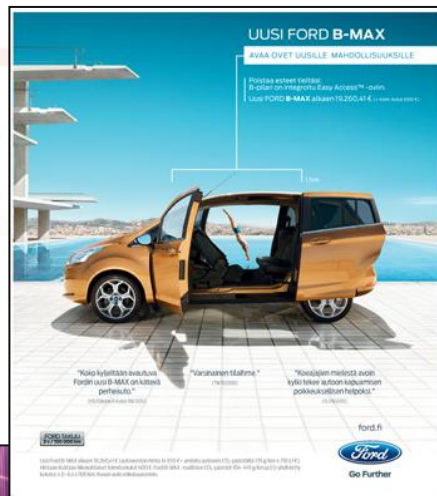
JOKO MENNÄÄN.

UUSI AYGO ORANGE.
AKTIIVIELÄMÄÄ ALLE 10 €/PÄIVÄ.
Pienin AYGO Orange jatkaa vierailemista ajatuksella. Se on hauska, energinen, mukava ajaa ja se on myös...
CO2-päästö (arvioitu) 109 g/km, Vähäinen AYGO Orange
- LED-päästelyvalot - kaksiohjattu jousitus - sähkötoimiset
luukut - 160 km/h nopeus - 100 km/h nopeus
Tervehdykset Toyota -liikenteeseen - kyyti myös edullista Toyota-huoltoon.

AYGO Ciel Orange 1.0 VVT 18-vuorok.	
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km
Arvioitu CO2	109 g/km

AUTOMAINONNAN VIESTIT

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI



5. Keskitetty asettelu

- **Auto seisoo keskellä**
 - ⇒ Tiettyä staattisuutta, liikkumattomuutta
 - ⇒ Auto seisoo paikallaan, 'normaaliasennossa'
 - ⇒ "Turvallinen auto"
 - ⇒ Auto esittelyssä kuin autonäyttelyssä
 - ⇒ Alistetaan katsojan katseelle: katso, tutki
- **Auto liikkeessä**
 - ⇒ Diagonaalilinjat käytössä mainoksessa:
 - ⇒ Auto vinossa tms
 - ⇒ Luodaan vaikutelma liikkuvasta autosta
 - ⇒ Jännitystä, jännitettä, liikettä
 - ⇒ "Jännittävä auto"



Monipuolinen
VERSO-S. Niin kuin Sinä.

TOYOTA FINLAND OY


TOYOTA
ALWAYS A
BETTER WAY

Kia Venga.
Uuden ajan auto.



VENGA

Kia Venga –mallisto alkeän 18 810 € (kukaan auto erikseen)

KIA
The Reason Is Surprize

Katso lähin Kia-jälleenmyyjäsi www.kia.fi

7 Kia Venga autoveron hinta alk. 14 925,21 €, arvioitu autovero alk. 3884,79 €, kokonaishinta alk. 18 810 € + tk 600 € = 19 410 €
Vapaa autoitus alk. 495 €/kk, käyttöönotto alk. 300 €/kk, EU-aidit 4,3–5,9 /100 km, CO₂-päästöt 114–154 g/km.
Tositte 2 vuotta tai 150 000 km, kolme vuosimallin takuun ja 3-vuoden kilometritakuu. Kia 24h huoltohuolto -palvelu sisältyy hintaan.

AIKAKAUSMEDIA



Uusi Volkswagen CC.

Joksi auto on enemmän kuin auto. Uusi Volkswagen CC on auto, joka tekee vaikutuksen. Hiljainen, turvallinen ja ajettavuudessaan hienon teknologian kutsuun entistä edistyksellisempi muotoilu. CC:n saat halutessasi joko TSI, TDI- tai TSI MultiFuel -moottorilla sekä edistyksellisesti DSG-automaattivaihteilla. Mallistossa saatavana myös tehokkaat 4MOTION-nelivetovaihtoehdot.

Hinta alkaen: autonveron hinta 30.460 €, arviolta autotervo 10.235,02 €, kokonaishinta 40.695,02 €

Das Auto.

Hinnasto 1.4.2012 • jälleensyöttövaikutukset toimitusmaksu. *CO₂-päästöillä 153 g/km. Yhdistelmäkulutus 47-53 l/100 km. CO₂-päästöt 125-215 g/km. Kuvan auto erikokoisuuksilla.

6. Statustarinat, menestyksen myytti

- ⇒ Autoon liitetään muita statusta viestiviä elementtejä: huippumuotoilua, arkkitehtuuria, timantteja, sähköttä, punaista mattoa, hohtoa
- ⇒ Kallis hinta ja ylellisyysvarustelu viestivät statuksesta, menestyksestä
- ⇒ Mielikuva, että menestys edellyttää hienoa autoa



AUTOMAINONNAN VIESTIT

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI

[illegible]

7. Kultaisen vasikan myytti

- ⇒ Auto puleerattu, hohtava, kiillotettu, keskellä yksin
- ⇒ Tausta hohtaa, säkenöi, kultaa, hopeaa, kohdevaloja
- ⇒ Auto on 'palvottu jumala', jota ihaillaan ja jonka eteen ollaan valmiita uhraamaan
- ⇒ Auto on "elämää suurempi"



**Ensivaikutelma:
vaikuttava**

Uusi Audi A3 1.4 TFSI Sedan.
Aik. 28.133 €

Täysin uuden Audi A3 Sedanin dynaaminen muotoilu muuttaa kiihtyvyyttä, mikä korostaa sen voimaa. Eikä vähemmän: jolla eteenosaan alkuperäisen, sillä jättäen huomiota ajoneuvon ajoneuvon ja sen teknisten ja teknisten TFSI ja TFSI -moottorien. Tärkeä, ajoneuvon voimakas ja tehokas ja tehokas, joka antaa ajoneuvon ajoneuvon ajoneuvon. Uusi Audi A3 Sedan on ajoneuvon ajoneuvon, joka on ajoneuvon ajoneuvon ajoneuvon.

Audi A3 Sedan 1.4 TFSI 175 kW (238 CV), ajoneuvon hinta 22 700 €, ajoneuvon 5.413,42 €, ajoneuvon 28.133,42 €, hinta/kilometri. Kukaan auto ei ole ajoneuvon.

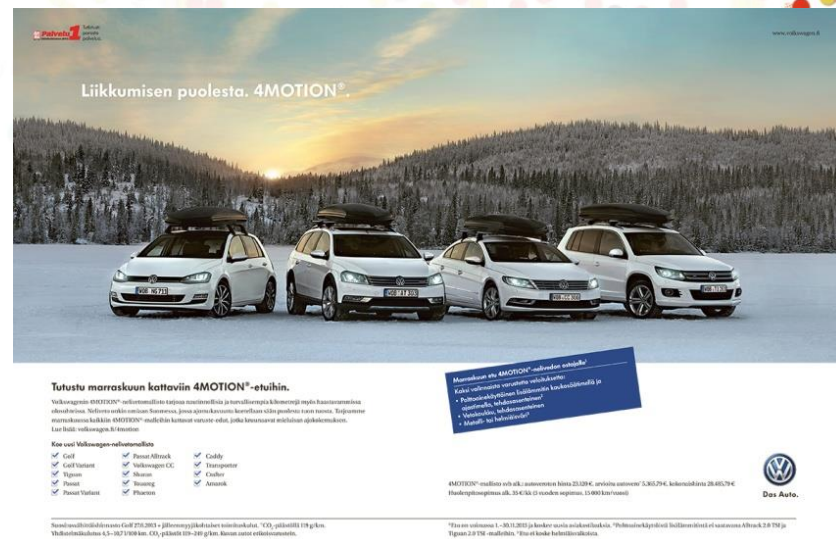
Vapaa ajoneuvon 675 €, ajoneuvon 430 €, ajoneuvon 5.130 €, ajoneuvon 127 g/m. Hinta/kilometri ajoneuvon ajoneuvon.

AUTOMAINONNAN VIESTIT

B. SEMIOOTTINEN ANALYYSI

8. Matkatarinat ja vapauden myytti

- ⇒ "On the road", matkalla, tien päällä
- ⇒ Vapaa kulkemaan, ei aikarajoja, ei velvollisuuksia
- ⇒ Irti arjesta, tavanomaisesta
- ⇒ Vapauden myytti
- ⇒ Kulkurin myytti



Beetle vie pirkalle.

”L” ON SEKSIKKÄIN KOKO TÄSTÄ LÄHTIEN.

TIIVILÄISEN KOKO OMAAN SUUNTAAN

Fiat 500 -mallisto alk. 13.990 €

TYYLII KÄÄNTÄÄ PÄÄT

TEHO SYTYTTÄÄ SYDÄMET

Fiat 500 -mallisto alk. 13.990 €

www.kia.fi

Kia Picanto.

Puhdasta Laatua.

www.kia.fi

Kia Picanto.

Puhdasta Laadua.



4.1
l/100km
95
kW (130 CV)

picanto

Kia Picanto-mallisto alkaen 11 995 € (vain uudet ajokortin omistajat)

Tässä me on, Tugiä, innovatiivista tennistä ja kätönsäntästä mukautta kompositista kotoa. Kia Picanto. Moderni ja turvallinen kaupunkiauto, joka ylittää periaallia suorituskykyä ja poikkeuksellisen pienellä päästöillä. Sillä on persoonallista luonnetta ja tunteita, joka valloittaa ajamisen.

Katso lähin Kia-jälleenmyyjä www.kia.fi

Kia Picanto automaattivaihteella, 92,235,26,4 + arvokas autovero 176,234,4 + takuuvaihteita 11,995 € + 12 kuukauden vakuutus + 495 € Kia-jälleenmyyjästä. *Tilaa Kia Picanto 4-5.5.2010 mennessä. Ota lähin Kia-jälleenmyyjä yhteydenottoon.

Takuu 7 vuotta tai 150 000 km, kotimainen omistaja, uuden rekisteröityä. Kia 24h turvapuhelin-vuokrasuoritus.

**VICINTI 0 €.
ATTI KEVÄASEEN.**

CITROËN C3
 CITROËN C3 PICASSO
 CITROËN C4
 CITROËN C4 PICASSO
 CITROËN C5
 CITROËN C5 PICASSO

Leasing 36 mesi, 100.000 km, I.P.T. e bolli esclusi. Offerta valida fino al 31/03/2014. Per maggiori informazioni visitate il sito www.citroen.it/0euro

Valores Consult
www.semiotiikka.com

10. Lemmikkitarinat ja Hellyttävän otuksen myytti

- ⇒ Auto muotoiltu 'pikku eläimeksi', 'koppakuoriaiseksi' tms.
- ⇒ Tai lemmikkieläintarinat automainoksissa
- ⇒ Autot ovat otuksia, autoihin liitetään eläimiä
- ⇒ Herättää suojelunhalun, hellyyden autoa kohtaan
- ⇒ Omistushalu, 'rakkaus' autoa kohtaan
- ⇒ Auto on hassu, huumorintajuinen

[illegible]



11. Brändien myytit

- ⇒ Brändit joista itsestään on tullut myyttisiä
- ⇒ Niin kalliita, niin haluttuja, niin hyviä, että myyttisissä mittasuhteissa kuluttajien mielissä
- ⇒ Jaguar, Porsche, Ferrari, Rolls Royce ym. ylellisyysmerkit
- ⇒ Mercedes-Benz, BMW, Audi, Volvo
- ⇒ Tai niin omaperäisiä, omanlaisiaan, että omaavat myyttisen maineen
- ⇒ Citroën, Toyota Prius, VW Kupla, Morris Mini...
- ⇒ 'Alemmat' seurailijabrändit matkivat myyttisiä brändejä ja koettavat hyödyntää niiden myyttistä haluttuutta
- ⇒ Myös negatiiviset mielikuvat ovat joidenkin merkkien kohdalla myyttisiä
- ⇒ Lada, Mosse, Škoda ennen vanhaan

Tutkimuksen tiivistelmä.



1. Pelkkä auto ei riitä. Pitää olla lisäksi TARINAA tai TEKNIKKAA tai molempia.
2. TEKNINEN INFO puhuttelee erityisesti miehiä.
3. TARINAT puhuttelevat erityisesti naisia. Auton tulee olla selvästi läsnä kuvassa ja tarinassa.
3. MERKIN pitää EROTTUA. Ei saa sekoittua muihin merkkeihin. Merkin pitää jäädä mieleen.
4. Mainonnan tulee olla OMANLAISTAAN ja TUNNISTETTAVAA, koska automerkkejä on paljon ja kilpailu kovaa.
5. Vahva MYYTTISYYS ja TARINAT luovat omaperäistä, mieleenjäävää mainontaa
6. SELKEÄ asettelu, ei turhaa sälää, vaan infoa riittävästi.
7. AUTO ja auton MERKKI pitää olla tarpeeksi isolla ja hyvin näkyvissä.

MIKÄ TOIMII PARHAITEN ERI TOIMIALOJEN MAINONNASSA



SISUSTUS

- ⇒ Näkymä sisätilasta
- ⇒ Ei ihmisiä!
- ⇒ Tarpeeksi tekstiä
- ⇒ Unelmia, ei realismia
(Kotini on linnani)
- ⇒ "Ikuinen sunnuntai"
- ⇒ "Lepopäivän ratoksi"
- ⇒ "Ylempi luokka"

MUOTI

- ⇒ Tuote hyvin esillä
- ⇒ Kiinnostavat ihmiset!
- ⇒ Tekstiä ei tarvita
- ⇒ Fantasiaa
(Mitä hullumpaa, sen parempi;
mielikuvituksellista, hauskaa)
- ⇒ "Elämä on yhtä juhlaa"
- ⇒ "Unimaisuus, ajattomuus"
- ⇒ "Yläluokka ja ylellisyys"

AUTOT

- ⇒ Auto tarpeeksi isolla
- ⇒ Ihminen lisää tarinallisuutta!
- ⇒ Tarpeeksi tekstiä, infoa
- ⇒ Paranneltu todellisuus
(Puhdas, hohtava auto,
ihanneperhe, ei kiirettä)
- ⇒ "Matkalla, irti arjesta"
- ⇒ "Vapaa kuin taivaan lintu"
- ⇒ "Auto = status, menestys"

YARIS NÄYTTÄÄ SUUNTAA.



TOYOTA YARIS JA YARIS HYBRID.

Yaris Hybridin uuden sukupolven hybridin käyttöikä on yli 10 vuotta. Yaris Hybridin käyttöikä on yli 10 vuotta. Yaris Hybridin käyttöikä on yli 10 vuotta.

Modeli	Yaris	Yaris Hybrid
Moottori	1.5 V6	1.5 V6 Hybrid
Välikäsi	5-vaihteinen	6-vaihteinen
Voima	100 kW	100 kW
0-100	10,5 s	10,5 s
Top Speed	180 km/h	180 km/h
Kulutus (l/100 km)	6,0	5,0
CO ₂ (g/km)	120	100

Liikkumisen puolesta. 4MOTION®.



Tietoa markkinoille tulevista 4MOTION®-ajoneuvoista.

4MOTION® on Volvo:n uuden sukupolven nelivetoajoneuvojen nimi. Se on Volvo:n uuden sukupolven nelivetoajoneuvojen nimi. Se on Volvo:n uuden sukupolven nelivetoajoneuvojen nimi.

Modeli	Volvo V40	Volvo V60	Volvo V70
Moottori	2.0 T4	2.0 T4	2.0 T4
Välikäsi	6-vaihteinen	6-vaihteinen	6-vaihteinen
Voima	125 kW	125 kW	125 kW
0-100	7,5 s	7,5 s	7,5 s
Top Speed	180 km/h	180 km/h	180 km/h
Kulutus (l/100 km)	6,0	6,0	6,0
CO ₂ (g/km)	120	120	120

Uusi SKODA Octavia Avaruus ympärilläsi



SKODA Octavia vti 2700000 €

SKODA Octavia vti 2700000 €. SKODA Octavia vti 2700000 €. SKODA Octavia vti 2700000 €.

NISSAN

Innovation that excites



TOISET NE USKALTA

UUSI NISSAN MICRA
ALK. 13 440 €
Vain uusia ajoneuvoja.
Automaatti 13 540 €, 1.6 dCi 130 kW (180 CV)

UUSI NISSAN MICRA ÄLYVAIN-TEKNOLOGIALLA. ENÄÄ EI TARVITSE ETSIÄ AJAMIA.

NissanConnect | Älykäs | CO₂-päästö 100 g/km
UUSI NISSAN MICRA. GO GET IT.

Anna elämälle tilaa.

Vain V70 Sportswagonin avulla voit tehdä kaiken, mitä haluat. Vain V70 Sportswagonin avulla voit tehdä kaiken, mitä haluat. Vain V70 Sportswagonin avulla voit tehdä kaiken, mitä haluat.

Uudistunut Volvo V70 Sportswagon

Alkaen **39 958 €**



VOLVO

AUTOMAATTI JA NAVIGOINTI 0 €. NAUTINNOLLISIN REITTI KEVÄÄSEEN.



BMW

BMW:n uudet ajoneuvot. BMW:n uudet ajoneuvot. BMW:n uudet ajoneuvot.

Hyvää matkaa ja nautinnollisia ajokilometrejä!