

Tervetuloa aikkareiden digiaamuun!

#digiaikkarit
@Aikakausmedia



25.8.2015 | Outi Sonkamuotka | Aikakausmedia

Edustamme
kaikkia merkittäviä
suomalaisia
aikakauslehti-
kustantajia

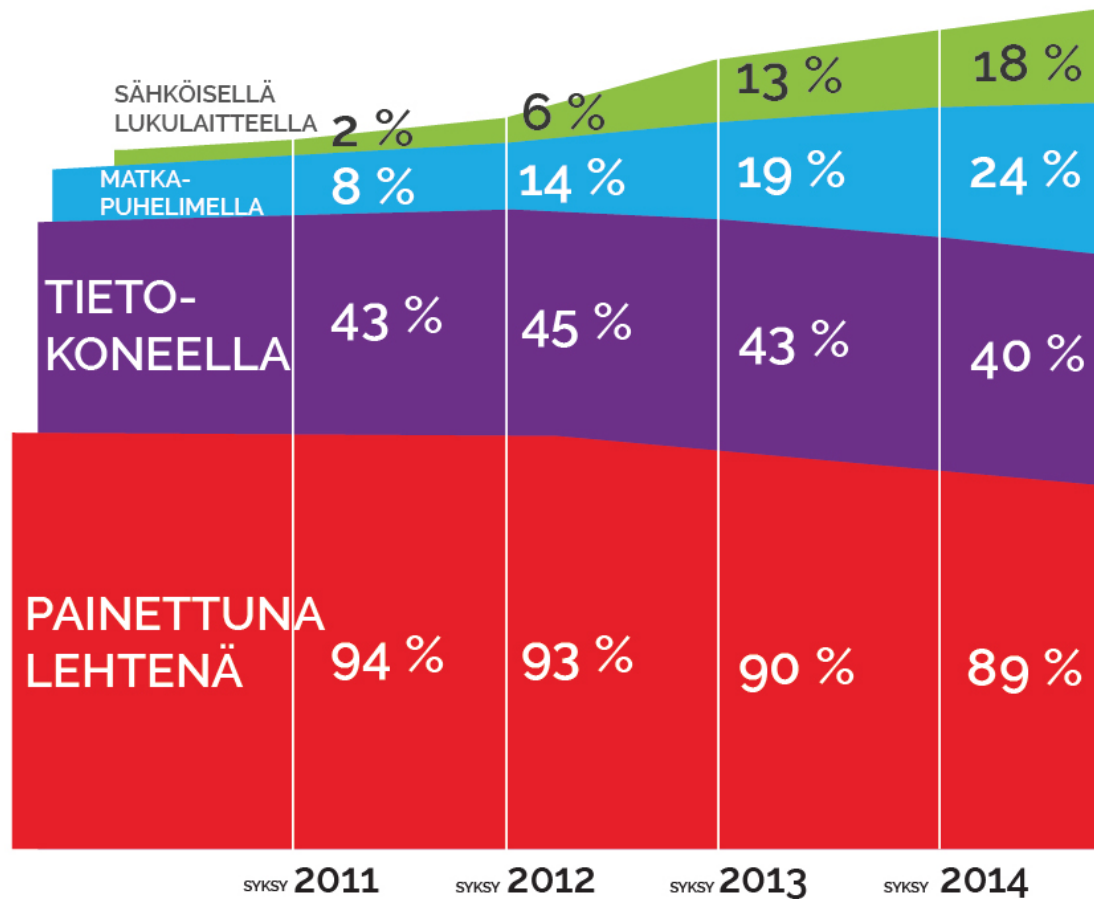
Yleisölehdet,
ammatti- ja
järjestölehdet,
asiakaslehdet

281 jäsentä,
joilla yhteensä
485 julkaisua

Tutkimusta,
markkinointia,
viestintää,
koulutusta,
mediakasvatusta

Aikakausmedioiden yleisöt eri kanavissa

Aikakauslehtien lukeminen kuukausittain

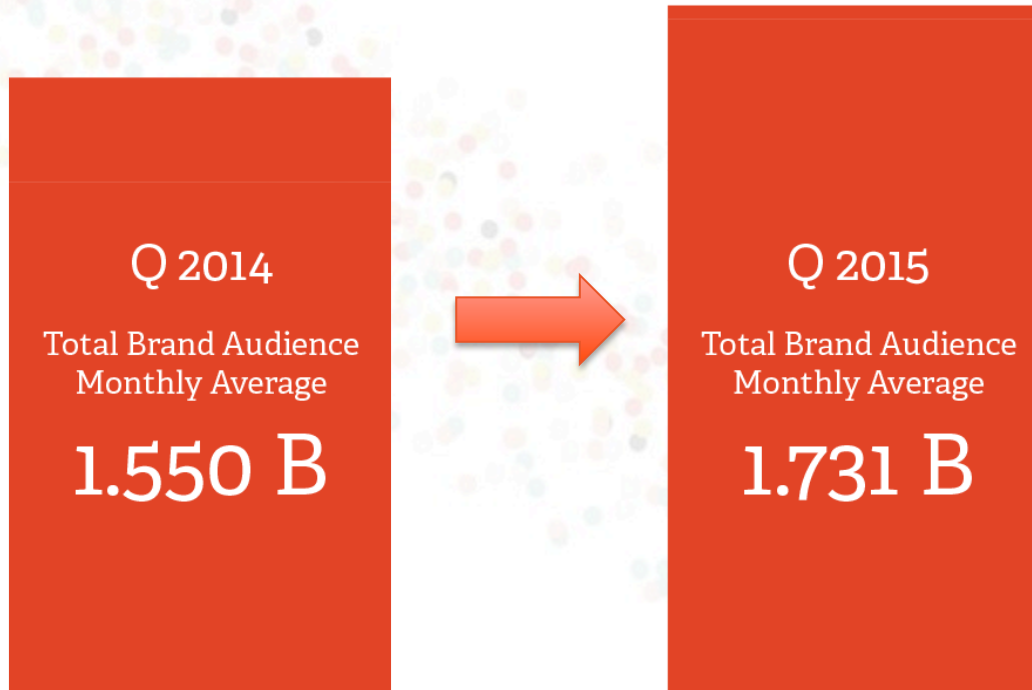


Aikakauslehtien lukeminen eri alustoilla, kuukausittain.
Lähde: KMT 2014, MediaAuditFinland, TNS Gallup

www.aikakauslehdet.fi/monikanavaisuus

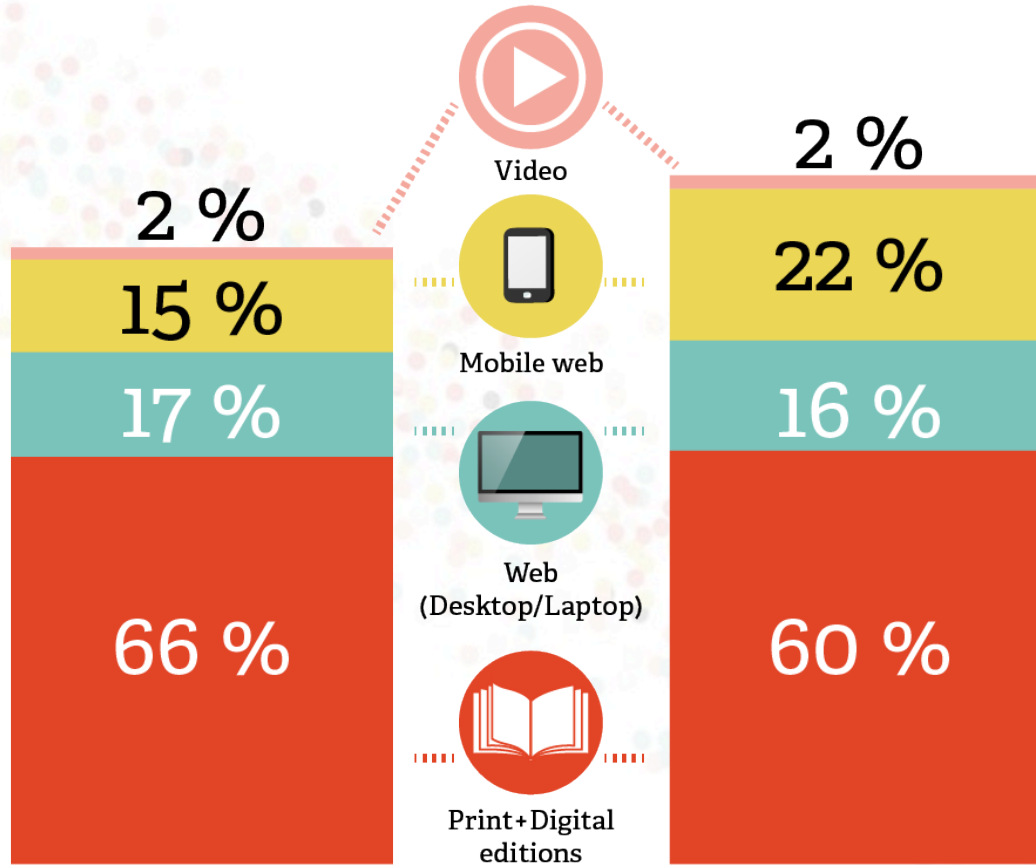
Magazine Media 360° | Quarter Performance 1/2

Audience Growth 10.2 %



Sources: **Print+Digital Editions:** GfK MRI's Survey of the American Consumer® Print+Digital Fall 2014 and 2013, GfK MRI's Survey of the American Consumer® Print+Digital Double-Base 2014 and 2013, GfK MRI Accessed Prototype, GfK MRI's Teenmark® or 2014 and 2013 Ipsos Affluent Survey USA (Print only). **Web (Desktop/Laptop):** comScore Media Metrix® or Nielsen NetView; unique visitors; Jan.–Mar. 2015 and Jan.–Mar. 2014; U.S. **Mobile Web:** comScore Mobile Metrix or Nielsen Mobile NetView 3.0; unique visitors; Jan.–Mar. 2015 and Jan.–Mar. 2014; U.S. **Video:** comScore Video Metrix or Nielsen VideoCensus; unique viewers; Jan.–Mar. 2015 and Jan.–Mar. 2014; U.S.

Magazine Media 360° | Quarter Performance 2/2



Sources: **Print+Digital Editions:** GfK MRI's Survey of the American Consumer® Print+Digital Fall 2014 and 2013, GfK MRI's Survey of the American Consumer® Print+Digital Double-Base 2014 and 2013, GfK MRI Accessed Prototype, GfK MRI's Teenmark® or 2014 and 2013 Ipsos Affluent Survey USA (Print only). **Web (Desktop/Laptop):** comScore Media Metrix® or Nielsen NetView; unique visitors; Jan.–Mar. 2015 and Jan.–Mar. 2014; U.S. **Mobile Web:** comScore Mobile Metrix or Nielsen Mobile NetView 3.0; unique visitors; Jan.–Mar. 2015 and Jan.–Mar. 2014; U.S. **Video:** comScore Video Metrix or Nielsen VideoCensus; unique viewers; Jan.–Mar. 2015 and Jan.–Mar. 2014; U.S.

Aikakausedioiden presenssi some-kanavissa*

Facebook 98 %

Twitter 85 %

Blogi 73 %

Instagram 60 %

Presenssi somessa 100 %

*) 60 tutkittua lehteä.

Selvitys tehtiin huhtikuussa 2015.

Lähde: Aikakausedioet sosiaalisessa mediassa -selvitys,
Okimo Clinic, 2015

Seuratuimmat aikakausmediat Facebookissa*

	seuraajia huhtikuussa 2015	seuraajia 22.8. 2015
1. Aku Ankka	149 832	150 648
2. Pirkka	68 563	71 727
3. Demi	63 583	64 437
4. Seiska	53 169	57 785
5. Urheilulehti	31 284	32 643

*) 60 tutkittua lehteä.
Selvitys tehtiin huhtikuussa 2015.

Lähde: Aikakauslehdet sosiaalisessa mediassa -selvitys,
Okimo Clinic, 2015

Seuratuimmat aikakausmediat Twitterissä*

	seuraajia huhtikuussa 2015	seuraajia 22.8. 2015
1. Suomen Kuvalehti	64 146	71 271
2. Talouselämä	61 379	68 978
3. Seiska	33 870	38 585
4. Markkinointi&Mainonta	26 836	29 328
5. MB	13 239	14 748

*) 60 tutkittua lehteä.

Selvitys tehtiin huhtikuussa 2015.

Lähde: Aikakauslehdet sosiaalisessa mediassa -selvitys,
Okimo Clinic, 2015

Seuratuimmat aikakausmediat Instagramissa*

	seuraajia huhtikuussa 2015	seuraajia 22.8. 2015
1. Demi	12 515	~ 15,9 K
2. Aku Ankka	9 744	~ 11,3 K
3. Cosmopolitan	8 285	9 361
4. Trendi	6 613	7 844
5. Glorian ruoka&viini	4 795	5 897

*) 60 tutkittua lehteä.

Selvitys tehtiin huhtikuussa 2015.

Lähde: Aikakauslehdet sosiaalisessa mediassa -selvitys,
Okimo Clinic, 2015



Muutama fakta printtiaikkareista

Painettuun aikakauslehteen keskitytään: medioiden päällekkäiskäyttö alhaista!

Lähteet: Mm. Digitaalisen median tutkimus, Dagmar, kesä-syyskuu 2013 sekä Yhteisöllistyvä media 2014, 15/30 research

1.

Hallittu hehku

Ihanimman ihon tunteimerkit: naama hohtaa mutta ei kiillää ja näyttää sileältä mutta ei mattaiselta. Toteutukseen tarvitaan voiteita, jotka sisältävät ihon ylläpitäviä aineita ja useamman hehkuä antavan tuotteen.

4.

PEHMEÄ PUUTERI

Puuteri kiinnittää meikkipohjan, ja kiinnittää sitä sille. Tuotteella on kuitenkin myös pimeä puoli. Jos sitä käyttää liikaa tai jos se ei ole primaaria, iholta katoaa hohto huiskunheilautuksessa. Ratkaisu: meikkipohjaan pehmeästi sulautuva hienojakoinen itopuuteri, jonka sävy taittuu kultaan. Painele sudilla kevyesti kasvoille, niin kuullat muttet kyllä.

Mainonnasta painetussa lehdessä pidetään 1/3 pitää mainontaa kiinnostavana osana aikakauslehden sisältöä.

Lähteet: Yhteisöllistyvä media 2014, 15/30 research, Aikakauslehtien digi- ja printtikäyttäjät, Taloustutkimus Oy, 2014

2.

3.

TÄYDELLINEN BALANSSI

Golden Shimmer voiteessa on mineraalikelletä. Se sopii kasvoille ja vartalolle, 47 c.

Emme nyt ota kantaa siihen, miten kehon ja mielen tasapaino saavutetaan. Kasvot ja kroppa sen sijaan ovat harmoniassa, kun ne hohtavat yhtä paljon. Kun olet meikannut naamasi hehkuväkiksi, levitä hohtavaa kuultovoidetta myös käsivarsiin, olkapäille, sohiluulle ja jalkoihin – siis kaikkialle, missä ihoa näkyy.

HOHTAVAT INNOTT



TARUA
Taru Mannerheimin
herra -elokuvan
haltija Arwen



TOTTA
Sienna Miller

PARHAAT
KAMPAUS-
VINKIT

Glitter
Small d

#digiiaikkarit

16 NOPEAA JA HELPPOA KAMPAUSTA

HIU SOPA

SAT



NYT
Charlotte
Gainsbourg
2014

Erikoisratkaisut nostavat mainoksen huomioarvoa. Kosmetiikkatuotenäytteitä himoitaan.

Lähteet: tripod research oy/aikakauslehtikustantajien tietopankit, 2012, LOOK! Hyvä kosmetiikkamainos aikakauslehdessä, 2014

Faktoja aikkareiden digitaalisista kanavista

vuohenjuustosta

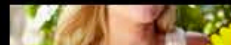
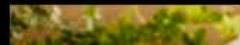
monipuolinen herkku!

sienikuvat

Kuva: ruutukaappaus www.kodinkuvalehti.fi

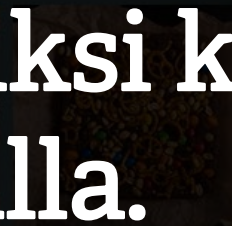
#digiaikkarit

OSALLISTU



Mainonta aikakauslehden nettisivuilla koetaan relevantimmaksi ja kiinnostavammaksi kuin muilla sivuilla.

VIDEOT



Näin teet nachovuoa

Näin teet nauravat
nakkipiilot

Lähde: Atenea Digita, ARI/Hearst/RBA/G+J, Spain, 2013

BLOGISTIT





TOIMITUS



LAURA DE LILLE



ITE PUIN



VISUAL DIARY



MISSÄ OLET LAURA?



PUUTALOBABY



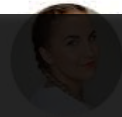
WHITE TRASH DI-SEASE



PRIVATE BLEND



TICKLE YOUR FANCY



NUDE



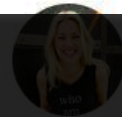
ISYYSPAKKAUS



PUPULANDIA



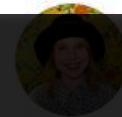
COCO SWEET DREAMS



LILOU'S CRUSH



LAINAHÖYHENISSÄ



ASIKAINEN

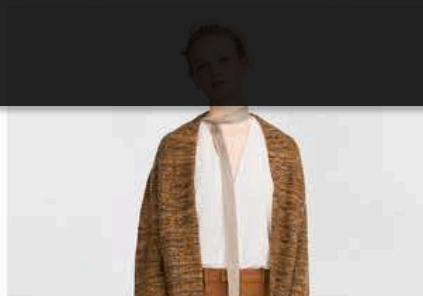


SUVI SUR LE VIF



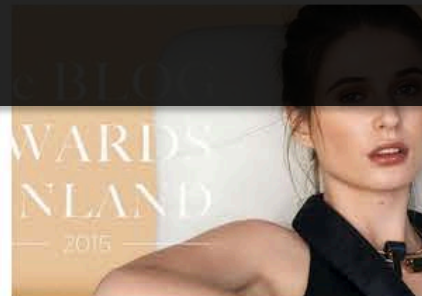
YOU FEEL IT

Aikkareiden sivut ja blogit tarjoavat luontevan paikan natiivimainonnalle, sillä lukijat tunnetaan hyvin!



Entäs jos ei tykkää?

LILOU'S CRUSH



The Blog Awards Finland 2015

NUDE



Mitä käy, kun Tommi ottaa utareesta kiinni?

KATSO LISÄÄ >

#digiaikkarit

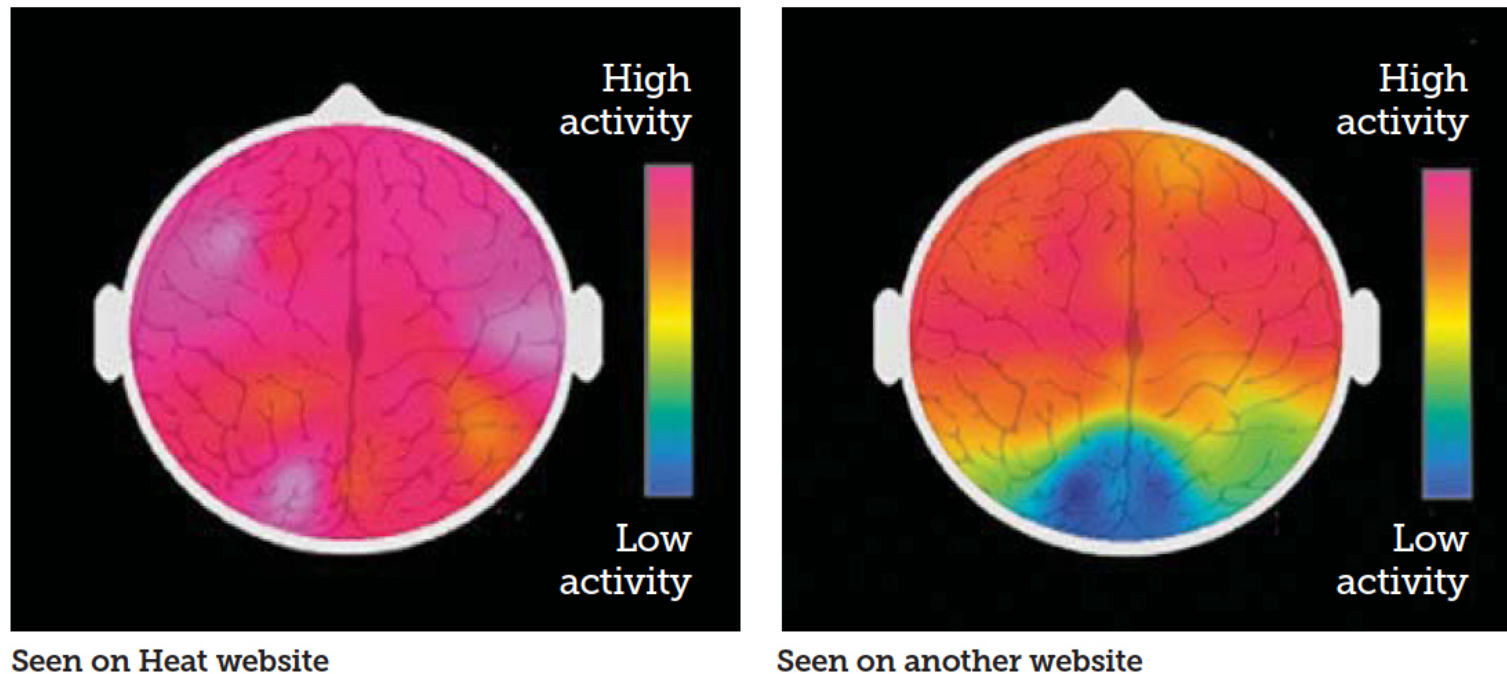
**Aikkareiden sivuilla
on pitkä dwell time
(vrt. hakukonemainonta),
joten mainostajan viesti
ehditään huomata.**

Miten monikanavaisuus hyödyttää mainostajaa?

Saman brändin monessa kanavassa tehty mainonta aiheuttaa mitattavan ja voimakkaan reaktion

FIG 58. **CONSISTENT BRANDED PLATFORMS IMPROVE AD RESPONSE**

Response to online advertising after seeing ad in *Heat* magazine



Note: measurements taken 15 seconds into exposure to online ad
Source: Heat - A Journey Into Neuroscience, Bauer Media, UK, 2013.

Monikanavaisesti aikakauslehtibrändiä käyttävät lukijat ovat tyytyväisempiä ja sitoutuneempia brändiin kuin yhtä kanavaa seuraavat. He myös suosittelevat tuotteita ja palveluita läheisilleen muita useammin (WOM).

Lähteet: Connected Consumers, IPC Media, UK, 2013, Naistenlehdet & netti, Sonkamuotka, M3 research, 2013

**Monikanavaisella kampanjalla
tavoitetaan kuluttaja erilaisissa
moodeissa:
*yksityinen – sosiaalinen /
rentoutuminen – tiedonhaku***

Vinkkejä mainonnan suunnitteluun

www.aikakauslehdet.fi/mediajamainonta
www.aikakauslehdet.fi/tietoajatutkimuksia

Kampanjahaaste

#digiaikkarit

Valitse
sopivimmatVertaa
medioita
keskenään

Löydä mediasi

Omistunut
kampanja

Pikahaku...



Laaja Haku

Aakkosittain

Aiheittain

Vertailu (0)

El mukana vertailussa

email

pdf

xls

Uudistunut Mediakorttipalvelu: noin 250 aikakauslehden tiedot yhdestä paikasta: www.mediakortit.fi

Pelit on ainoa suomalainen lehti, joka käsittelee laajasti digitaalisen pelin alan sekä sen uusia ja kiinnostavia puolia. Pelit seuraa niin PC:llä tai konsolilla kuin puhelimella, iPadilla tai internetissä pelattavia pelejä.

Pelit on peliviihteen äänenkannattaja ja luetaan tänä päivänä kanteen ja jotta pelitytöt pitävät. Pelit on merkittävät, laadukkaat ja imago. Myös tytöt ja nuoret naiset ovat entistä innokkaampia pelaajia, ja naislukijoiden määrä kasvaa koko ajan. Nyt jo noin 15 prosenttia Pelit-lehden lukijoista on naisia. Vuonna 2011 luvassa on paljon säpinää. Elokuussa Pelit julkistaa Vuoden paras peli -suuräänestyksen tuloksen ja maaliskuussa julkistaa Vuoden paras peli -suuräänestyksen tuloksen ja kuumimmista. Pelit on ainoa suomalainen lehti, joka käsittelee laajasti digitaalisen pelin alan sekä sen uusia ja kiinnostavia puolia. Pelit seuraa niin PC:llä tai konsolilla kuin puhelimella, iPadilla tai internetissä pelattavia pelejä.

[Fokus Media Finland Oy] | Yleislehdet | Urheilu, veikkaus ja pelaaminen |

[Miehet] | Mobililaitteet | Nuoret | Osto-opas | Pelit | Testit | Tietokonepelit | Viihde-elektronikka |

Yhteystiedot

Mediatiedot

Aikataulut

Hinnat

Tekniset tiedot

ILMESTYMISPÄIVÄT JA AINEISTOPÄIVÄT

Nro	Ilmesty	Varaus	Aineisto	Lisätiedot
1	14.01.2015	12.12.2014	18.12.2014	
2	11.02.2015	21.01.2015	27.01.2015	
3	11.03.2015	18.02.2015	24.02.2015	
4	08.04.2015	16.03.2015	20.03.2015	
5	13.05.2015	21.04.2015	27.04.2015	
6 - 7	10.06.2015	20.05.2015	26.05.2015	

Kampanjahaaste

#digiaikkarit

Valitse
sopivimmatVertaa
medioita
keskenään

Löydä mediasi

Omistunut
kampanja

Pikahaku...



Laaja Haku

Aakkosittain

Aiheittain

Vertailu (0)

El mukana vertailussa

email

pdf

xls

Pelit

Näin käytät Mediakorttipalvelua (video):

www.youtube.com/watch?v=OGCuqym6MCY

Pelit on aikakauslehti, joka käsittelee digitaalisuutta ja pelimaailmaa. Kaikki pelitustat on mukana lehdessä, ja lisäksi konsolipelit, verkkopelit ja pelitietoa. Pelit on nuorten miesten lehti. Lajista noin 75 prosenttia on alle 30-vuotiaita, suurissa kaupungeissa asuvia miehiä. Heidän elämäänsä kuuluvat lisäksi ystävät, urheilu, lukeminen, musiikki ja elokuvat, ja heille tärkeitä ovat myös merkkituotteet, ulkonäkö ja laatu. Myös tytöt ja nuoret naiset ovat lehdessä innokkaita pelaajia. Pelit on ilmestynyt Suomessa vuodesta 1982 lähtien. Lehti on ollut Suomessa yksi parhaista lehdistä maailmassa. Pelit on ilmestynyt Suomessa vuodesta 1982 lähtien. Lehti on ollut Suomessa yksi parhaista lehdistä maailmassa.

[Fokus Media Finland Oy] | Yleisblehdet | Urheilu, veikkaus ja pelaaminen |

[Miehet] | Mobililaitteet | Nuoret | Osto-opas | Pelit | Testit | Tietokonepelit | Viihde-elektronikka |

Yhteystiedot

Mediatiedot

Aikataulut

Hinnat

Tekniset tiedot

ILMESTYMISPÄIVÄT JA AINEISTOPÄIVÄT

Nro	Ilmestyy	Varaus	Aineisto	Lisätiedot
1	14.01.2015	12.12.2014	18.12.2014	
2	11.02.2015	21.01.2015	27.01.2015	
3	11.03.2015	18.02.2015	24.02.2015	
4	08.04.2015	16.03.2015	20.03.2015	
5	13.05.2015	21.04.2015	27.04.2015	
6 - 7	10.06.2015	20.05.2015	26.05.2015	

TRIP!

Hyödynnä mainonnan
vaikuttavuustutkimukset eri aloilta:
matkailu, kosmetiikka, autot,
pukeutuminen, sisustaminen,
hyvinvointi ja ruoka.

www.aikakauslehdet.fi/mediajamainonta



BIG BANG THERAPY



KOKEILE
ITSE.

Liput ja
kausikortit
lippupalvelu.fi



Opi parhailta:
*Kuukauden
aikkarimainokset*
kerran kuussa M&M:ssa

[www.aikakauslehdet.fi/
aikkarimainokset](http://www.aikakauslehdet.fi/aikkarimainokset)

Twitter:
[@Aikakausmedia](https://twitter.com/Aikakausmedia)
[#kuukaudenaikkarimainos](https://twitter.com/kuukaudenaikkarimainos)

Toukokuun voittaja:
BIG BANG THERAPY
Mainostaja: Helsingin kaupunginorkesteri
Mainostoimisto: BOND Helsinki
Mediatoimisto: IUM Helsinki

Aikkareiden digiaamu vol. 2

Inspiraatiota digi-innovaatioista, *Markus Keränen, 15/30 Research*

Markkinoinnin uudet vaatteet: ideoita natiivimainontaan ja blogiyhteistyöhön,
Birgitta Takala ja Lotta Heikkeri, IAB Finland

Case Stylewhile, *Sami Smolander, Sanoma Media Finland*

Case AEG ja case Schwarzkopf, *Kari Anttila, Otavamedia*

Case Myllyn Paras ja case Naantalin kylpylä, *Helena Lajunen, Valitut Palat*

Case Bepancare, *Taru Eboreime, Aller Media*

Case Maybelline, *Inke Ketonen, A-lehdet*

Monikanavainen aikakaushmedia - tutkittua tuloksellisuutta,
Tuuli Toivainen, A-lehdet