

Klikki tuo Display-mainontaan uuden selainkäyttäytymisprofiileihin perustuvan kohdentamisen ratkaisun

Klikki, yksi Pohjoismaiden johtavia digitaalisen markkinoinnin yrityksiä, jatkaa display-mainonnan kehittämisen eturintamassa tarjoten ensimmäisenä Suomessa todennäköisyysprofiileihin perustavan mainonnan kohdentamisen ratkaisun.

Real-Time-Bidding (RTB), eli huutokauppaan perustuva mainostilan ostaminen verkossa lanseerattiin ensimmäisenä Pohjoismaissa Klinkin toimesta tämän vuoden tammikuussa. RTB:n avulla digitaalisen markkinoinnin hallinnoinnista tulee entistä kustannustehokkaampaa. Tulosten saavuttamiseksi digitaalisessa markkinoinnissa tarvitaan kuitenkin myös yhä tarkempia kohdentamismahdollisuuksia.

- Entistä tarkempi kohdentamisen mahdollisuus onkin erittäin tärkeä osa uudistunutta display-mainonnan kokonaisuuttamme, kertoo **Mikko Knuuttila**, Klinkin Suomen maajohtaja. - Löydämme tavoitellut kohderyhmät kansainvälisten mainospörssien ja oman verkostomme tarjoamasta suuresta verkkokävijämäärästä aivan uudella ja ainutlaatuisella tavalla, jatkaa Knuuttila.

- Pystymme palvelemaan yhä paremmin sekä brändillisten että taktisten kampanjoiden tavoitteita, puhumattakaan jatkuvan display-mainonnan toteuttamisesta. Ratkaisu antaa mainostajalle mahdollisuuden löytää selain- ja profiilitietoja hyödyntäen esimerkiksi perheet, jotka harkitsevat auton tai asunnon hankintaa, tai perheet, jotka vaikkapa etsivät matkakohdetta kesäksi, lisää **Jukka Sundquist**, Klinkin Display-liiketoimintajohtaja.

- Oman verkostomme kautta kerätyt profiilitiedot auttavat meitä mallintamaan selainkäyttäytymistä todennäköisyyksien perusteella myös niihin selaimiin, joista profiilitietoja ei ole kerätty. Näin pystymme sivustoriippumattomasti erittäin tarkkaan kohdentamiseen ja pystymme pitämään tärkeimpien omien medioidemme profiilitiedot ajan tasalla, valistaa Sundquist.

Klikki toimii nykyisin digitaalisen median kumppanina useille Pohjoismaiden johtaville brändeille. - Optimoimme ja tehostamme asiakkaidemme mediainvestointeja hyödyntäen hakukonenäkyvyyttä, sosiaalista mediaa, display-mainontaa ja web-analytiikkaa. Haluamme palvella asiakkaitamme yhä paremmin jokaisella näistä osa-alueista ja uudet display-mainonnan kohdentamismahdollisuudet ovat osa tätä kehitystä, kertoo Knuuttila

Lisätietoja:

Jukka Sundquist, Head of Display, Klikki +358 40 587 4128, jukka@klikki.com
Mikko Knuuttila, maajohtaja, Klikki, +358 50 377 5004, mikko@klikki.com

KLIKKI

Klikki on 2002 Suomessa perustettu, nopeasti kehittyvä pohjoismainen digitaalisen markkinoinnin yritys. Toimistomme sijaitsevat Helsingissä, Tukholmassa, Kööpenhaminassa, Oslolla sekä Piteåssa, ja työllistämme yli 60 ammattilaista. Klikki on erikoistunut teknologiavetoisiin, tulospohjaisiin ja integroituihin digitaalisen markkinoinnin palveluihin, tavoitteena maksimoida asiakkaidemme digitaalisen median investointien tuotto.

Klinkin palvelut jakaantuvat neljään pääalueeseen. Klikki Search - Hakusanamainonta (SEM) sekä Hakukoneoptimointi (SEO), Klikki Display – kehittyneet display-mainonnan osto- ja kohdentamispalvelut, Klikki Social – brändi- ja liiketoimintavetoiset palvelut, jotka hyödyntävät sosiaalisia medioita, sekä Klikki Analytics – internet-analytiikka, konversio-optimointi ja integroitu raportointi.

Lisätietoja www.klikki.com/fi/