



Suomen Aller ponkaisee databisneksellään kansainvälisille markkinoille

Aller Media Oy yhtiöittää nosteessa olevan dataliiketoimintansa. Uusi yhtiö, **Data Refinery Oy**, kaupallistaa dataa sekä Suomessa että nyt myös kansainvälisesti.

Tuore yhtiö tavoittelee yritysasiakkaita, jotka haluavat kaupallistaa datansa myyntiin ja jotka haluavat kehittää liiketoimintaansa datan avulla.

Uuden yhtiön toimitusjohtajana toimii aiemmin Aller Median Data & Digital Solutions -liiketoimintayksikön johtajana työskennellyt **Sami Lahtinen** ja hallituksen puheenjohtajana Aller Median Suomen konsernin toimitusjohtaja **Pauli Aalto-Setälä**. Lisäksi avainrooleissa ovat Allerin dataliiketoiminnan huippuosaajat **Sini Kervinen**, VP, Technology & Service, sekä **Laura Avonius**, VP, Innovation & Internationalization. Lisäksi pohjoismaisen organisaation johtoon kuuluu ruotsalainen **Johan Lindgren**, VP, Analytics.

Allerin dataliiketoiminta on yhtiön strategian ytimessä, ja syyskuussa päättyvällä tilikaudella dataliiketoiminnan kasvu on ollut 350% edelliseen tilikauteen verrattuna. ”Olemme todella iloisia, että rohkeutemme ja osaamisemme ovat saaneet markkinoilta ansaitsemansa tunnustuksen. Sinnikäs ja pitkäjänteinen kehitystyö on tuottanut tulosta”, kommentoi Sami Lahtinen, Data Refineryn toimitusjohtaja.

”Datatiimimme on toiminut alusta alkaen kuin start-up yrityksemme sisällä. Nyt olemme siinä pisteessä, että teemme siitä oikean start-upin ja investoimme uuden yhtiön kansainvälistymiseen. Data kuuluu kaikille, ja kehittämällemme alustalla se on nyt mahdollista jokaiselle”, sanoo Pauli Aalto-Setälä.

Yhtiön tarjoama datapalvelu on sama sekä Suomessa että maailmalla: se auttaa yrityksiä, esimerkiksi mediataloja, kaupallistamaan oman datansa. Kaksi muuta Aller-konsernin maata – Ruotsi ja Tanska – ovat jo lähteneet vahvasti mukaan dataliiketoimintaan Suomen johdolla. Syksyn aikana Data Refinery kaupallistaa heidän datansa markkinoille.

Pohjoismaiden ohella Data Refinery lähtee syyskuussa Yhdysvaltain markkinoille. Yhdysvalloissa asiakkuuksia haetaan medioista, joiden dataa halutaan kaupallistaa. Data Refinery on esillä syyskuun alussa New Yorkissa suomalais-amerikkalaisen kauppakamarin Suomi 100 –teknologiaseminaarissa, jossa muun muassa esitellään suomalaisia kansainvälisen tason innovaatioita, jotka laajentavat Yhdysvaltain markkinoille.

”Olemme saaneet hyvin innostuneen vastaanoton kansainvälisten avauksien yhteydessä. Sitä, että mediatalo on pystynyt kehittämään teknologiatuotteen ja kaupallistamaan datansa, pidetään kiinnostavana. Meidät erottaa muista toimijoista rohkeus, jolla olemme lähteneet tätä bisnestä tekemään, ja se, että tiedämme, mitä datalla pitää tehdä. Itse kaupallistimme menestyksekkäästi oman datamme ensin, nyt mahdollistamme samaa muille”, kertoo Laura Avonius, VP, Innovation & Internationalization.

Data Refineryssa työskentelee 15 data-asiantuntijaa. ”Edelläkävijyytemme perustuu Allerin ja sen kumppaneiden laadukkaisiin datalähteisiin sekä teknologiseen huippuosaamiseen. Tätä yhdistelmää tukevat oikeat teknologia-alustat, jolla saamme datan mahdollisimman monien käyttöön ja moniin eri tarpeisiin – myös kansainvälisillä kentillä”, kertoo Sini Kervinen, VP, Technology & Service.

Aller Media kaupallisti ensimmäisenä mediatalona Suomessa datansa ulkopuolisten käyttöön osana transformaatiotaan lehtitalosta monipuoliseksi sisältö-, markkinointi- ja dataryitykseksi. Aiemmin **Rikastamona** kulkenut dataliiketoiminta on ollut merkittävässä kasvussa vuoden alusta lähtien, ja sen uusia asiakkuuksia ovat muun muassa **Holiday Club** ja **Autotalo Laakkonen**.

Data Refinerylla on itse kehittämänsä datan kaupallistamisalusta, johon kuuluu [Googlenkin rahoittama](#) datan visualisointityökalu datan käytön helpottamiseksi. Työkalun avulla monista datalähteistä koostettuja kuluttajaprofiileja ja niiden kiinnostuksen kohteita voi seurata reaaliajassa, mitä voi hyödyntää esimerkiksi markkinoinnin kohdentamisessa.

www.datarefinery.global

Lisätiedot: Tea Teinilä, viestinnän asiantuntija, Aller Media Oy, 040 5460 522

Aller Media Oy on innovatiivinen, moderni media- ja markkinointitalo, joka on tunnettu vahvoista brändeistään. Uskomme vapaaseen sanaan, tiedon avoimuuteen ja vuorovaikutukseen. Aller Median ydinosaamista ovat viihde, lifestyle, digitaaliset mediakonseptit, sisältömarkkinointi ja dataliiketoiminta. Vision ja uudistumiskyvyn ansiosta Aller Medialla on vahva markkina-asema. Allerin Rikastamo tarjoaa yhdistelmän rikastettuja kohderyhmiä ja ennennäkemättömän syvää ihmisymmärrystä liiketoiminnan tarpeisiin yhdistämällä kansallisesti merkittävää offline- ja online-dataa. Allerin tunnetuimmat tuotemerkit ovat Suomi24, Dingle, Seiska, ELLE, Koti ja keittiö, Katso, Oma Aika, Idealista, Baana ja All Over Press. Yritys työllistää Suomessa noin 250 henkilöä. www.aller.fi