



Data Refinerysta pohjoismainen datamyymälä

Aller Media Oy:n aiemmin syksyllä perustama tytäryhtiö Data Refinery laajentaa datapalveluaan Ruotsiin ja Tanskaan. Vahvasti kansainvälisyyttä hakeva yhtiö etenee strategiansa mukaisesti pohjoismaiseksi datamyymäläksi ja tarjoaa kansainvälisille brändeille tarkkoja kohderyhmiä mainontaan.

Data Refinery on laajentanut omaa rikasta kuluttajadataansa Ruotsin ja Tanskan Allerin lukijoiden verkkodatoilla, joista saadaan pohjoismaista asiakasymmärrystä mainostajan käyttöön.

Pohjoismaisen datan tullessa markkinoille mainostajat voivat kohdentaa mainontaansa kaikkiin kolmeen maahan Data Refineryn kautta.

Mainostaja hyötyy tästä, koska kansainvälisiin kampanjoihin saa kerralla kolmen maan kohderyhmät sen sijaan että eri maiden datat hankittaisiin eri toimijoilta. Data Refinery kerää ja hallinnoi dataa alusta loppuun asti itse. Näin datan alkuperä on aina tiedossa.

Data Refineryn oma data koostuu Suomen Allerin eri medioista kerätystä online-datasta ja asiakasrekisteridatasta. Ruotsin data on Allerin Ruotsin verkostoista, johon kuuluu yli 30 brändisaittia. Tanskan data on kerätty Allerin Tanskan 20 brändisaitista. Yhteenlaskettu selainten määrä on noin 30 miljoonaa, mistä saadaan syvää asiakasymmärrystä ja kuluttajien ostoaikasta kertovia kohderyhmiä. Esimerkiksi Ruotsin Allerilla on 64%:n markkinaosuus, ja sen mediat tavoittavat erittäin kattavasti etenkin naiskuluttajat.

Pohjoismaisesta datasta on koottu yli 80 kuluttajien kiinnostuksenkohteisiin perustuvaa kohderyhmää. Kohderyhmät muodostuvat laajemmista pääkategorioista ja niiden alle kuuluvista tarkemmista alakategorioista. Kohderyhmiä voivat olla esimerkiksi kodeista tai skandinaavisesta sisustuksesta kiinnostuneet.

"Laajentumisemme muihin Pohjoismaihin tarkoittaa kansainvälisille brändeille, että ne voivat nyt yhdellä kertaa kohdentaa mainontaansa Suomen, Ruotsin ja Tanskan kohderyhmille. Kiinnostusta on nyt jo ollut todella paljon, sillä monet isot toimijat näkevät Pohjoismaat yhtenä markkina-alueena, jolloin keskitetty datakohdennus on kätevää. Data Refinery voi sanoa, että se ymmärtää nyt pohjoismaisten kuluttajien arkea", kommentoi Data Refineryn innovaatioista ja kansainvälisyydestä vastaava **Laura Avonius**.

Elokuussa perustetun yhtiön toimitusjohtaja **Sami Lahtinen** kertoo, että muihin Aller-maihin laajentuminen on luontainen askel Data Refinerylle. "Kansainvälistyminen on Data Refineryn strategian ytimessä, ja pohjoismainen datalaajeneminen on meille loistava startti. Osana Aller-konsernia oli luontevaa aloittaa datayhteistyö kahden muun Aller-maan kanssa ja viedä samalla sinne dataosaamistamme", Sami Lahtinen kommentoi.

Data Refinery on osa Aller Median Suomen konsernia, ja se operoi Allerin eri medioista kerätyllä datalla. Aller on ensimmäinen mediariippumaton, oman datansa pohjoismaisesti kaupallistanut suomalainen mediatalo. Aiemmin tänä vuonna Suomen Allerin data yhdistettiin MTV:n dataan, joka on osoittautunut erittäin kysytyksi. Pohjoismaiselle datalle odotetaan myös huomattavaa kysyntää. Nyt lanseeratut pohjoismaiset kohderyhmät ovat myynnissä Data Refineryn kautta ohjelmallisen ostamisen kanavissa Adformissa ja Google Bid Managerissa.

Data Refinery Oy on Aller Media Oy:n omistama moderni teknologia-start-up, joka auttaa yrityksiä kaupallistamaan datansa. Data Refinery on kehittänyt samaa nimeä kantavan datan kaupallistamisalustan, joka auttaa yrityksiä ymmärtämään helpommin dataansa helppokäyttöisen visualisointityökalun ansiosta. Alusta on saanut rahoitusta Googlen Digital News Initiative -ohjelman kautta. Data Refinery tarjoaa yhdistelmän rikastettuja kohderyhmiä ja ennennäkemättömän syvää ihmisymmärrystä liiketoiminnan tarpeisiin. Yhdistämällä monipuolista dataa laadukkailta kumppaneilta muodostuu kokonaisnäkyminen asiakassegmenttien kulutustottumuksista, ostoaikasta ja elinympäristöstä. Data Refinery toimii Suomen lisäksi muissa Pohjoismaissa. <https://www.datarefinery.global/>

Tea Teinilä, Communications Manager, Aller Media, tea.teinila@aller.com, 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 tunnetuimmat brändit ovat Suomi24, Seiska, Katso, Idealista, Baana, Yksille-deittipalvelu ja All Over Press. Sen markkinointipalveluihin kuuluu journalistinen sisältömarkkinointiyksikkö Aller Ideas, markkinointiviestintätoimisto Dingle Oy, dataa kaupallistava Data Refinery Oy ja strateginen markkinointipalveluyritys CEO Helsinki Oy. Allerin Suomen konserni työllistää noin 300 henkilöä. www.aller.fi