

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Mainonnan merkitys

Lähde: Mainostajien Liitto



Mainonnan merkitys

Miten mainonta
vaikuttaa?

Mitä kuluttajat
hyötyvät?

Markkinointialan
panos

Miksi yritykset
mainostavat?

Mitkä ovat
yhteiskunnalliset
hyödyt?

Mitä mainonta EI
voi tehdä

Miten mainonta vaikuttaa?

Markkinointiviestinnän muotoja ovat muun muassa (avaa linkki)

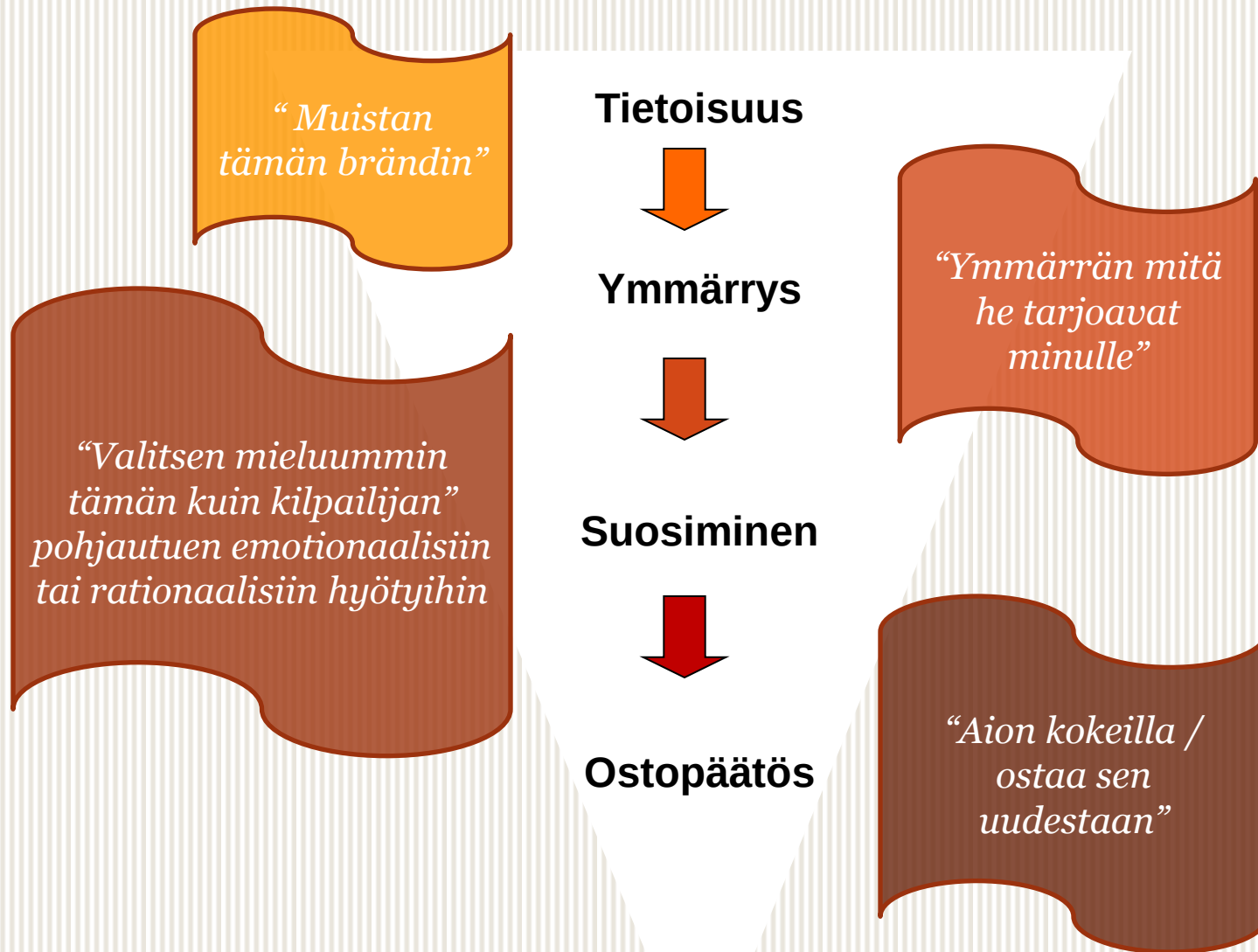
Mainonta

Tiedotus- ja suhdetoiminta

Myynninedistäminen

Myyntityö

Toivottu kuluttajareaktio



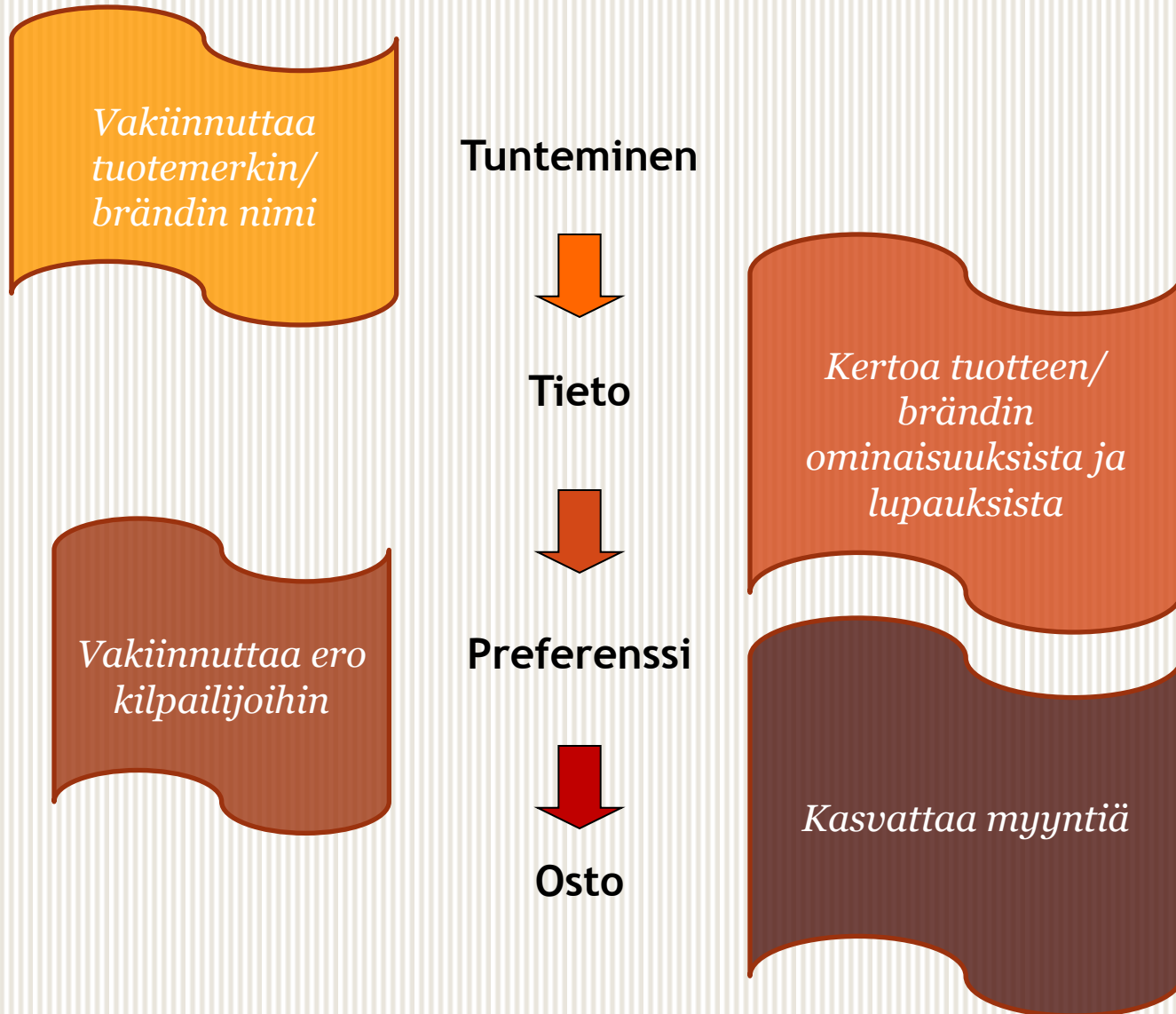
Miksi yritykset mainostavat?

Mainonta on markkinoinnin väline, jolla edistetään myyntiä, kasvatetaan markkinaosuutta ja luodaan yrityksille kasvua, joka lisää niiden kilpailukykyä sekä mahdollisuuksia työllistää ihmisiä.

Miksi yritykset mainostavat?

Mainonta on viestintää, jossa pyritään tarjoamaan kuluttajille ideoita tuotteista ostopäätöksen tekemiseen. Se välittää tietoa ja mielikuvaa tuotteista ja palveluista sekä yrityksistä tavalla, joka saa vastaanottajan suhtautumaan niihin myönteisesti.

Mainostajien tavoitteet



Mitä kuluttajat hyötyvät mainonnasta?

Mainonta
lisää kilpailua

Kilpailu
merkitsee
halvempia
hintoja

Enemmän tietoa
vaihtoehtoista

Parempaa tietoa
tarjonnasta ja sen
laadusta

Enemmän
tietoa tuotteita ja
palveluja
tarjoavista
yrityksistä

A photograph of a Helsinki tourist guide, a woman in a green shirt and blue vest with 'TOURIST INFORMATION' and 'CITY OF HELSINKI' printed on it, pointing upwards with her right hand. She is assisting a couple, a man and a woman, who are looking at a map. The man is pointing at the map with his right hand. The background shows a city street with buildings and a clear blue sky.

Hinta

Mieltymykset

Mainonnalla tuetaan kuluttajien valintoja

Laatu

Helppous

Vastuu

- Tuotteen brändääminen merkitsee vastuullisuutta
- Mainonta on julkinen sitoumus - kuluttajalla on selvät odotukset
- Jos mainostaja ei vastaa odotuksiin, hän rikkoo 'luottamussopimuksen'

Parempi arvolupaus

- 
- A close-up photograph of a man and a woman looking at a screen. The man, on the left, has dark hair, a goatee, and wears round glasses and a black and white striped shirt. He is smiling broadly. The woman, on the right, has blonde hair tied back and is wearing an orange top. She is also smiling and looking down at the screen. The background is blurred, showing other people in a blue shirt.
- Mainonta mahdollistaa markkinoille tulevien uutuuksien erottautumisen
 - Mainonta edistää ja tehostaa kilpailua
 - Kuluttaja voi hyötyä kilpailun aikaansaamista edullisemmista hinnoista ja/tai paremmasta laadusta

Kaikki mainostavat!

Metsämarja

Forest
fruit

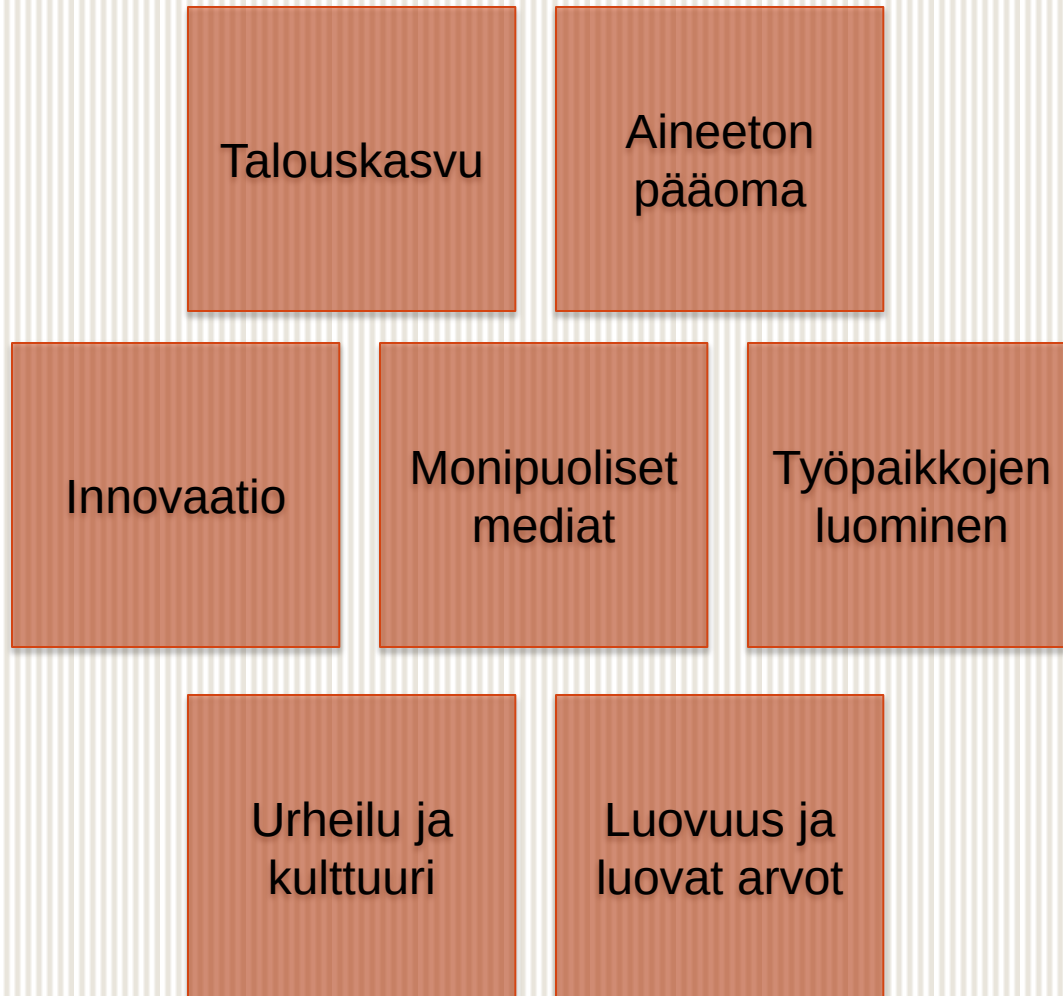
4,50

Suomessa 100 suurinta mainostajaa kattaa vain 38%
kaikesta mediamainonnasta.

Lähde: TNS Gallup, 2007

Paikalliset yritykset, voittoa tavoittelemattomat yhdistykset, jopa yksityiset ihmiset käyttävät mainontaa...luokitelluissa ilmoituksissa, tapahtumailmoitusten jakamisessa tai myydessään tavaroitaan verkkohuutokaupassa.

Mainonnan yhteiskunnalliset hyödyt



Aineeton pääoma

Brändi muodostaa
keskimäärin 30%
pörssiyritysten markkina-
arvosta.

Source: Milward Brown Optimor. BrandZ: *Top 100 Most Powerful Brands*, 2007, pp. 3 & 26

Työpaikkojen luominen

Mainonta lisää kysyntää, palkitsee innovaatioita ja edistää kilpailua - nämä johtavat työpaikkojen luomiseen

Innovaatiot



Mainonta innovoi, luo konsepteja ja tuottaa ideoita
Yksittäisen maan hyvinvointi perustuu yhä enemmän
henkiseen pääomaan, ei niinkään aineellisiin
hyödykkeisiin

Monipuolista mediatarjontaa

A close-up photograph of a man and a woman looking at a screen. The man, on the left, has dark hair and wears round glasses and a black and white striped shirt. The woman, on the right, has blonde hair tied back and is wearing an orange top. Both are smiling and looking down at a screen that is partially visible at the bottom of the frame.

Suomessa kaupallinen televisio saa 80%, sanomalehdet 60%, aikakauslehdet 25%, ulkomainonta, suoramainonta, radiomainonta ja ilmaisjakelulehdet 100% tuloistaan mainonnasta. Myös monen internetin viestintäpalvelun olemassaolo perustuu valtaosin tai kokonaan mainostuloihin.

Urheilu ja kulttuuri

“Ei mainontaa olympialaisissa,
mutta ei olympialaisia ilman mainontaa”

Michael Payne (IOC Marketing Director 1983-2004)

Luovuus ja luovat arvot

Mainonta on osa nykyistä populaarikulttuuria

Markkinointiviestintä tarjoaa työtilaisuuksia myös monille taiteilijoille. Yksi Suomen tunnetuimmista graafisista suunnittelijoista, professori Kyösti Varis, on mainosmies.

Mitä mainonta EI saa tehdä

- Vaikuttaa kansalaisiin vastoin heidän parempaa tietämystään
- Tuoda menestystä tuotteelle/palvelulle, jota ei haluta tai joka on huonolaatuinen
- Olla sopeutumatta yhteiskunnan arvoihin ja odotuksiin -> alan itsesääntelyohjeet, Mainonnan Eettinen Neuvosto, MEN

Markkinointiala panostaa vastuullisuuteen

Yhteis-
kunnallinen
markkinointi

Kestävä kehitys

Vastuullisen
itsesääntelyn
malli

Opetus

Markkinointiala panostaa vastuullisuuteen

Mainonta on yhteiskunnallisen markkinoinnin tekijä, joka voi nostaa tietoisuutta, ohjata toimintaa ja pelastaa henkiä. Monien maiden hallitukset ovat suurimpia mainostajia.

Mainonnalla kohti kestävää kehitystä

Suomalaiset mainostajat ovat yhä kiinnostuneempia eettisistä valinnoista.

Esim. FiBS-verkostossa on 120 yritystä ja yhteisöä.
Yhteiskuntavastuu voi olla merkittävä kilpailuetu yritykselle.

Mainonnalla kohti kestävää kehitystä

Itsesääntelyohjeita jo vuodesta 1937
Suomessa Kauppakamarin yhteydessä Mainonnan Eettinen
Neuvosto, MEN, jonka toimintaa Mainonnan Neuvottelukunta
ohjaa

Mainonnan lukutaidon opetus MediaSmart



Aineisto lähetetty kaikille Suomen alakouluille.
Saatavana maksutta myös verkossa www.mediasmart.fi

MAINONNAN NEUVOTTELUKUNTA.

Mainonnan Neuvottelukunta (MNK) on mainos- ja markkinointialan järjestöjen epävirallinen yhteistyöfoorumi. Se edistää mainonnan ja markkinointiviestinnän asemaa Suomessa muun muassa tutkimuksen ja tiedottamisen avulla.

Kiitos mielenkiinnostanne!

www.mainonnanneuvottelukunta.fi

