

Audiomainonta laajeni retail mediaan

Outi Hilakari
Head of Outdoor Audio



Retail mediamarkkina* kasvaa ja kehittyy Suomessa huimaa vauhtia. Retail median vahvuus on yhdistää asiakkaat ja brändit ostohetkellä**.

Audiobisneksen suunnannäyttäjänä Bauer Media innovoi ja investoi audiomarkkinan kehitykseen. Bauer Media onkin ensimmäisenä Suomessa, ja Euroopassa, lanseerannut audiomainonnan retail mediassa osaksi audiotarjoamaansa. Audiomainonta tavoittaa retail-ympäristöissä jo 2,4 miljoonaa suomalaista viikossa, laajasti eri kohderyhmistä***. Retail-verkostomme tavoittaa kuluttajat kauppakeskuksista (Mall Voice -yhteistyö) Motoneteihin ja Tokmanneilta kuntosaleille.

Pssst...

Verkostomme laajenee kesäkuussa Tokmannin n. 200 myymälän valtakunnalliseen verkostoon! Joten stay tuned, ja seuraa meitä [Linkkarissa!](#)

*Retail medialla tarkoitetaan vähittäiskaupan sekä kauppapaikkojen monikanavaisia ympäristöjä ja niihin ohjaavia kanavia.

Lähteet: **IAB Finland Retail Media työryhmä, ***Kantar Mind



Audiomainonta retail mediassa win-win-mallilla

Lisätehoa audiomainontaan ja enemmän mainontaa huomanneita

Hyödyntämällä retail audiota osana audiomainonnan kokonaisuutta, mainostaja ottaa mediapäivän haltuun audiolla sen eri vaiheissa.

Total Audio -ostotavalla kampanjoiden tavoitavuus kasvaa merkittävästi kaikissa kohderyhmissä, ja viestien läpimenovoima tehostuu, kun kaikki eri kohtaamispisteet ovat mukana kampanjakokonaisuudessa – samaan tapaan, kuin videomainonta viedään TV:n lisäksi kaikkiin eri jakeluteihin!

Spottikampanjointiin verrattuna Total Audio tarjoaa keskimäärin 750 000 enemmän mainontaa huomanneita henkilöitä.*

Retail mediaan kohdennettu audiomainonta tuo audiomainonnan vaikuttavuuden lähelle ostohetkeä ja aktivoi! Verkoston kautta tavoittamamme kuluttajat suhtautuvat positiivisesti audiomainontaan ja se vaikuttaa mm. heräteostoksiin 36 prosentilla kuluttajista**.

Verkostokumppanile enemmän tuottoa kivijalasta ilman investointeja

Mainosverkostokumppaneille Bauer Median Outdoor Audio -kumppanuus mahdollistaa täysin uudenlaisen tavan saada tuottoa irti liiketiloistaan ja -ympäristöistään, kun niissä vierailevat korvaparit kaupallistetaan osaksi audioinventaaria. Bauer Media vastaa laite- ja teknologiakustannuksista ja hoitaa mediamyynnin.

Verkostokumppanille yhteistyöstä kertyy euroja jokaisesta korvaparista, mitä liiketiloissa vierailee. Vaikka he eivät sillä kertaa mitään ostaisikaan.

Verkostokumppanuuden myötä audiomainonnasta tulee suunniteltu osa liiketilojen äänimaisemaa, jossa asiakkaiden ja henkilökunnan viihtyvyys on vahvassa fokuksessa. Tiesitkö, että tutkitusti 78 prosenttia suhtautuu radio- ja retail-verkostoissa kuultuun äänimainontaan keskimääräistä myönteisemmin vrt. mainontaan muissa medioissa**. Audiomainonta liiketiloissa siis tuo hymyn huulille, ja euroja yrityksesi pankkitilille!

