

Koulutusala Graafinen viestintä	
Koulutusohjelma Medianomi	
Työn tekijä(t) Ilari Heldán	
Työn nimi Aikakausilehti ja verkkomainonta	
Päiväys	16.6.2014
Sivumäärä/Liitteet	37
Ohjaaja(t) Timo Sirviö	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Ei ole	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tässä opinnäytetyössä oli tavoitteena selittää aikakausilehtien verkossa toteutettavaa mainontaa ja tuottaa perinteisen display-kampanajan mainosmateriaalit. Esimerkkinä käytetään Olivia-lehteä, joka on 30+ naisille suunnattu muotiin ja kauneuteen keskittynyt aikakausilehti.</p> <p>Työssä selitetään aikakausilehtien toimintaa ja toimintaympäristöä, sekä kerrotaan nykyisistä ja tulevista haasteista. Verkossa tehtävän mainonnan osalta kerrotaan perinteisen display-kampanjan kannalta oleellisimmista tilauskanavista. Samalla paneudutaan käytettäviin mainosmuotoihin ja selitetään mitä muotoja käytetään missäkin kanavassa.</p> <p>Kampanjasivun olemusta tutkaillaan Olivia-lehdellä käytettävän kampanjahallintajärjestelmän näkökulmasta. Työssä käydään läpi analyytiikkaa ja splitti-testauksen merkitystä, sekä jälkimarkkinointia.</p> <p>Tuotetut mainosmateriaalit on tehty ennalta sovittujen määräysten mukaisesti ja visuaalisesti Olivia-lehden ilmettä mukaillen. Tuotettuihin materiaaleihin kuului display-mainoksia (bannerit), kampanjasivun visuaalinen ilme, sähköpostisuora ja facebook tai blogimarkkinoinnissa käytettäviä mainostekstejä.</p> <p>Työn lopussa kampanjasivun visuaali- ja sähköpostisuora analysoidaan heatmapping-työkalulla, jotta nähdään saako tuotettu materiaali riittävää huomiota halutuille alueille.</p>	
Avainsanat Aikakausilehti, verkkomainonta, display-mainonta	

Field of Study Graphic Design			
Degree Programme Bachelor of Arts			
Author(s) Ilari Heldán			
Title of Thesis Online display marketing for magazines			
Date	16.6.2014	Pages/Appendices	37
Supervisor(s) Timo Sirviö			
Client Organisation /Partners None			
<p>Abstract</p> <p>In this thesis, the objective was to explain the magazine industry and advertising done on the internet, and to deliver a conventional online display campaign marketing materials. Used as an example is Olivia magazine, which is aimed at 30+ women and focused on fashion and beauty.</p> <p>The thesis explains the magazines activities and operating environment, and describes the current and future challenges in magazine industry. This work also describes the most common subscription channels used in conventional display advertising. At the same time this work presents common display ad formats and explains what formats are used in different channels.</p> <p>Campaign site structuring is explored from the Olivia magazines campaign management point of view. The thesis examines also the analytics and split testing, as well as retargeting.</p> <p>Produced promotional materials has been made in accordance with pre-agreed instructions and Olivia magazines visuals. Produced materials included display ads (banners) campaign page visuals , e-mail newsletters, facebook and blog ad copy.</p> <p>Campaign landing page and e-mail newsletter visuals were analyzed using heatmapping tool, in order to see whether the material produced sufficient attention to desired areas.</p>			
<p>Keywords</p> <p>Magazine, online marketing, display advertising</p>			