



- OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

MAINOS- JA MEDIA-ALALLA TAPAHTUVAT MUUTOKSET

Case Mediateko Oy

TEKIJÄ/T: Miika Sajaniemi

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Miika Sajaniemi	
Työn nimi Mainos- ja media-alalla tapahtuvat muutokset – case Mediateko Oy	
Päiväys	29.11.2014
Sivumäärä/Liitteet	39
Ohjaaja(t) Minna Tarvainen, Jari-Pekka Jääskeläinen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Mediateko Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Suomalainen media- ja mainosala elää murroksessa. Uudet mediakanavat verkko- ja mobiilimainonnan puolella ja vahva printtimainonnan väheneminen ovat merkittäviä askeleita toimialan muutoksessa. Tämä opinnäytetyö antaa lukijalle luotettavan ja jäsennellyn kokonaiskuvan siitä, mitä markkinointiviestinnän ja mediamainonnan toimialalla tapahtuu.</p> <p>Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona Mediateko Oy:lle. Mediateko tarjoaa asiakkailleen mainostilaa eri vapaa-ajan ympäristöissä kuten hiihto- ja golfkeskuksissa. Mediateko on myös Suomen Ulkomainosliiton jäsenyritys, jonka kautta yhteistyössä muiden alan toimijoiden kanssa se pyrkii kohottamaan ulkomainonnan arvostusta sekä sen suomalaistavia mahdollisuuksia viestiä ja erottua tuloksellisesti.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena. Tutkimuksella haluttiin selvittää kuinka Mediateon nykyiset asiakkaat näkevät Mediateon tämänhetkisen mediatarjonnan ja kuinka mediatarjontaa tulisi jatkossa kehittää, jotta se vastaisi asiakkaiden tarpeita myös jatkossa. Tutkimuksella haettiin tietoa myös siitä, kuinka Mediateon omat asiakkaat näkevät mainos- ja media-alalla tapahtuvat muutokset.</p> <p>Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin sähköpostitse lähetetyllä verkkokyselyllä. Kaikki vastaukset kerättiin 11.9.2014 – 7.10.2014 ja lopulta kaikista (n=116) Mediateon nykyisestä asiakkaasta kyselyyn vastasi 30. Tutkimustuloksista saatiin tietoon, että Mediateon asiakkaat ovat kiinnostuneet nykyisten mediaympäristöjen lisäksi erityisesti hiihtokeskusmainonnasta. Konkreettisine toimenpiteinä asiakkaat haluavat Mediateon tarjoavan tulevaisuudessa digitaalisia mediapintoja eri kohteisiin sekä mahdollisuutta yhdistää mobiilimainontaa ulkomainontaan. Tutkimuksen kautta tärkeänä asiana esille nousi myös, että kampanjatulokset täytyy olla mitattavissa. Tutkimuksessa kävi ilmi lisäksi, että asiakkaat kokevat ulkomainonnan erittäin kustannustehokkaaksi, kun muuttujina on mediakanavaan käytetty raha ja siitä saatu hyöty. Ainoastaan televisio- ja verkkomainonta koettiin kustannustehokkaammiksi.</p> <p>Tutkimuksesta saadut tarkemmat vastaukset on luovutettu Mediateon käyttöön. Vastauksista selviää asiakaskohtaisesti kuinka kyselyyn on vastattu ja näin tutkimuksesta saatuja tietoja voidaan käyttää hyödyksi asiakassuhteiden parantamiseksi ja liiketoiminnan kehittämiseksi. Lisäksi tutkimusta voidaan käyttää hyväksi tulevaisuuden investointeja mietittäessä.</p>	
Avainsanat Mainosala, media-ala, mainonta, median murros, mediapelikenttä, mainonta	

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Miika Sajaniemi			
Title of Thesis Changes in advertising and media industry – Case Mediateko Ltd.			
Date	29.11.2014	Pages/Appendices	39
Supervisor(s) Minna Tarvainen, Jari-Pekka Jääskeläinen			
Client Organisation /Partners Mediateko Oy			
<p>Abstract</p> <p>The Finnish media and advertising industry is going through some major changes. The Important steps in the change of the industry are the new media channels on the Internet and mobile marketing and also a significant decrease in printed advertising. This thesis gives the reader a reliable and structured overall view of what is happening in marketing communications and the media advertising industries.</p> <p>This thesis project was implemented as a commission from Mediateko Ltd. Mediateko provides advertising space for clients in different leisure time environments such as ski resorts and golf centers. Mediateko is also part of Outdoor Finland association. Through that association along with other companies, Mediateko aspires to increase the appreciation of outdoor advertising and the great possibilities it grants to communicate and stand out successfully.</p> <p>The empirical research of this thesis was made by using quantitative methods. The main goal of the survey was to figure out how the existing clients of Mediateko see the current media supply and how media supply should be developed from now on so it would meet clients' needs in the future. Another goal of the research was to seek information on how the clients of Mediateko see the changes of advertising and the media industry.</p> <p>The collection of the data in this research was accomplished via a web inquiry which was sent by email. All the data was collected 11.9.2014 – 7.10.2014 and in the end 30 of the existing clients replied to the email. As a result it was found that the clients of Mediateko are interested in ski resort advertising in addition to the current media environments. As a concrete action clients want Mediateko to offer digital media channels in the future and a possibility to link mobile advertising to outdoor advertising. Also one important part of the research was that the campaign results had to be measurable. Clients also feel that outdoor advertising is very cost-effective when variables are the money used on the media channel and the benefits received from that. Only television and Internet advertising were felt more cost-effective.</p>			
Keywords media, advertising, marketing			

