

DIPPOINT

**21,4 % OSTAA**  
KAUPPAKESKUSTEN  
MAINOSMEDIAN  
PERUSTEELLA

Tutkitusti, lue lisää takasivulta.

LAUTTIS

dipoint.fi

**DIPPOINT®**  
LAUTTIS, LAUTTASAARI



dipoint.fi

## KESKIPISTEENÄ LAUTTIS

*Kauppakeskus Lauttis sijaitsee Lauttasaaren keskeisimmällä paikalla metroaseman yhteydessä. Tiloissa toimii mm. kaksi supermarketia, Alko, ravintoloita ja kahviloita sekä erikoisliikkeitä.*

*Kauppakeskus sijaitsee yhdellä Helsingin ostovoimaisimmista alueista. Väestönkasvu tulevina vuosina kasvattaa entisestään alueen ostovoimaa ja takaa alueen yrityksille hyvät liiketoiminnan edellytykset.*

*Ostokeskuksen digitaaliset mainospaikat on toteutettu isoilla infonäytöillä ja näyttävillä videoseinillä.*



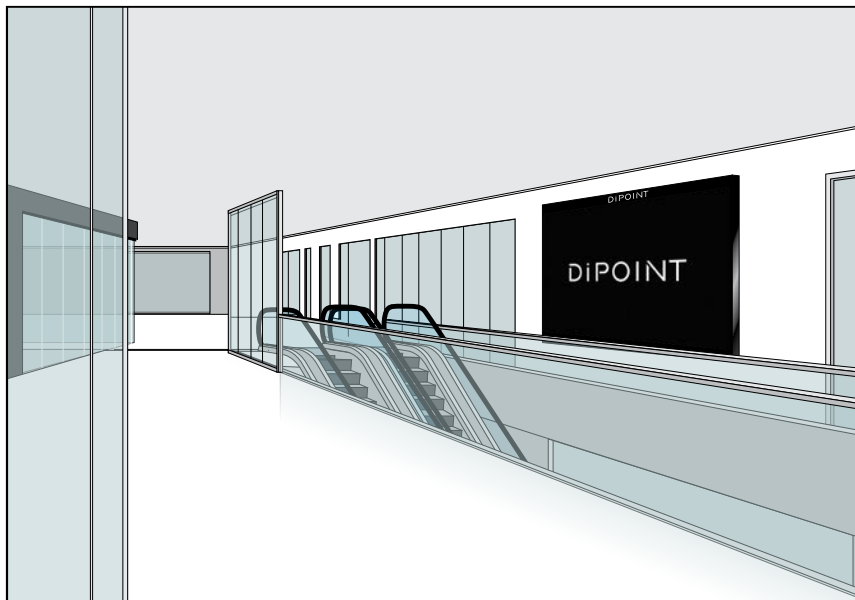
### **NÄKÖALAPIKALLA OIKEAAN AIKAAN**

Digitaalinen mainonta Lauttiksessa tavoittaa potentiaaliset asiakkaasi vilkkaimpien kulkureittien keskellä. Korkeatasoinen kuvanlaatu ja keskeinen sijainti takaavat kampanjan onnistumisen ja tukevat olemassa olevaa brändimarkkinointia.

Digitaalisen mainonnan merkittävin etu on digin mahdollistama monipuolisuus. Aineistoa pystytään ajoittamaan vuorokauden ja viikon eri aikoihin ja mainoksia kohdentamaan eri kuluttajaryhmille. Myös sisältöä voidaan vaihdella taktisesti parhaan tuloksen saavuttamiseksi.

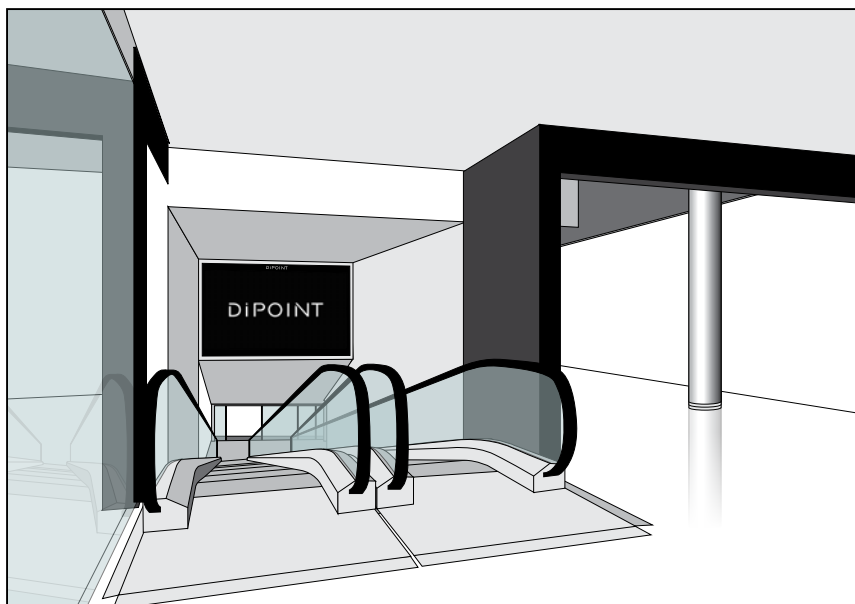
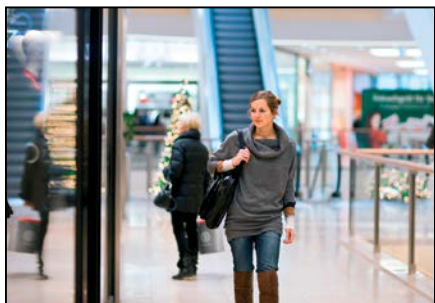
## Torikerros

Katutason 3360 x 1920 mm DiLED® videoseinä torikerroksessa on keskeisellä paikalla pääkäytävän ja marketkerrokseen vievien liukuportaiden päässä.



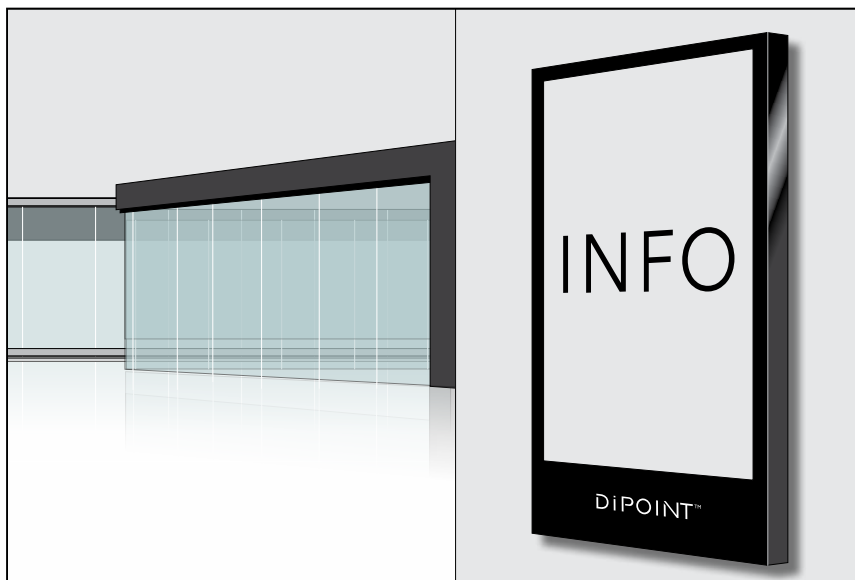
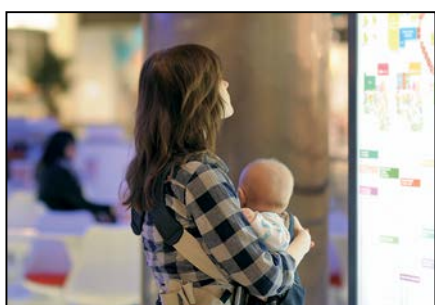
## Marketkerros

2880 x 1440 mm DiLED® videoseinä marketkerroksessa sijoittuu S-marketin ja K-supermarketin välisen promootioalueen ja metron johtavien liukuportaiden välittömään läheisyyteen.



## Kosketusnäytöt

Kauppakeskuksen 800 x 1430 mm 65" infonäytöt kosketustekniikalla (yhteensä 5 kpl) opastavat sekä toimivat näkyvillä paikoilla hyvin erottuvina mainosmedioina.



# Tutkimustietoa

Kohderymänä 20–40 -vuotiaat kauppakeskuksessa lähinnä kulutustavaraostoksilla käyvät, miehet ja naiset. Mainosvälineinä digitaaliset näytöt, promootiopaikka sekä ulkoseinämainos.

**”Naiset etsivät miehiä enemmän tietoa mainoksista ja promootioista kauppakeskuksissa ostopäätöksensä tueksi.”**

**38,6 %** vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä siitä, että tuotetta tai palvelua ostettaessa saattoi **muistaa nähneensä mainoksen** kauppakeskuksessa kyseisestä tuotteesta tai palvelusta.

Mainos tai promootio sai vastaajista **35,8 % kiinnostumaan** mainostettavasta tuotteesta tai palvelusta.

**21,4 %** vastaajista osti tuotteen tai palvelun pelkän kauppakeskuksessa olleen mainoksen perusteella.

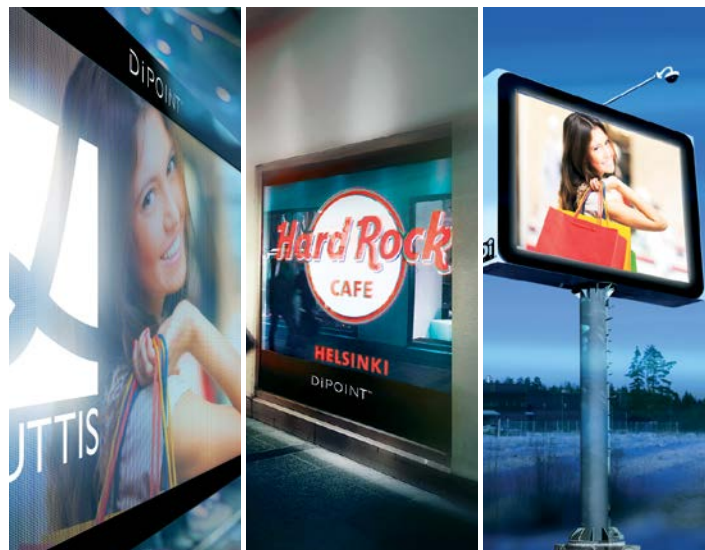
Tuotteita olivat muun muassa vaatteet, asusteet ja elintarvikkeet sekä ravintola- ja kahvilapalvelut.

**61,4 %** vastaajista oli jokseenkin tai täysin samaa mieltä siitä, että **tekee heräteostoja kauppakeskuksessa käydessään.**

Lähde:

Satu Strander, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu 2011

Ulkomainonta Kampin kauppakeskuksessa ja sen vaikutus kuluttajan ostokäyttäytymiseen



## DiPOINT®

**Myynti ja asiakaspalvelu**

Arkisin ma - pe klo 9 - 17

puhelin 044 300 4915

asiakaspalvelu@dipoint.fi

**Postiosoite/ Showroom**

Läpimurto Oy  
CO / DiPOINT®

Sahaajankatu 1 A  
00880 Helsinki, Finland

dipoint.fi