



Boka reklam hos TV4

Bestäm var, när och till vem som du vill rikta reklamen mot och låt ditt varumärke associeras med programinnehåll som berör och engagerar.

Allt i en samlad plattform. För alla.

TV4 Media Manager

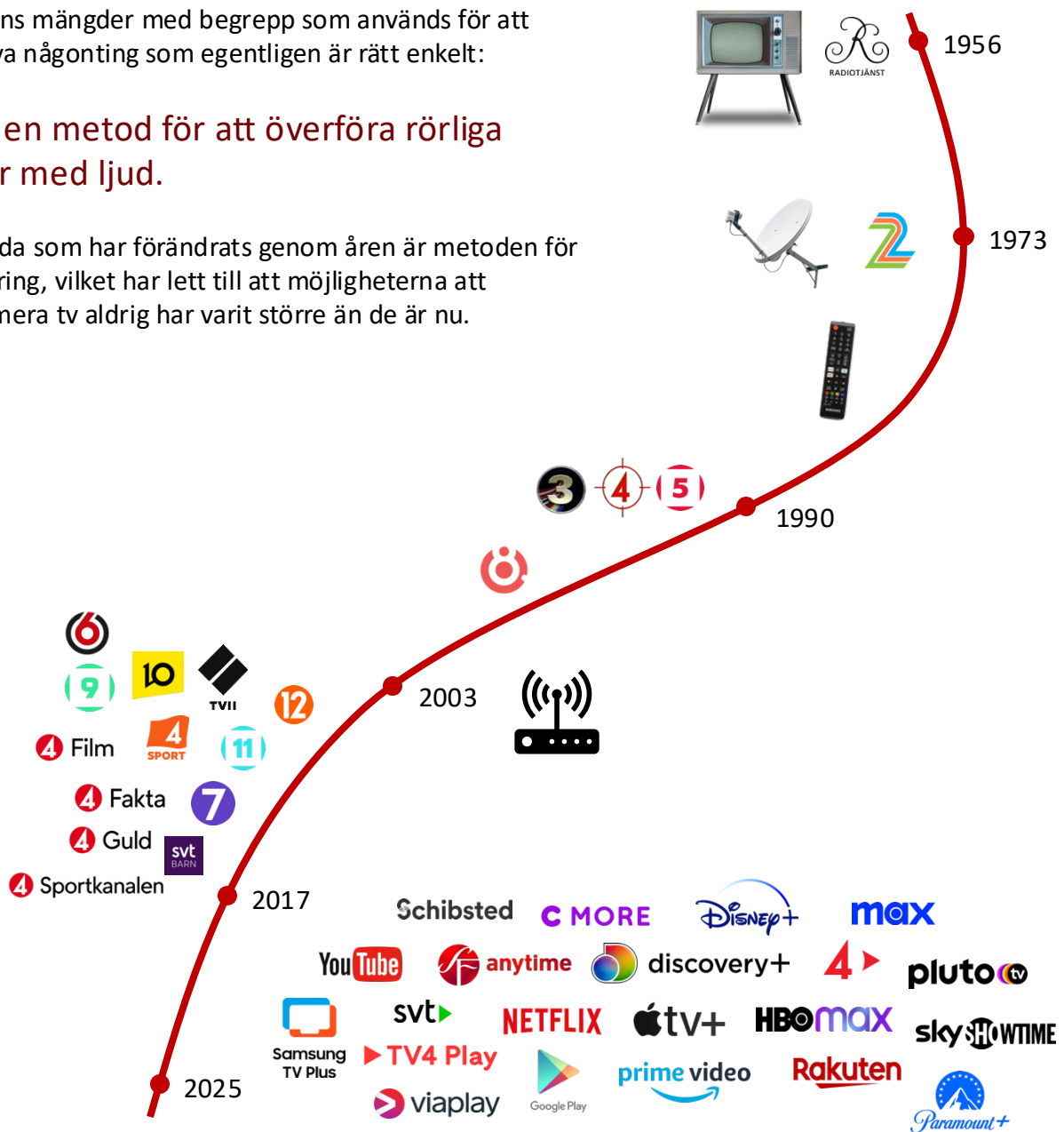


Vad är tv egentligen?

Det finns mängder med begrepp som används för att beskriva någonting som egentligen är rätt enkelt:

Tv är en metod för att överföra rörliga bilder med ljud.

Det enda som har förändrats genom åren är metoden för överföring, vilket har lett till att möjligheterna att konsumera tv aldrig har varit större än de är nu.



Styrkan i bild och ljud

Genom att kombinera visuella och auditiva element förmedlar tv effektivt budskap och fångar tittarens uppmärksamhet på ett unikt sätt.



Visuella element

Visuella element som färger, personer och rörliga bilder spelar en avgörande roll för att fånga och behålla tittarens uppmärksamhet.



Auditiva inslag

Auditiva element som musik, tal och ljudeffekter bidrar till att förstärka budskapet och skapa en minnesvärd upplevelse för mottagaren.



Emotionell koppling

Engagerande innehåll stimulerar känslor och bygger en starkare koppling mellan tittaren och varumärket.

Med reklam i tv kan du...

- nå alla potentiella kunder
- öka din försäljning – både på kort och lång sikt
- stärka varumärket
- öka trovärdigheten
- skapa synergieffekter

Därför är tv ett bra val

Nå alla potentiella kunder

För att växa som varumärke behöver så många människor som möjligt nås av dina kampanjer – både befintliga kunder och de som ännu inte är kunder.

Varje dag tittar nio av tio svenskar på tv i någon form, och tv står för hela 12 timmar av den samlade mediekonsumtionen per vecka. Att annonsera i tv är därför ett mycket effektivt sätt att nå många människor på kort tid – och dessutom på ett kostnadseffektivt sätt.

Engagerande budskap

Med kraften i både visuella och auditiva element förmedlar tv ditt budskap på ett sätt som effektivt fångar målgruppens uppmärksamhet – på ett sätt som inget annat medie gör.

Studier visar dessutom att företag som annonserar i tv uppfattas som mer trovärdiga av konsumenter, vilket ger en unik varumärkesbyggande effekt.

Öka försäljningen

Det är bevisat att tv-reklam bidrar starkt till ökad försäljning, och det med hög kostnadseffektivitet. Dessutom har tv den starkaste multiplikatoreffekten av alla medier: reklam i tv förstärker effekten av andra medieinsatser med i genomsnitt 28 procent.

Tv ger över 5x avkastning på lång sikt – och nästan 2x avkastning på kort sikt.

Tv står för 34 % av de långsiktiga affärseffekterna.



TV4 – det rätta valet

Varje vecka når TV4 nästan 60 procent av befolkningen. Det motsvarar över 6 miljoner människor och de är inte bara många, de tittar även länge. TV4 står för mer än 30 procent av den totala tv-konsumtionen varje vecka.

Nå din målgrupp på stor skärm

Via reklam i TV4 når du tittarna på stor skärm. Över 90 procent av alla som tittar på TV4 gör det på stor skärm och av alla människor som konsumerar tv på stor skärm är TV4:s andel nästan 30 procent. Det är över fem gånger så hög andel som både Netflix och YouTube.

Här får din reklam uppmärksamhet

Alla tittar inte på reklam, varken på TV4 eller på andra plattformar. Men mätningar visar att åtta av tio TV4-tittare faktiskt tittar på någon del av reklamen under en reklampaus. Dessutom får 95 procent av annonserna på TV4 minst fem sekunders fokuserad uppmärksamhet.

Hos andra aktörer, som till exempel Meta och TikTok, konsumeras cirka 90 procent av annonserna under 0,5 sekunder – vilket inte ens räknas som en riktig annonsvisning.

Hög uppmärksamhet ger högre reklameffekt. Välj därför en mediepartner som ger din reklamfilm rätt förutsättningar att lyckas!

TV4 samlar Sverige

Med ett brett utbud av drama, nyheter, underhållning och sport attraherar TV4 en mångsidig publik. Det gör kanalen till en utmärkt plattform för att nå hela din målgrupp - och alla potentiella kunder - med dina annonser.

TV4-tittaren är engagerad och har tilltro

På TV4 når du publiken när de är som mest mottagliga för att ta till sig, förstå och minnas ditt budskap. Enligt neurovetenskapliga studier befinner sig sju av tio personer i rätt sinnessällstånd när de ser annonser på TV4.

TV4 har högt förtroende

Av alla kommersiella rörliga medier har TV4 högst förtroende. 36 procent av alla svenskar säger att de har ett stort förtroende för TV4.

Trovärdighet och transparens

Som annonsör ska du alltid veta vad du får när du köper reklam i TV4. Därför används tredjepartslösningar för att mäta våra leveranser – något som skiljer oss från många andra, särskilt stora internationella bolag.

Det finns också ett värde i att annonsera i lokala medier. Genom TV4:s starka publicistiska och oberoende verksamhet investerar vi i demokratin och bidrar till ett hållbart samhälle – bland annat genom att beskatta alla intäkter i Sverige.

TV4 har...

- över 6 miljoner tittare varje vecka
- ett brett utbud – något för alla
- hög uppmärksamhet och engagemang
- högst förtroende av alla kommersiella tv-tjänster
- 78 % reklamuppmärksamhet



Kampanjtyper

TV4 Media Manager erbjuder produkter ur hela TV4:s annonsmiljö. Allt från kombinationer av digitala och linjära reklamprodukter för maximal räckvidd över alla kanaler och tjänster, till rena digitala kampanjer på exempelvis TV4 Play med mängder av styrningsmöjligheter, samt klassiska tv- eller sponsorskapskampanjer.

Priset på en kampanj justeras i förhållande till vald period och alla kampanjer kommer med full leveransgaranti*. Det betyder att om något oförutsett händer och TV4 inte kan leverera kampanjen som tänkt får du som annonsör pengar tillbaka motsvarande det värde som inte har levererats.

Priserna är alltid uppdaterade i TV4 Media Manager och baseras på kampanjperiod och filmlängd. Priserna uttrycks i CPT, vilket innebär kostnaden för 1 000 reklamkontakter i den givna målgruppen.

1. Launch & Sales Promotion

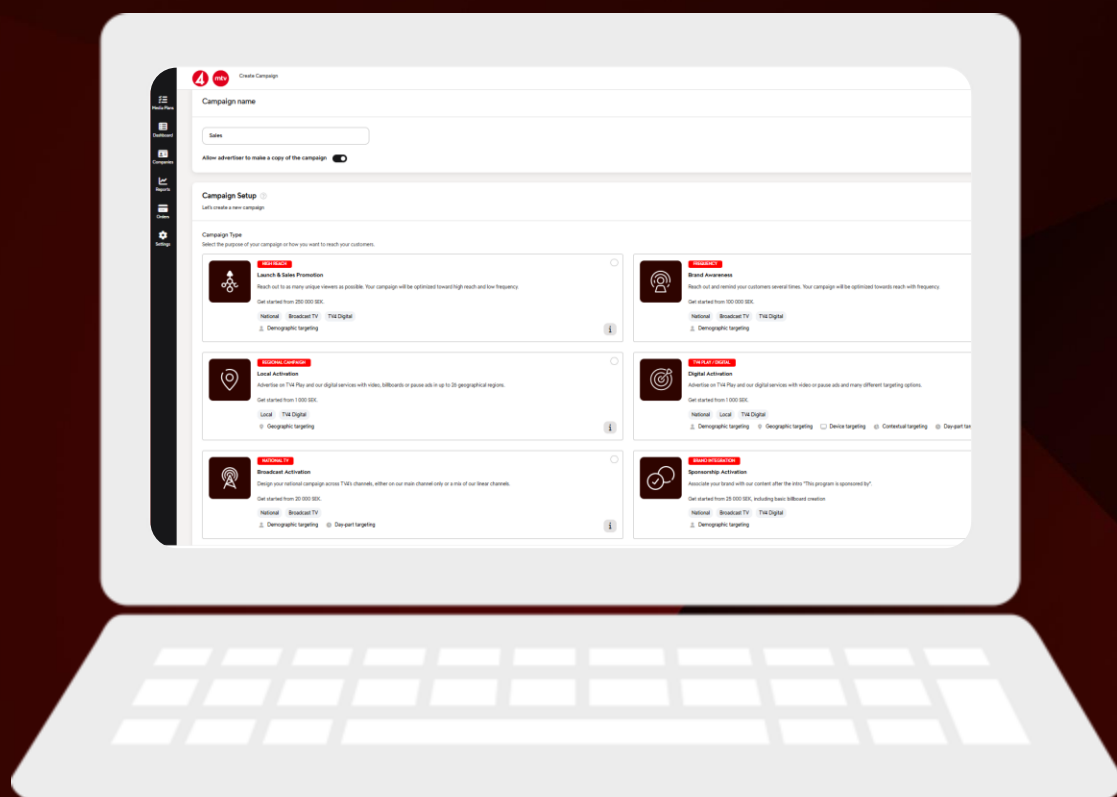
2. Brand Awareness

3. Local Activation

4. Digital Activation

5. Broadcast Activation

6. Sponsorship Activation



*Full leveransgaranti innebär att du som annonsör får pengar tillbaka om vi inte lyckas leverera kampanjen till fullo. Dock kräver det en kampanjperiod om minst två veckor. Vid kortare kampanjer (mindre än fjorton dagar) kommer vi göra vårt bästa för att leverera din kampanj som planerat men om något oförutsett händer så gäller inte full leveransgaranti. För fullständiga villkor se TV4:s allmänna villkor.



1. Launch & Sales Promotion

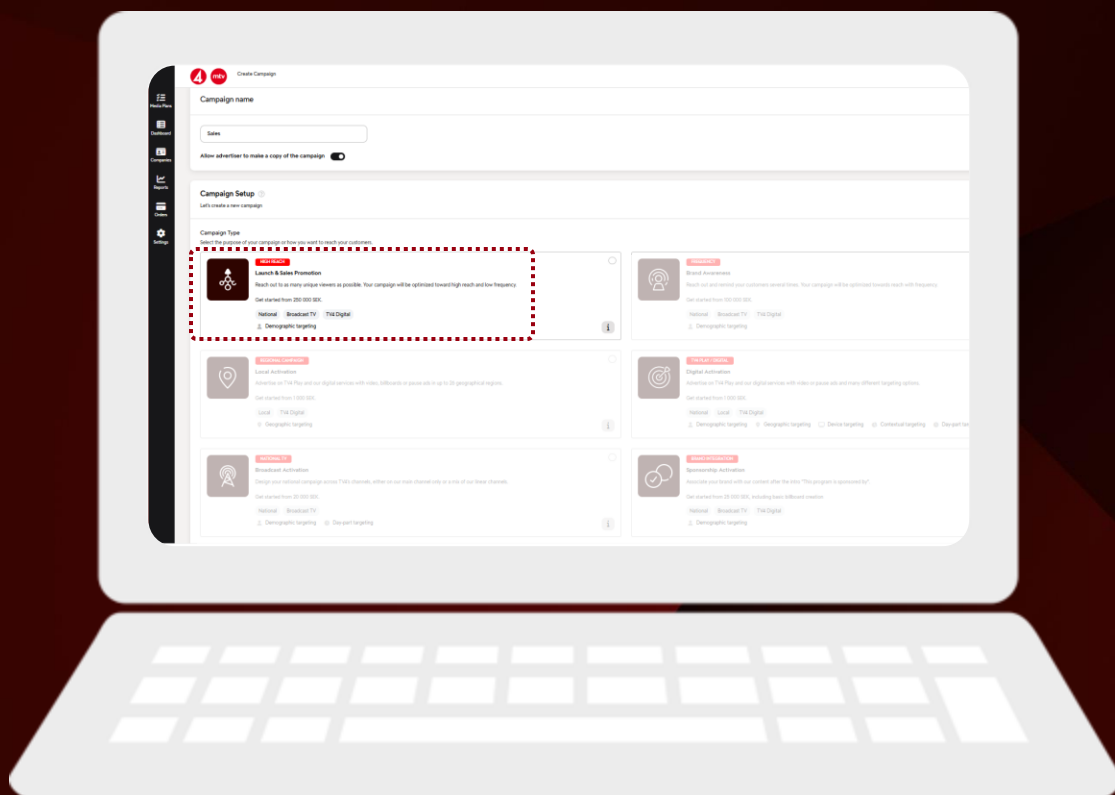
Maximera räckvidd med reklam i alla kanaler och tjänster

Kampanjen distribueras över samtliga TV4:s kanaler och tjänster. En hög andel TV4 och TV4 Play ger maximal räckvidd, och en mindre andel i Sjuan, TV12, TV4 Fakta, TV4 Film, TV4 Guld och Sportkanalen adderar unik räckvidd till kampanjen utan att bygga alltför mycket frekvens.

Andelen per kanal skiljer sig beroende på vilken målgrupp du väljer för att maximera räckvidd där tittarna finns.

Passar för lanseringar, erbjudanden och kortare kampanjer när du snabbt behöver nå ut med ett budskap till så många som möjligt.

Materialleverans: sker genom filmkod.





2. Brand Awareness

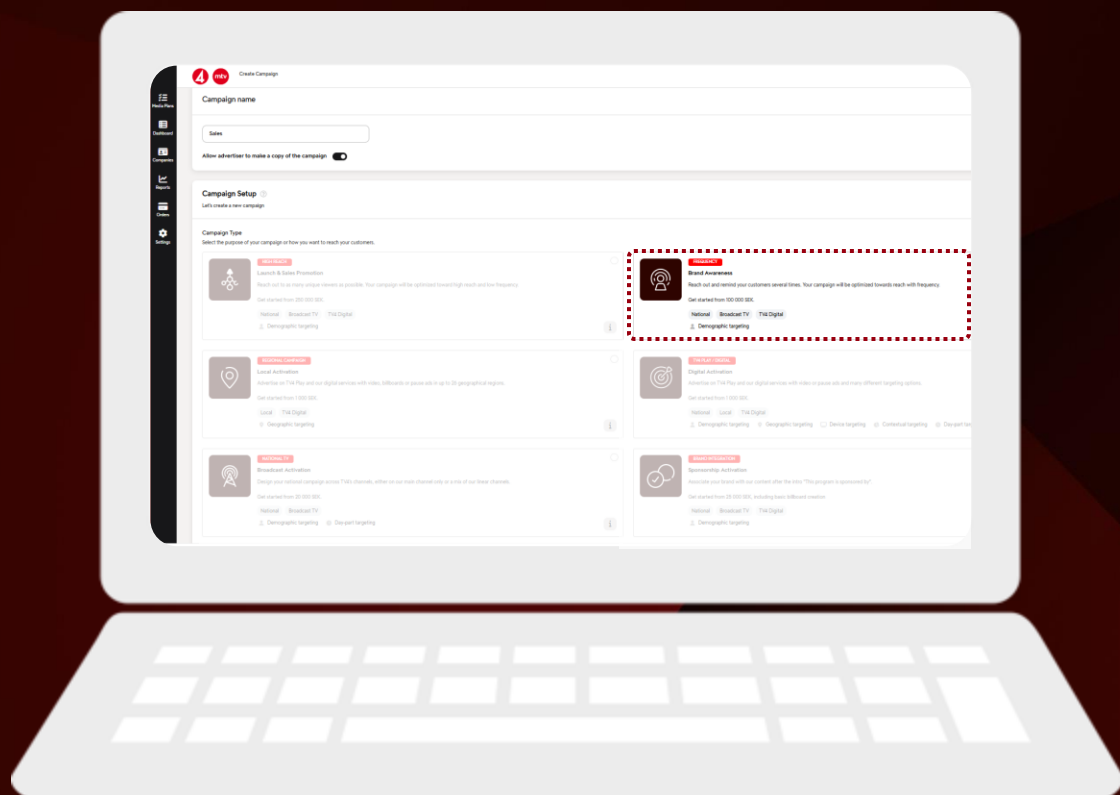
Samtliga kanaler och tjänster men med högre frekvens än Launch & Sales Promotion

Kampanjen distribueras över samtliga TV4:s kanaler och tjänster. I den här produkten fördelas fortfarande en majoritet av kontakterna i TV4 och TV4 Play, men med en något högre andel i Sjuan, TV12, TV4 Fakta, TV4 Film, TV4 Guld och Sportkanalen, vilket ger något lägre räckvidd och något högre frekvens.

Andelen per kanal skiljer sig beroende på vilken målgrupp du väljer för att få ut maximal kampanjprestanda per målgrupp.

Passar för längre varumärkesbyggande kampanjer när du vill påminna tittare flera gånger om ditt budskap.

Materialleverans: sker genom filmkod.



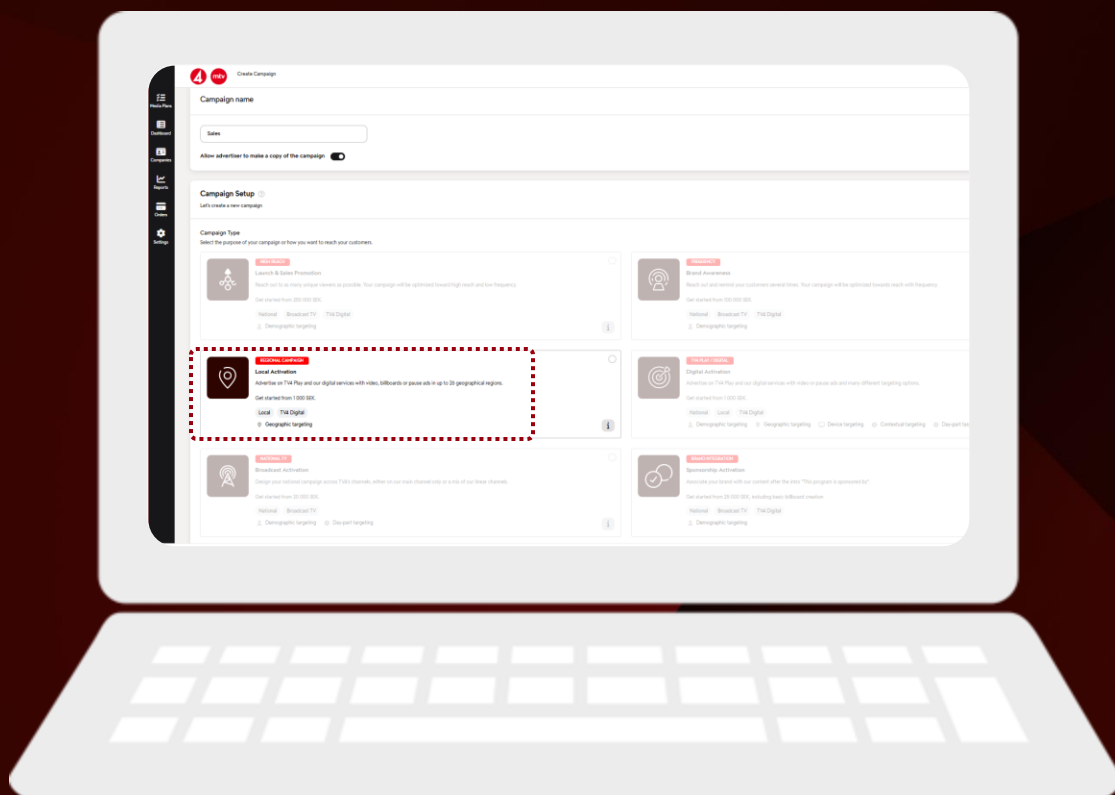


3. Local Activation

TV4:s lokala digitala erbjudande samlat på en plats

Lokalt erbjuder TV4 möjligheten att nå kunder med hjälp av geografiska styrningar. Du väljer själv vilka av de 26 områdena som du vill synas i - antingen med hjälp av en reklamfilm, pausreklam eller digital RBS-sponsring där varumärket syns i olika programformat i TV4:s digitala miljö.

Materialleverans: sker genom filmkod eller VAST-länk för video och genom stillbildsmaterial till pausreklam. Tredjepartstracking och klick-URL:er är möjliga att addera. Vid RBS-sponsorskap sker materialleverans genom filmkod där TV4 genererar materialet. Materialet går att återanvända i kommande kampanjer.





4. Digital Activation

Digital reklam med många styrningsmöjligheter

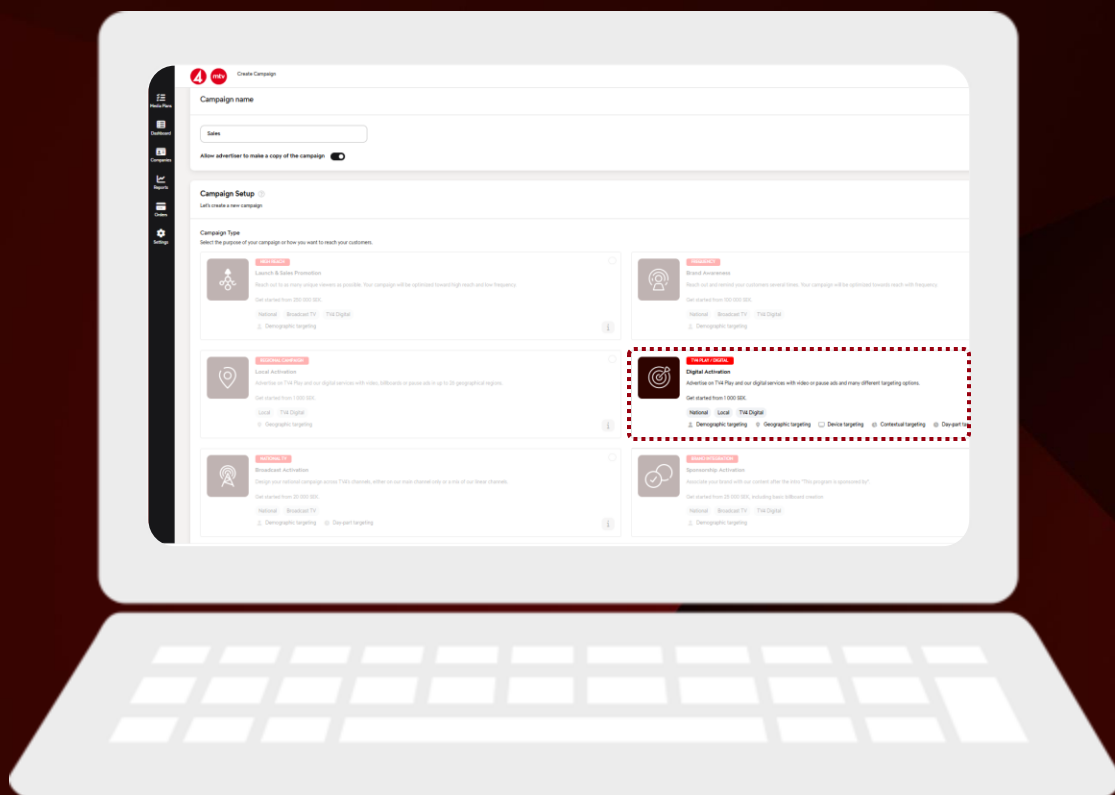
Digital reklam distribuerad i TV4 Play och i TV4:s innehåll hos operatörstjänsterna, till exempel Telia Play, Tele2 Play och Allente. Du kan köpa digital reklam på två sätt:

- **Video** - rörligt reklamfilmsmaterial mellan 5-30 sekunder.
- **Pausreklam** - en displayannons som syns när en användare pausar innehåll.

Till skillnad från linjär-tv har den digitala reklamen nästan oändliga styrningsmöjligheter där priset regleras i förhållande till hur snävt reklamen styrs. Exempel på styrningsmöjligheter är regioner, målgrupper, kontexter, tid på dagen och enhet (stor skärm, mobil etc.).

En styrning i en digital kontext innebär större säkerhet för att träffa just den målgruppen, även om det inte är något som TV4 kan garantera. Räckvidden är generellt lägre i det enbart digitala ekosystemet jämfört med TV4 linjärt plus digitalt, men eftersom det går att styra kampanjen mot en mycket snäv målgrupp går det att generera en stark träff procentuellt i en liten målgrupp.

Materialleverans: sker genom filmkod eller VAST-länk för video och genom stillbildsmaterial till pausreklam. Tredjepartstracking och klick-URL:er är möjliga att addera.





5. Broadcast Activation

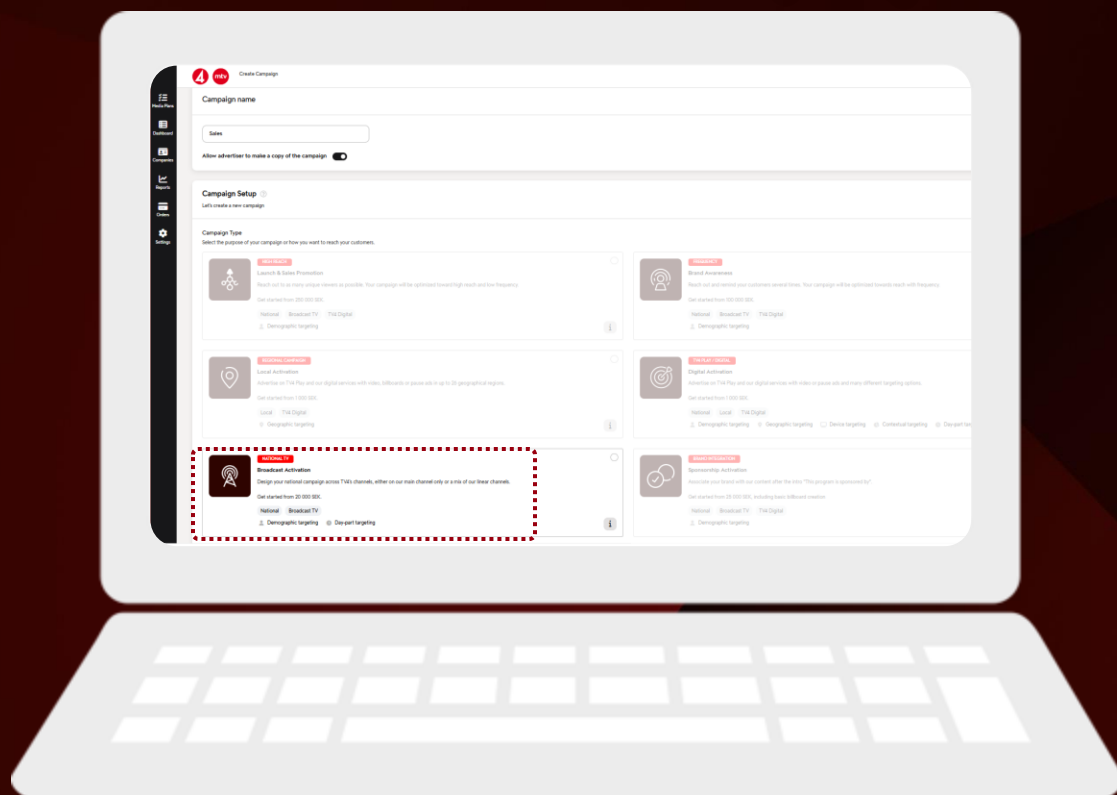
Linjär tv-reklam i olika paket och målgrupper

Linjär tv-reklam som går att boka enbart i TV4:s huvudkanal eller i paket med alla kanaler. RBS Large innehåller en majoritet i TV4 och cirka 35 procent av kontakterna i TV4:s nischkanaler Sjuan, TV12, TV4 Fakta, TV4 Guld, TV4 Film och Sportkanalen.

Tillgängliga valmöjligheter är målgrupp och del av dagen där det går att välja mellan off prime (23.30-18.00) eller prime time (18.00-23.30).

Tänk på att målgruppsval i traditionell linjär-tv bara innebär att det är i den målgruppen som du betalar för kontakterna. En del kontakter genereras alltid utanför den valda och köpta målgruppen.

Materialleverans: sker genom filmkod.





6. Sponsorship Activation

”Programmet presenteras av...” i nationell linjär-tv eller nationellt digitalt

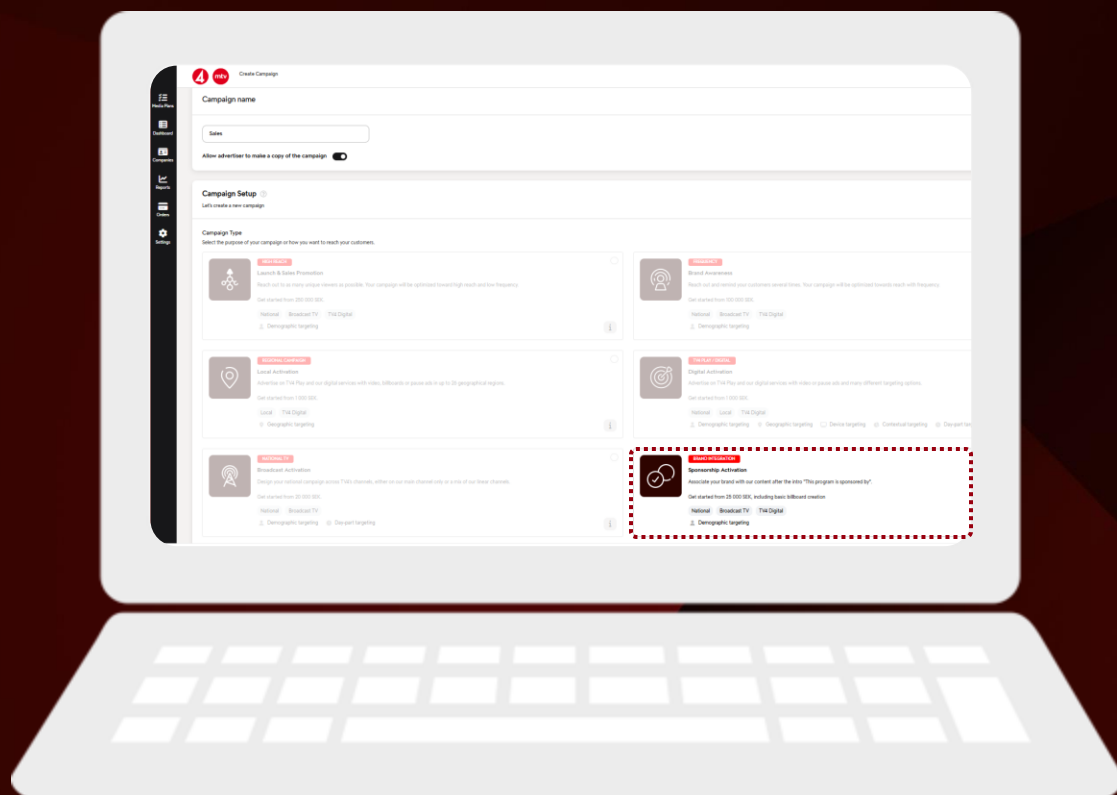
RBS-sponsorskap innebär att TV4, i samråd med annonsören, skapar ett kreativt material som distribueras över TV4:s programinnehåll. Materialet är fem sekunder långt och får inte innehålla säljfrämjande budskap.

Sponsorskap är kostnadseffektivt och genererar hög räckvidd eftersom billboarden ligger närmast programinnehållet. På linjär-tv syns sponsorskapet under hela dagen, i vädersändningar under Nyhetsmorgon och Nyhetsdagen samt i många populära format på kvällstid. Upp till tre sponsorer syns per break. Digitalt syns sponsorskapet i VOD-miljö i TV4:s format. I den digitala produkten är du som sponsor ensam i breaket eftersom TV4 bara har en sponsor per break.

De allra största underhållningsprogrammen är oftast inte med i RBS-sponsorskapet utan säljs separat. Lokal digital RBS-sponsring köps via Local Activation i Media Manager.

I priset för en kampanj ingår enklare billboardproduktion.

Materialleverans: sker genom filmkod där TV4 genererar materialet. Materialet går att återanvända i kommande kampanjer.



Materialleverans

Reklamfilm

För reklamfilmer behövs en så kallad filmkod för att TV4 ska kunna distribuera den. Filmkoden skapas genom att ladda upp reklamfilmen i antingen Cape.io eller XR Extreme Reach, som ser till att filmen uppfyller de tekniska krav som krävs för att kunna visas. De hjälper även till att leverera reklamfilmen till TV4 efter att du har skrivit in filmkoden i TV4 Media Manager. Digitala reklamfilmer kan även levereras via VAST-länk.

För mer information besök:

www.cape.io

www.xr.global

RBS-sponsorskaper

TV4 kontakter dig och hjälper till med billboardproduktionen, vilket ingår i kampanjpriset. Din sponsorskapsfilm finns sedan tillgänglig och kan återanvändas för kommande kampanjer under "Creative Library" i TV4 Media Manager.

Pausreklam

En pausreklam är en stillbild som syns i helskärm när användaren pausar ett program på TV4 Play. Det är ett förhållandevis lätt sätt att annonsera i en miljö med rörlig bild utan att behöva producera en hel reklamfilm. I TV4 Media Manager kan du välja att antingen ladda upp en färdig pausreklam, alternativt skapa en från grunden inne i verktyget.

Tekniska specifikationer och mer information:

<https://commercial.tv4.se/globalassets/media-manager/material-spec.pdf>



Vad påverkar priset?

Säsongindex och filmlängd

Priset påverkas av när på året kampanjen är planerad att gå, samt vilken filmlängd kampanjen har. Nedan ser du hur priset varierar beroende på kampanjens tidpunkt under året och vald filmlängd.

För mer information, besök <https://commercial.tv4.se/media-manager-faq>

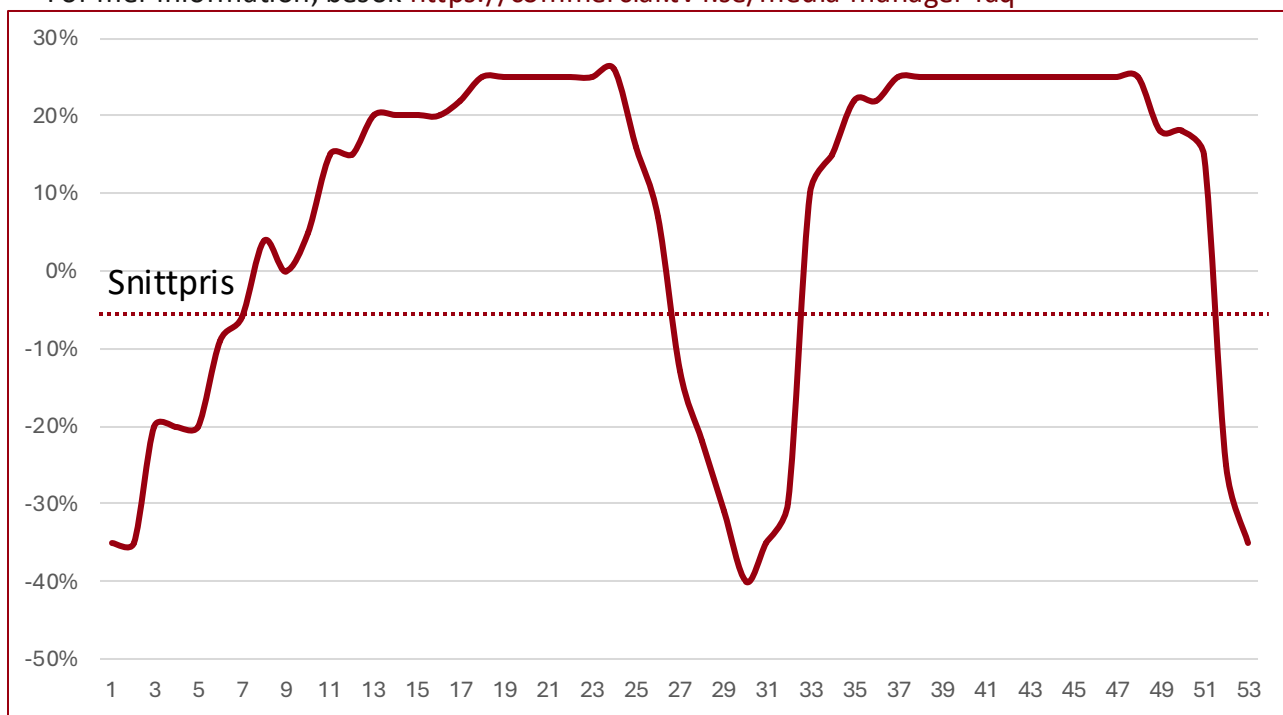


Fig. 1 Säsongspåverkan av kampanjpriset

Sekunder	Index
5-6	60
10	100
15	100
20	100
25	150
30	150

Fig. 2 Pris per filmlängd

