





AI DIGITAALISESSA MARKKINOINNISSA JA ANALYTIKASSA

Miten AI muuttaa matkailua
Visit Finland 7.11.2024





PETRI “PETE” MERTANEN

- **Tradenomi (Markkinointi)**, Johtamisen erikoisammattitutkinto (JET), koneoppiminen (ML) ja tekoäly (AI)
- Aloitin **Web-analytiikan** 2005
- Perustaja & **Markkinoinnin analytiikan** hands-on konsultti Mertanen Analytics Oy
- **Puhuja**, kouluttaja, kirjoittaja, analyytikko
- IAB Finlandin **Datatyöryhmän** puheenjohtaja







LOOKOUT Ticket

Entrance ticket for A'DAM LOOKOUT. Select your swing ticket in the next step.

From
~~€ 18.50~~
€ 16.50



LOOKOUT + Thrill (Swing + Amsterdam VR Ride)

Entrance ticket including a ticket for the swing and a ticket for the Amsterdam VR Ride.
Suitable from 1.20 meters

From
~~€ 33.50~~
€ 27.50



LOOKOUT + Drink

Entrance ticket including one drink in the panorama restaurant or at the rooftop bar.
Choice of coffee, tea, Heineken beer, house wine or soft drinks.

From
~~€ 22.00~~
€ 20.00



COMBI TICKETS



LOOKOUT + Thrill

* € 21.⁵⁰

LOOKOUT + Swing + Amsterdam VR Ride



LOOKOUT + Drinks

* € 20

LOOKOUT + 2 drinks (coffee, tea, soda, wine or beer)



LOOKOUT + Menu

€ 29.⁵⁰

LOOKOUT + 1 drink + 1 dish
(beef burger, veggie burger or fish & chips)



LOOKOUT + 360° Lunch

€ 39.⁵⁰

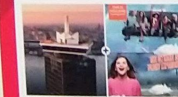
LOOKOUT + 2 course lunch at revolving Restaurant Moon



LOOKOUT + 360° Dinner

€ 49.⁵⁰

LOOKOUT + 3 course dinner at revolving Restaurant Moon



LOOKOUT + This is Holland

Adult

€ 25

Kids

(4-12 yrs. / min. height 1.20m)

€ 12.⁵⁰

* € 2 online discount via www.adamlookout.com/tickets



CARDS ONLY



BUY YOUR TICKETS







Hello,
I'm







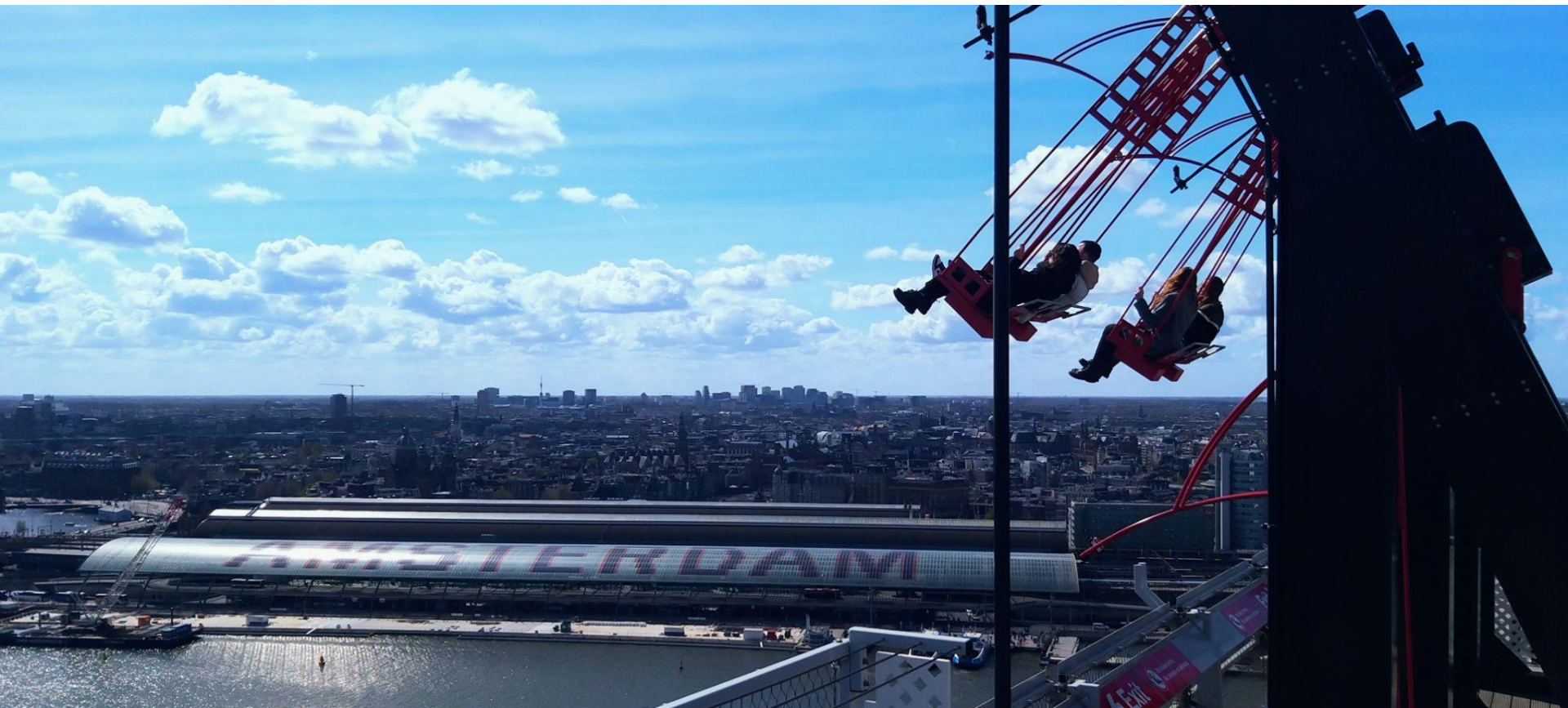
GET YOUR GOPHOTO
PASS READY

EMPTY POCKETS!

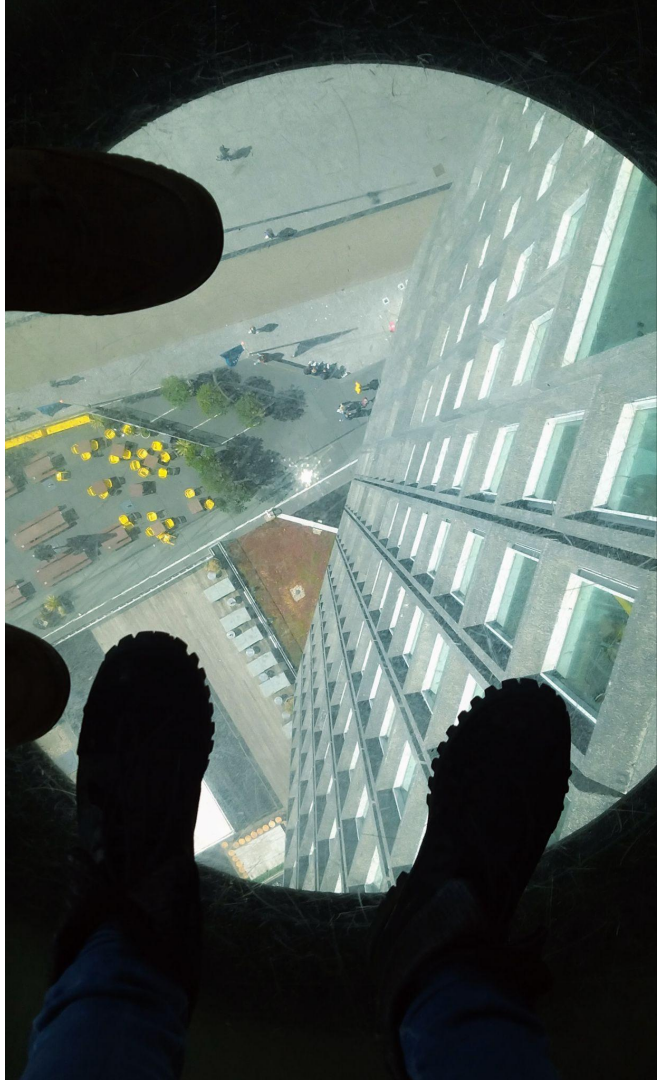
CLEAR SWING PLATFORM
AT ALL TIMES

ENJOY THE RIDE!











View your photos and/or video
adamlookout.com/photo

YOUR PHOTO CODE

ZE VWXE

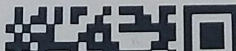
USE THIS QR CODE TO VIEW AND
BUY YOUR PRINTED PHOTOS IN THE SHOP



A SERVICE OF **GOPHOTO**

1024185

A SERVICE OF **GOPHOTO**





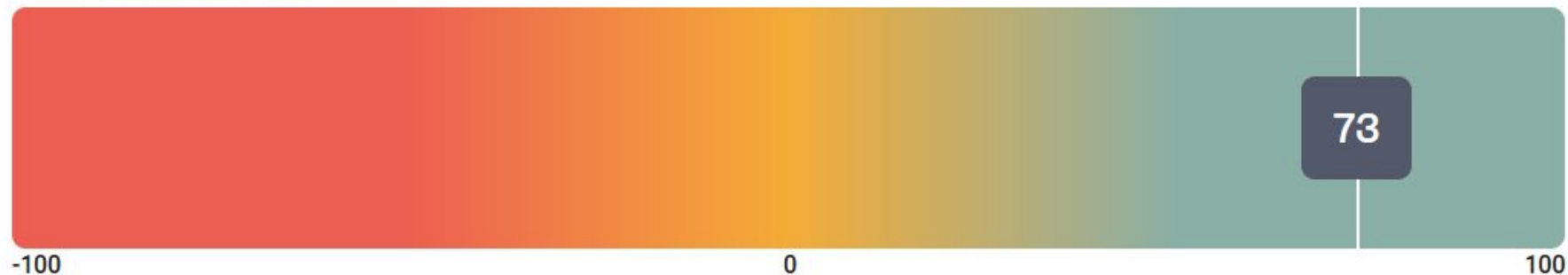
LOOKOUT

360° Amsterdam + Sensational Swing

Show results for

😊 Kuinka todennäköisesti suosittelisit meitä ystävällesi tai kollegallesi? ▼

OverallNet Promoter Score®:





MARKETING
IS
NOT
SCIENCE



Markkinointi tänään

- Markkinointi perustuu nykyään hyvin pitkälle **tieteeseen**, erityisesti **data-analytiikan**, käyttäytymispsykologian ja **taloustieteen** aloilla.
 - **Tilastolliset mallit**, koneoppiminen ja **tekoäly**
 - Kokeilut ja **A/B testaus**
 - **Käyttäytymistiede** ja **psykologia**
 - Jatkuva **oppiminen** ja **optimointi**
 - **Ennakoiva** ja ennustava analytiikka

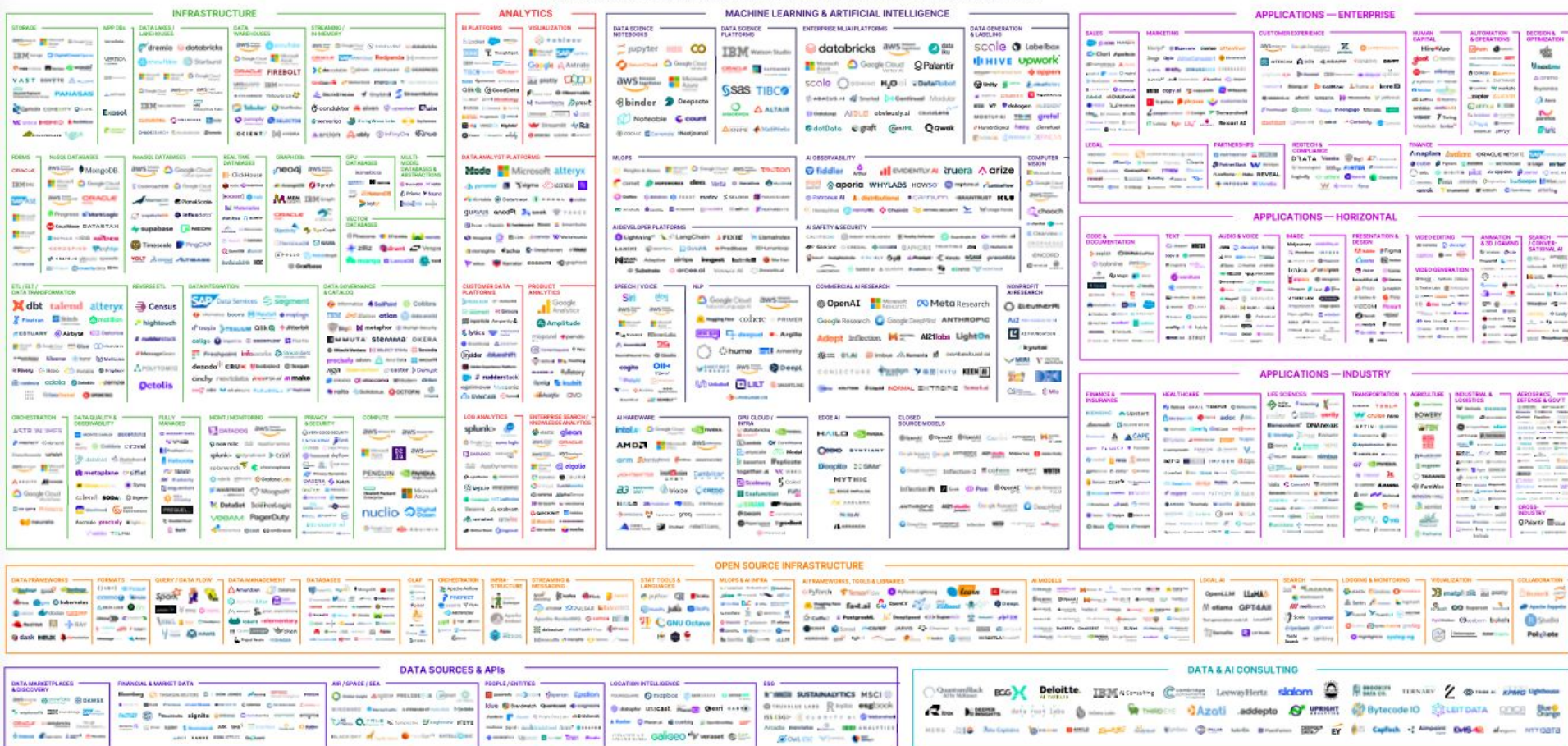


Kompleksisuus

Markkinointi on nykyään monimutkaisempaa kuin koskaan ennen. Käsittelemme siiloutunutta dataa, monikanavaista asiakaskäyttäytymistä ja käytämme vanhentuneita attribuutiomalleja.



THE 2024 MAD (MACHINE LEARNING, ARTIFICIAL INTELLIGENCE & DATA) LANDSCAPE

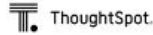


<https://mad.firstmark.com/>

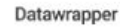
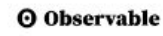


Analytics

BI Platforms



Visualization





Miten tekoäly voi auttaa markkinoinnissa?

- AI on jo osana useissa **markkinoinnin tehtävissä**:
 - Suunnittelu, **tuotteistus**

Voitko auttaa meidän Analytics as a Service palvelutuotteen kehittämisessä? Tällä hetkellä tuotesivu löytyy osoitteesta: <https://www.mertanen.info/analytiikkapalvelut/analytics-as-a-service/>
Mikä on palvelutuotteen keskeinen ongelma, jonka se ratkaisee?



Totta kai, voin auttaa palvelutuotteen kehittämisessä.

"Analytics as a Service" -palvelun keskeinen ongelma, jonka se ratkaisee, liittyy analytiikan hallintaan ja sen hyödyntämiseen ilman tarvetta asiakasorganisaation sisäiselle asiantuntijuudelle tai suurille investoinneille. Monilla yrityksillä ei ole resursseja tai osaamista rakentaa ja ylläpitää omaa analytiikkatiimiä, mutta ne haluavat kuitenkin hyödyntää datan tuomia liiketoimintahyötyjä.

Palvelu vastaa tähän tarpeeseen tarjoamalla joustavan tavan ulkoistaa koko analytiikkaprosessi asiantuntijoille. Yritykset saavat käyttöönsä kattavan analytiikkaosaamisen ja jatkuvan seurannan ilman, että niiden täytyy huolehtia teknisistä yksityiskohdista, analyysien tulkitsemisesta tai työkalujen ylläpidosta.



Message ChatGPT



✕ Markkinoinnin Analysointi Puhe

Monilla yrityksillä markkinoinnin dataa ei analysoida oikein, mikä johtaa vääriin päätöksiin ja tehottomiin panostuksiin. Mertanen Analytics auttaa analysoimaan datan oikein, jotta markkinointi tuottaa parempia tuloksia ja budjetti kohdistuu tehokkaasti. Näin säästät markkinoinnin kustannuksissa ja kasvatat myyntiä dataohjautuvasti.

Otetaan tämä seuraava askel yhdessä ja tehdään markkinoinnistasi mitattavaa, ennustettavaa ja vaikuttavaa. Oletko valmis aloittamaan?





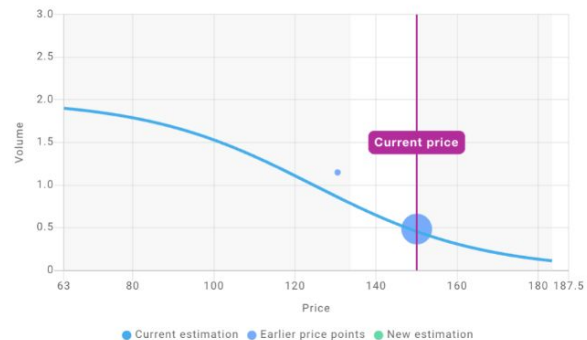


Miten tekoäly voi auttaa markkinoinnissa?

- AI on jo osana useissa **markkinoinnin tehtävissä**:
 - Suunnittelu, **tuotteistus** ja **hinnoittelu**

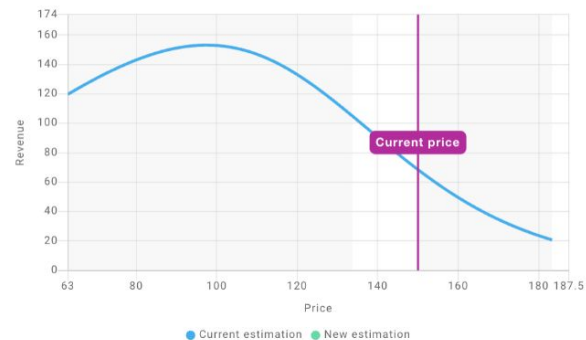
Volume vs. price

Simple forecasting widget



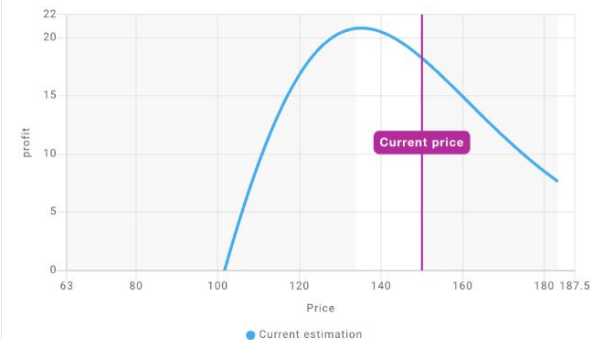
Revenue vs. price

Simple forecasting widget



Profit vs. price

Simple forecasting widget



Sales history

Sales history widget





Miten tekoäly voi auttaa markkinoinnissa?

- AI on jo osana useissa **markkinoinnin tehtävissä**:
 - Yleinen **suunnittelu, tuotteistus ja hinnoittelu**
 - Digitaalisen **mainonnan automatisointi**

WHAT IS AMANDA AI?

The first truly autonomous AI advertising robot

Ready to optimize your digital marketing
far beyond what any human ever can.

[BOOK A DEMO](#)

[READ A CASE STUDY](#)





Miten tekoäly voi auttaa markkinoinnissa?

- AI on jo osana useissa **markkinoinnin tehtävissä**:
 - Yleinen **suunnittelu, tuotteistus ja hinnoittelu**
 - **Digitaalisen mainonnan automatisointi**
 - **Sisällöntuotanto ja hakukoneoptimointi (SEO)**

H1 Analytiikkaa tekoälyn avulla: Tärkeä työkalu datan analysointiin

Yritysmailmassa päätöksenteon nopeus ja tarkkuus ovat ratkaisevan tärkeitä menestyksen kannalta.

Tekoälyn kehittyessä sen rooli liiketoiminnan analytiikassa on kasvanut merkittävästi, tarjoten ennenkokematonta nopeutta ja syvällisyyttä.

Kun tekoäly yhdistetään big datan analysointiin, saavutetaan ylivertainen käsitys asiakaskäyttäytymisestä ja markkinoiden dynamiikasta, mikä varmistaa kilpailuedun säilymisen.

Tekoälyn rooli datan analysoinnissa

Tekoälyn integrointi datan analysointiin on mullistanut perinteisen markkinointitutkimuksen, mahdollistaen ennennäkemättömän tarkat ennusteet ja oivallukset. Tietojenkäsittelykykynsä ansiosta tekoäly voi prosessoida ja analysoida valtavia tietomääriä reaaliajassa, mikä antaa markkinointitoimenpiteiden suunnittelijoille kriittistä informaatiota käyttäytymismalleista, trendeistä ja kuluttajapreferensseistä. Tämä dataohjattu lähestymistapa mahdollistaa strategioiden iteratiivisen kehittämisen ja tarkemman kohdentamisen, varmistuen markkinointitoimenpiteiden suuren vaikuttavuuden ja tehokkuuden.

ai analytiikka eli analytiikkaa tekoälyn avulla

58%

Reach 52% to average competitors



SEO TITLE



H1



SUBHEADINGS



CONTENT LENGTH

Optimised ✓

META DESCRIPTION



INTERNAL LINKS



USE THESE KEYWORDS MORE ?

analytiikka ✓

data ✓

tekoäly ✓

COMPETITOR OVERVIEW

CONSIDER SEMANTIC RICH KEYWORDS ?

prediktivinen

älykäs

big data ✓

koneoppiminen ✓

algoritmit ✓

data-analytiikka



Miten tekoäly voi auttaa markkinoinnissa?

- AI on jo osana useissa **markkinoinnin tehtävissä**:
 - Yleinen suunnittelu, **tuotteistus** ja **hinnoittelu**
 - **Digitaalisen mainonnan automatisointi**
 - **Sisällöntuotanto** ja **hakukoneoptimointi (SEO)**
 - **Chat botit**, joita voi kouluttaa omalla sisällöllä

+358 10 375 0480

hello@mertanen.info



Etusivu Analytiikka ▾ Digimainonta ▾ Kumppanit ▾ Koulutukset ▾

AI-workshop nyt saatav

Tekoäly digitaalisen markkinoinnin ja analytiikan apuna.

Tutustu workshoppiin



Mertanen Analytics Oy

AI vastaa viesteihisi
Tiimimme on käytettävissä

Napsauta tätä antaaksesi yhteystiedot



Moi, kuinka voimme auttaa sinua?

Minkälaisia asiakkaita Mertanen Analytics auttaa?

Kuinka Mertanen Analytics auttaa asiakkaita?

Mikä on viimeisin blogikirjoitus?

Mistä löydän yhteystiedot?

Kirjoita viestisi tähän...



Voimanlähteenä Algomo



Miten tekoäly voi auttaa markkinoinnissa?

- AI on jo osana useissa **markkinoinnin tehtävissä**:
 - Yleinen **suunnittelu, tuotteistus ja hinnoittelu**
 - **Digitaalisen mainonnan automatisointi**
 - **Sisällöntuotanto ja hakukoneoptimointi (SEO)**
 - **Chat botit**, joita voi kouluttaa omalla sisällöllä
 - Apua **ohjelmointiin ja automatisointiin (AI agentit)**
 - **Datan analysointi ja mallinnus**



GA4 data

Prepare

Explore

Predict

Deployments

Reports

Enable Support



+ New chat



Saved charts



Connect Slack Account (Beta)



Custom Instructions



Share



Chat Explore

Explore your data

P

Petri

6:26 pm

Show totalRevenue with line graph from August 1, 2024.



Akkio AI

6:27 pm



Total Revenue Over Time

This line graph shows the total revenue from August 1, 2024, onward.



Regenerate response

Ask a question about your data...

Total Revenue
Over Time

Copy



Download



Edit



Save



Chart

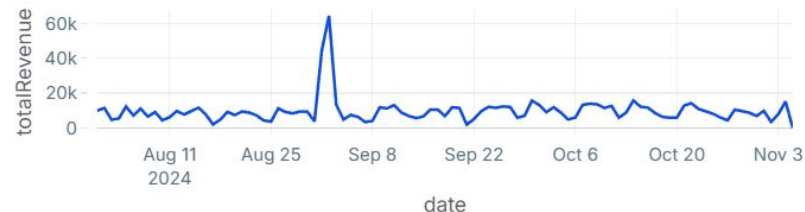


AI Interpretation



Code

This line graph shows the total revenue from August 1, 2024, onward.



Show table ▾

?



GA4 data

Prepare

Explore

Predict

Deployments

Reports

Enable Support



datedeviceCategorysessionCam...

10,350 rows, 8 columns

No transforms applied

Retrain Model

☐ sessions☒ totalRevenue☐ transactions

Target Predicted Data Points

How far the model should try and predict into the future, in terms of data points. Defaults to 30% of the typical series length in the dataset.

7

Aggregate Data Points

Aggregate data points into daily, weekly, or monthly buckets. This can help smooth irregularly spaced data and improve prediction accuracy.

Daily

Aggregation Mode

Choose whether to use the sum of values or the average of values in the bucket.

Sum

Training Mode

Choose how long you would like to train your model

Forecast Column

totalRevenue

NUMBER

[Expand Insights](#)

Forecast

The predictions of the model, compared to the historical data and extrapolated forward.

● Your Data ● Prediction



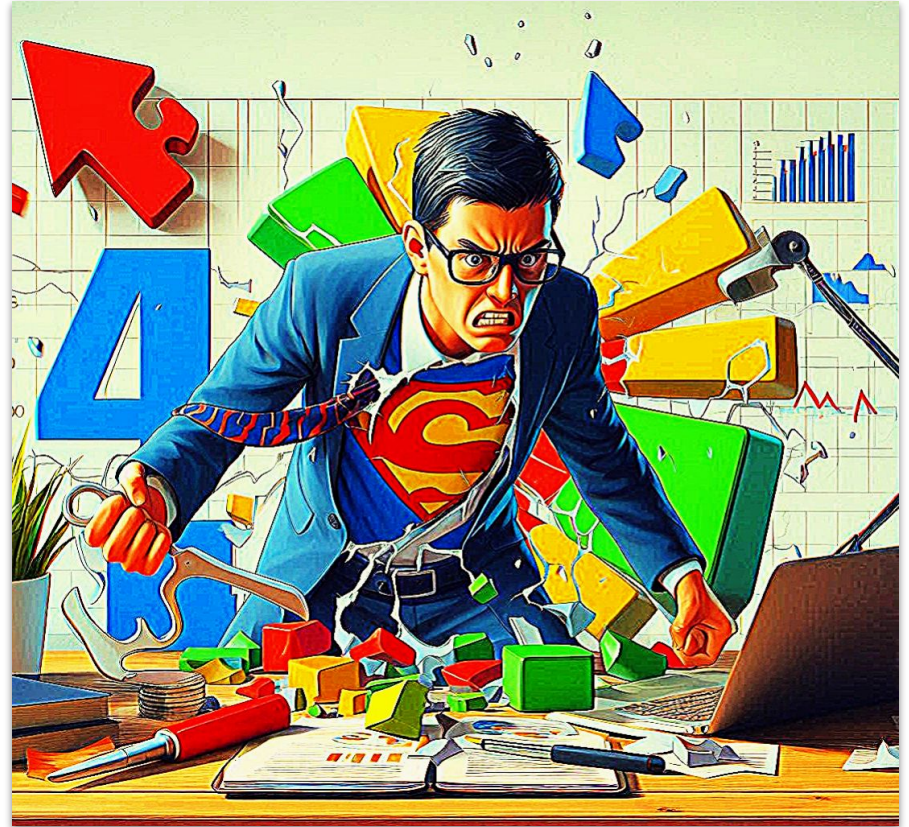
Show Confidence Interval



?



Tarvitsemme
parempia tapoja mitata
markkinointia kuin
perinteisillä työkaluilla,
kuten Google
Analyticsilla.





Yleisiä digitaalisen analytiikan ongelmia

- Datan **pirstoutuminen** - data on siiloissa eri järjestelmissä
- Rajalliset **attribuutiomallit** - viimeinen klikkaus, data-driven
- **Evästepohjainen** seuranta
 - Ei hyväksyntää, **ei seurantaa**
 - Selaimien **kehitys**
 - Incognito, **mainonnan esto** ja mainospetokset
- **Offline-** JA **Online-**kanavien mittaamisen vaikeus



Marketing Mix Modeling (MMM) was first introduced in the 1960s. It was developed as a statistical technique to help marketers quantify the impact of different marketing channels and tactics on sales. The concept of the "marketing mix" — traditionally defined as the 4 Ps (Product, Price, Place, and Promotion) — was popularized by Neil Borden in the 1950s, but it wasn't until the 1960s that companies began using econometric models to measure and optimize these components.

The rise of computing power in the 1970s and 1980s helped MMM become more sophisticated, as larger datasets and more complex models could be processed, providing a clearer picture of marketing's contribution to business outcomes.



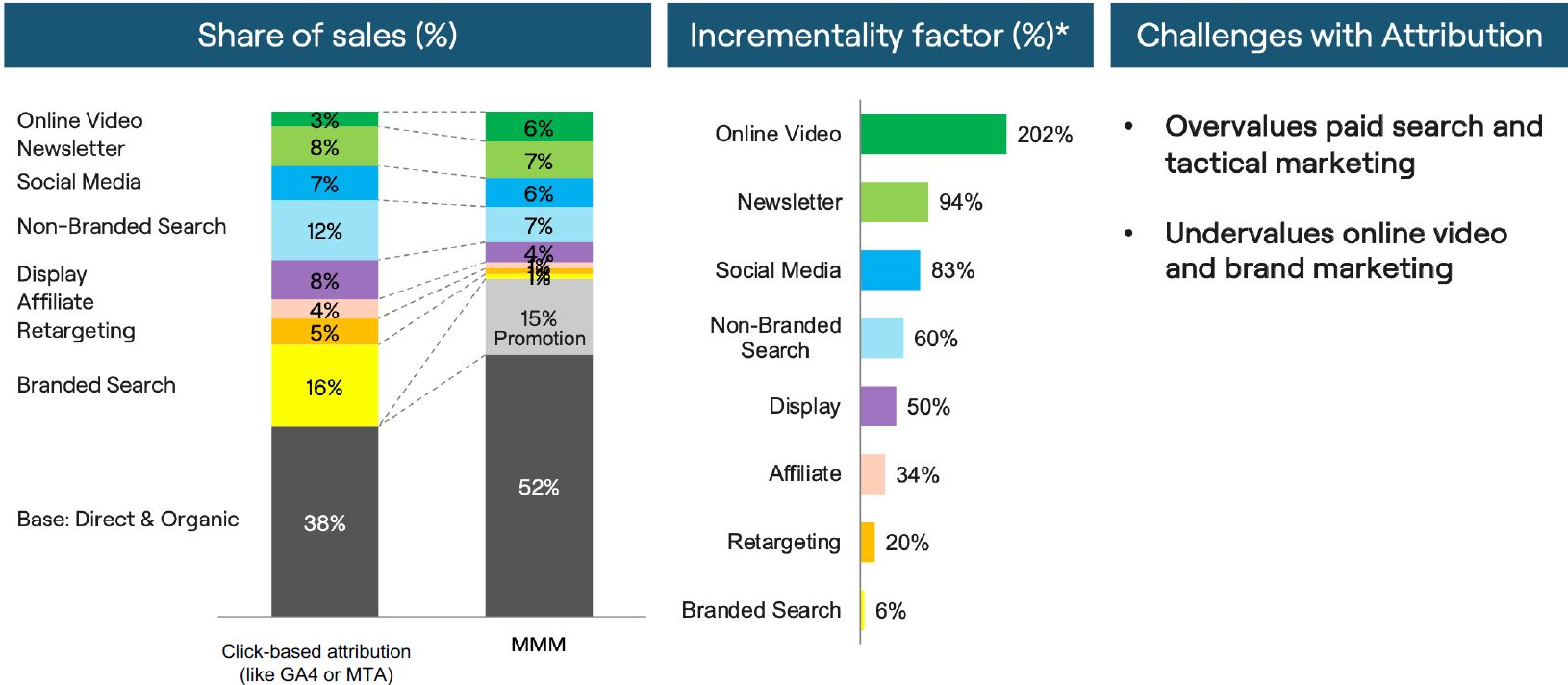
https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_mix_modeling



Miten AI ja edistynyt mallinnus voivat auttaa?

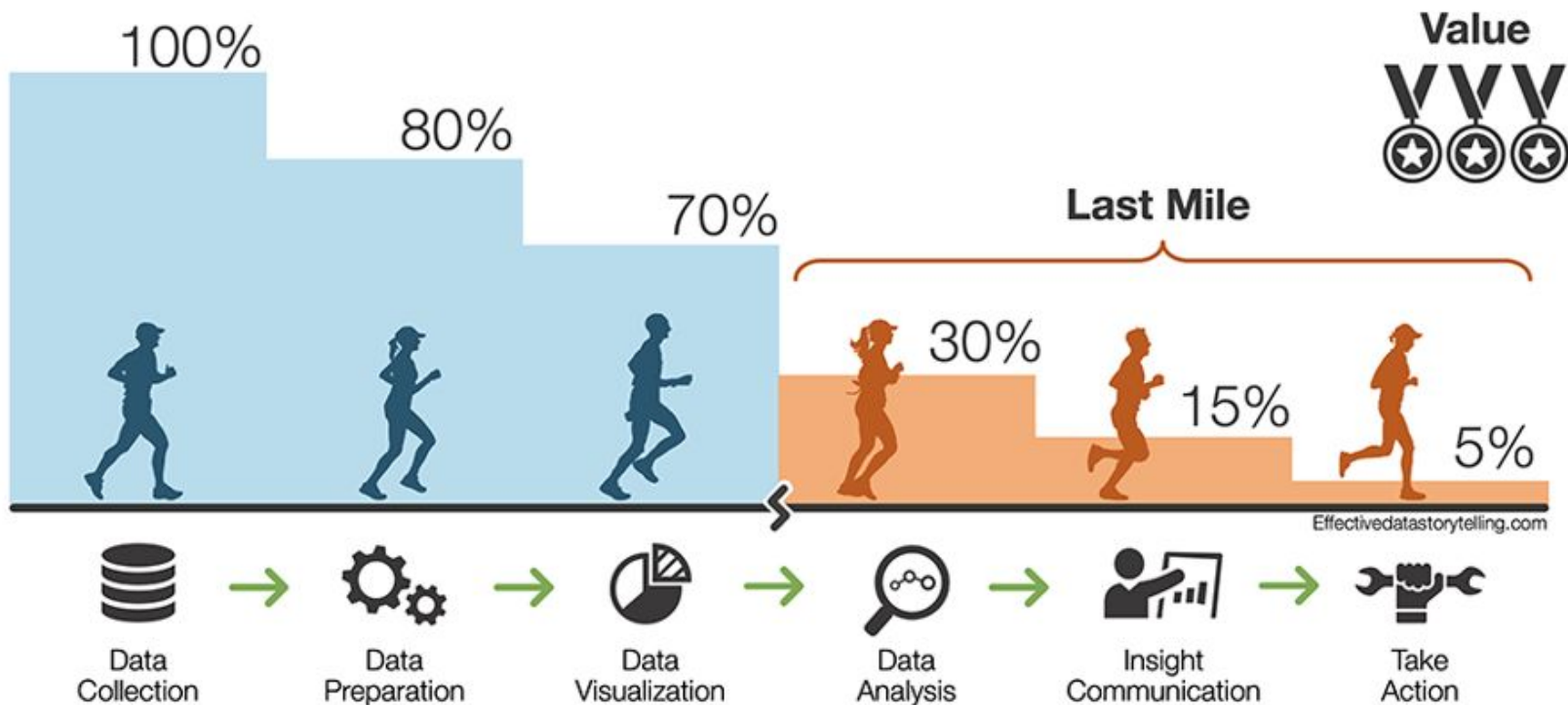
- AI voi **prosessoida** dataa nopeasti ja **paljastaa** piilotettuja kaavoja
- **Esitä kysymyksiä** ja **saa suosituksia** datastasi
- **Ennusta myyntiä** tai **asiakaspoistumaa**
- Havaitse **poikkeamia**
- **Luo segmenttejä** ja **kohdista mainontaa** paremmin
- **Personoi** sisältöä
- **Toteuta** erilaisia mallinnuksia

Google Analytics 4 vs. Marketing Mix Modeling





Data Analytics Marathon



Source: <https://www.forbes.com/sites/brentdykes/2022/01/12/data-analytics-marathon-why-your-organization-must-focus-on-the-finish/>



Mitä tulee ottaa huomioon, kun aloitat tekoälyn käytön?

- Mitä **liiketoiminnallisia asioita** haluat ratkaista tekoälyn avulla?
- Millaista **asiantuntemusta** on saatavilla (sisäinen, ulkoistettu)?
- Minkälaisia **järjestelmiä** on saatavilla ja mitä osaamme käyttää?
- Minkälaista **dataa** on saatavilla ja mitkä ovat **datalähteet**?
- Mitkä ovat **datalähteet** ja missä **datalähteet** sijaitsevat (GDPR)?
- Kehottaminen eli **prompting** on uusi opeteltava taito
- Tarvitaanko **AI-työryhmä** kehityksen aloittamiseksi?

WHAT
DO YOU
MEAN
?

GOT QUESTIONS?



Petri Mertanen

Mertanen Analytics Oy
petri@mertanen.info
+358 400 792 616

linkedin.com/in/petrimertanen/
x.com/mertanen

www.mertanen.info