

För lönsammare affärer på nätet

Näthandeln fortsätter att öka och förväntas slå alla rekord. Bara i år räknar man med en omsättning på 21 miljarder. Betalföretaget MyPay har specialiserat sig på olika typer av betalningslösningar, bland annat för den växande e-handeln. Men sin marknadsföring på Internet har de valt att lägga ut på adX Search.



MyPay använder adX unika, egenutvecklade, prestationsbaserade modell PF (Performance Fee), där adX sänker MyPays annonskostnader, samtidigt som de höjer avsluten. Det här har gett MyPay många nya kunder.

– Intresset för våra tjänster har ökat avsevärt. Det ser vi bland annat på alla nya intresseförfrågningar som vi får in nu. Det är en påtaglig skillnad, säger Magnus Heinstedt, vd på MyPay.

Som specialister på sökmarknaden kan adX fånga upp potentiella kunder och via sponsrade länkar dirigera dem vidare till MyPay, som i sin tur är experter på olika betalnings- och affärslösningar på Internet. MyPay har tidigare testat flera olika typer av marknadsföringsmodeller. Traditionell annonsering tycker de inte fungerar alls. Idag kombinerar de närvaron på nätet med telefonförsäljning.

– Att kunna integrera traditionell telefonförsäljning med Internet är otroligt mycket mer effektivt jämfört med kombinationen telefonförsäljning med traditionell marknadsföring, som annonser och direktreklam. Men det gäller det att ha de rätta kunskaperna och rätt spårningsverktyg för att utnyttja nätets möjligheter fullt ut och det tycker vi att adX har, säger Magnus.

Mätbarhet och kontroll

Han säger också att det är ett måste för företaget att vara synbart på de stora sökmotorerna. Och den allra största fördelen med Internetmarknadsföring är snabbheten i kontakten med en potentiell kund. På nätet får man en helt annan respons och är mycket närmare sina kunder och som han säger, "kunderna är bara ett klick ifrån".

Varje månad får MyPay information om sina kunders sökbeteende och attraktiva sökord genom den statistikrapport adX levererar. Det här är värdefullt och ger dem full kontroll på hela processen.

– Mätbarhet och kontroll är unikt i marknadsföringssammanhang. Vi vet vilka besökare vi har, hur de beter sig och varifrån de kommer. Vi har fått en strukturerad arbetsmetodik. Och det gör det enklare för oss att lära oss mycket om våra kunder och på så sätt kommer vi även kunna attrahera nya kunder i framtiden.

Oändliga möjligheter

På MyPay är de idag mycket nöjda med samarbetet med adX. Det har inte bara fått ett stort genomslag här i Sverige, det har också gett effekt i övriga delar av världen, och allra mest märks skillnaden i de övriga nordiska länderna, säger Magnus och fortsätter.

– Det blir en så kallad "spill-över" effekt, som ringar på vattnet. Nätet är ju inte geografiskt begränsat och har oändliga möjligheter. Det gäller bara att ta tillvara det på bästa sätt och där tror jag nog att vi är på rätt väg.



Om adX

adX är ett expansivt företag inom prestationsbaserad sökannonsering på sökmotorer som Google, Yahoo, Live Search och Eniro. adX erbjuder en unik prestationsbaserad prismodell för att öka försäljningsvolymen samtidigt som vi sänker kundanskaffningskostnaden. adX skapar resultat utifrån dina besökares intentioner. Ledande företag inom olika branscher i Sverige och Europa har valt adX som samarbetspartner för sin resultatorienterade sökannonsering.