

GO MO Group fortsätter att växa

– värvar två industrijättar som kunder inom SEO och digital marknadsföring

Industrieföretagen Alfa Laval och TÜV NORD anlitar GO MO Group för att få fram avgörande digitala marknadsinsikter och sökmotoroptimera därefter. Stora målgrupper och ett generellt förändrat köpbeteende har föranlett bolagen att samarbeta med GO MO Group för offensiv och datastyrd digital marknadsföring.

Alfa Laval är ett anrikt svenskt industrieföretag med 17 000 anställda och kunder i nästan 100 länder. GO MO Group har anlåtats av bolagets marindivision för att stärka deras kundinsikter inom applikationsområdet för barlastvattenrening där redare och operatörer på grund av nya regleringar inom sjöfarten är ålagda att rena barlastvatten för att undvika spridning av organismer från en miljö till en annan. En stor marknad har därmed öppnat sig och det är viktigt för Alfa Laval att nå ut med sitt budskap i en tid då kunderna gör sitt bästa för att orientera sig om olika system och leverantörer - i en mycket konkurrensutsatt marknad.

– När vi står inför den här möjligheten samtidigt som vi vet att kundernas beteende ändrats, kände vi oss manade att öka våra digitala insikter och ansträngningar i syfte att ligga steget före våra konkurrenter. GO MO Group har hjälpt oss med våra marknadsinsikter inom detta relativt nya applikationsområde och det har varit av stort värde för oss att veta hur kunderna söker information. Det har förändrat hur vi ser på kunderna och vår kommunikation till dem, säger Anja Simonsson, V.P. Communications, Marine Division på Alfa Laval.

TÜV NORD har över 13 000 anställda i 70 länder och erbjuder inspektioner, av bland annat trycksatta anordningar, och ISO-certifieringar, till exempel ISO 9001 och EN 1090, till industrier runt om i världen. Inom Sverige och Norden är de främst kända inom kärnkraftsområdet, men nu avser de växa inom övrig industri där potentiella kunder finns. Med riskspridning fördelat på kundgrupper med olika storlek, blir vikten av att vara sökbar och relevant på nätet mycket större.

– Vi vill höja medvetenheten om TÜV NORD, generera leads och öka kundvärdet för våra nuvarande kunder. En stor fördel med digital marknadsföring är mätbarheten, vilket gör att vi även internt kan visa på vikten av att satsa på digital marknadsföring, med syfte att få företaget att växa såväl lokalt som på internationell nivå, säger Henrik Anderberg, Marketing Manager TÜV NORD.

Gabriel Ghavami, VD på GO MO Group, är stolt över att få arbeta med två anrika industrieföretag som Alfa Laval och TÜV NORD.

– Det är oerhört roligt att vi får chansen att arbeta med två så fina och etablerade bolag. Vi är oerhört starka när det kommer till den här typen av bolag. Vi kan skala upp vårt arbete för såväl lokala som internationella marknader och vårt arbete kan bli extra värdefullt när man har stora potentiella kundgrupper att arbeta med. Vi ser oss som marknadsavdelningens förlängda digitala arm och vårt mål är att hjälpa dem att ta datadrivna beslut och skapa direkt affärsnytta. Vi vill alltid arbeta med företag som pushar oss att hela tiden bli bättre och det tror vi att både Alfa Laval och TÜV NORD kommer att göra.

För mer information kontakta:

Gabriel Ghavami, CEO GO MO Group, tfn: +46 (0)702 451 251 e-post: gg@gomogroup.com

Anja Simonsson, V.P. Communication, Marine Division Alfa Laval, tfn: +46 (0)708 53 89 27

Henrik Anderberg, Marketing Manager, TÜV NORD, tfn: +46 (0)766 43 23 73

Bilder för fri publicering kontakta Rebecca Sinnerstedt, +46 (0)57 50 955, e-post:

rebecca.sinnerstedt@perspective.se

www.gomogroup.com/

GO MO Group är en av Sveriges snabbast växande företag inom digital marknadsföring och SEO. Företaget arbetar på en global marknad med kontor i Stockholm, Göteborg och i Pune, Indien, och totalt 54 anställda. Bolaget fokuserar på att vara en komplett partner som hjälper medelstora och stora företag att ta kloka datadrivna beslut.