

PRESSMEDDELANDE

2018-02-07

Inet överger traditionell annonsering – ökar digital marknadsbudget med 60 procent

Från årsskiftet 2018 kliver Inet helt och hållet över till digital annonsering och ökar samtidigt marknadsföringsbudgeten med cirka 60 procent. Målet är att komma närmare kunderna, ta starkare position som nationell e-handlare och samtidigt öka marknadsandelarna i Stockholmsområdet.

– I vår bransch konsumerar allt fler på nätet eller direkt i mobilen eftersom det är enklast. Med digital marknadsföring når vi kunderna utifrån deras medievänor, vi kan också prata med dem och få direkt feedback, säger Johan Wahlberg, marknads- och försäljningschef på Inet.

Inet lämnar från årsskiftet traditionell annonsering och lägger istället alla resurser digitalt. Det är främst Facebook, Instagram, Adwords, mail, display och pre-rolls på Youtube som premieras.

– Det är enkelt att få bra räckvidd med digital annonsering, alla kollar mobilen hela tiden. Vi arbetar datadrivet och med ett Customer Life Cycle-system som hjälper oss hitta attraktiva erbjudande till varje enskild kund. All information vi får används till att fortsätta utveckla köppplevelsen.



Johan Wahlberg, marknads- och försäljningschef på Inet

Marknadsföringsbudgeten har de senaste åren successivt flyttats från print till digitalt, kontaktkostnaden för traditionell annonsering har ökat i takt med att medierna tappar läsare. Extra god effekt erhålls på Facebook och Inet tripplar budgeten för kanalen jämfört med 2017.

– Resultaten är direkta och tydliga, vi får både feedback och värdefulla data om kundernas önskemål. Vi sköter hela marknadsföringsprocessen in-house, från annonsproduktion till analys, just för att vara nära kunderna och snabbt kunna agera på ny information.

Marknadsteamet på Inet består idag av åtta personer, den senaste rekryteringen gjordes strax före årsskiftet för att ytterligare stärka kompetensen inom digital marknadsföring och försäljning.

– Vi ska ha all nödvändig kompetens internt, det är så vi vill arbeta för att vara både snabbfotade och kostnadseffektiva.

Med mottot *Är det bra för kunden är det bra för oss*, styr kundperspektivet hela Inets verksamhet, målet är en optimal omnikanalupplevelse. Inet har senaste året gjort flera olika satsningar på e-handeln med bland annat bättre returvillkor, hemleverans i hela Sverige, även kvällstid, och leverans samma dag i Västsverige.

– I Stockholm har vi generellt lägre kännedom än i Göteborg och vi ser stora möjligheter att öka marknadsandelen med geografiskt riktad digital marknadsföring. Lika service och villkor oavsett var man bor eller handlar värderas högt av kunderna, vi gör ingen skillnad på butik eller webbshop.

För ytterligare information

Johan Wahlberg, marknads- och försäljningschef, 0739-88 27 29, johan.wahlberg@inet.se

Magnus Sjöbäck, presskontakt, 0704-45 15 99, magnus.sjoback@inet.se

<http://www.inet.se/>