

Partner-ads er behjælpelig med at bringe Gucca til den store succes

Baggrund

Gucca er en førende online forhandler inden for film. I webshoppen bliver der solgt alt fra brætspil, dvd, bøger og film til sjove gadgets.

Gucca.dk er en ren B2C webshop med stor fokus på kundetilfredshed. Over 11.000 positive kunden anmeldelser på Trustpilot vidner om dette. Shoppen har, afhængig af sæsonen, mellem 400.000 til over 800.000 unique besøgere pr. måned.

Gucca har ikke kun varer af høj kvalitet, men også et stort udvalg til yderst konkurrence dygtige priser. Så det er altid en god handel, at handle med Gucca.

Chris Vandborg er direktør for Gucca, som han grundlagde i 2003. I dag beskæftiger han 10 ansatte i administrationen og har outsourcet det store lager, så som pakke afdelingen.

Fremgangsmåde

Det var fra starten af klart at salgs kanalen skulle udelukkende være online baseret. Derfor har Gucca altid været meget aktiv m.h.t. online marketing aktiviteter og har også siden 2003 benyttet sig af Partner-ads for affiliate markedsføring.

For at holde de konkurrence dygtige priser, har Chris altid været opmærksom på at holde en god balance med udgifter for marketing aktiviteter og de opnåede resultater. På bundlinjen skulle resultatet af marketings aktiviteten være nul eller give overskud. Formålet med affiliate marketing har været at skabe mersalg frem for at investere i branding. "Markedsføringen igennem Partner-ads var en succes. Vi vil gøre mere ved det, fordi vi kan mærke at det giver mere og mere. Især det sidste halvandet år har vi kunnet observere mærkbar vækst."

Efter Chris' mening skal en annoncør være opmærksom på at optimere sit program løbende ved at aktualisere banner og oprette produktfeeds for at forbedre resultaterne igennem affiliate marketing.

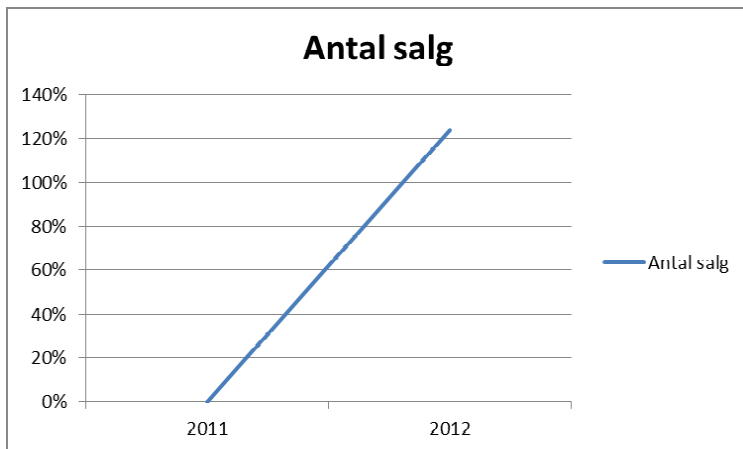
Chris forklarer at alle marketings aktiviteter dog er et ressource spørgsmål. "Vi har slet ikke gjort så meget ved det, det kører af sig selv. Men vi har lagt mærke til at der virkelig er meget at hente og vil i fremtiden prioritere partner programmet højere. "

En stor del af tiden blev brugt på at rekruttere løbende nye affiliate partnere til programmet. Hos Gucca ser man at "det har bragt mange nye kunder".

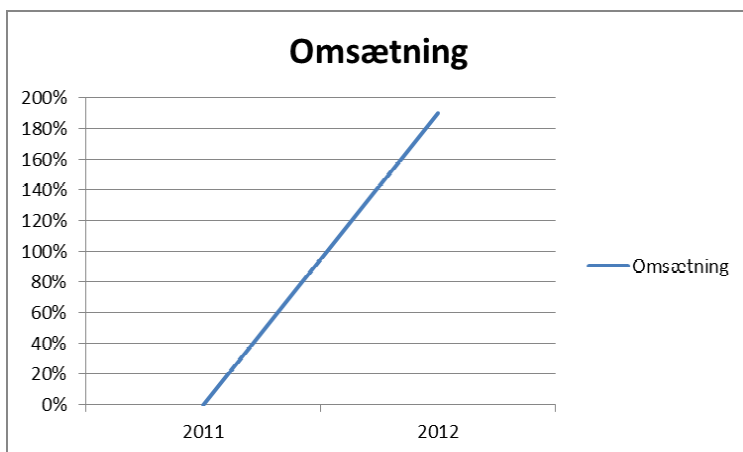
Kva at Partner-ads aktivt udvikler sine affiliate partnere og yder god support, når det gælder om at være behjælpelig med at opbygge en god kampagne, har partner programmet med målrettede textlinks opnået en meget god konvertering. Især deeplinking er vigtig, og Partner-ads var opmærksom på at textlinks blev brugt optimalt. Tilsammen med en attraktiv procent sats kunne man så kompensere for at banner materialet ikke altid var opdateret.

Strategien hos Partner-ads har også været at sørge konsekvent for en god penetration af markedet. Herved har man også kunnet skaffe nye kunde grupper.

Resultater



Ser man på udviklingen fra 2011 til 2012 forstår man hurtigt Chris' positive opfattelse. Markedsføringen igennem Partner-ads har kunnet bringe 124% stigning, betragter man antallet af salg pr. måned.



Hos Partner-ads ved man at især content affiliates kan bringe en konvertering, som er af utrolig høj kvalitet. Dette genspejler sig i omsætningen. Partner-ads har fra 2011 til 2012 kunne bringe Gucca en stigning på 190%.

Chris har lagt mærke til at der er sket meget i år hos Partner-ads.

”Vi vil nu massivt udnytte alle muligheder og kigge meget mere på Partner-ads i det nye år. Bannerne skal opdateres, der kommer feeds. Det har overrasket os at udviklingen i det sidste år lige pludselig gik så stærkt. Vi vil ikke sætte loft på, hvor meget vi vil give igennem netværket i fremtiden. Jeg er meget spændt på, hvordan udviklingen først bliver, når vi optimerer programmet og om vi kan få endnu flere affiliates. ”

Ifølge Chris er det bedste hos Partner-ads at omkostningerne aldrig kan løbe løbsk. ”Det er en sikker investering. Det er meget specielt inden for online marketing. ”