



Partner-ads hjælper med at udvikle Med24.dk's marketing strategi

Baggrund

Med24.dk er en sundhedsbutik på internettet, som sælger bl.a. håndkøbslægemidler, kosttilskud, hudpleje og slankeprodukter. Sortimentet i webshoppen spænder bredt med over 8000 produkter.

Virksomheden blev grundlagt i 2005 og henvender sig til slutforbruger, dog har der i dag også etableret sig B2B forbindelser, hvor virksomheder handler på lige vilkår som privatkunden.

Webshoppen har flere end 100.000 unique besøgere pr. måned og over 60.000 medlemmer i medlemsklubben viser den store efterspørgsel.

Målgruppen er klart defineret, da shoppens kunder med over 70% overvejende er kvinder og her er de fleste forbruger i den ældre aldersgruppe, som er bevidst om deres sundhed.

Nils Træholt er medejer og ansvarlig for salg og marketing.

Fremgangsmåde

Med24.dk begyndte sit affiliate program 2005. Nils brugte en klassisk fremgangsmåde i virksomhedens marketings strategi og har bl.a. arbejdet med Google Adwords, newsletter marketing og affiliate marketing. Der var flere grunde til at Med24.dk startede med det samme hos Partner-ads: "Det var nemt og ukompliceret at komme i gang. Partner-ads har heller ikke et fast gebyr per måned og en fordelsagtig afregnings model."

I starten har Med24.dk arbejdet med flere affiliate netværk, men valgte så udelukkende at arbejde med Partner-ads: "Vi er glade for den værdi, Partner-ads giver. Partner-ads er også langt mere gennemsigtig end andre netværk. Partner-ads har kunne skaffe besøgende og kunder, samt kunne levere kvalitativ god trafik og ordrer. Overordnet har Partner-ads givet god value for money i forhold til andre markedsføringskanaler".

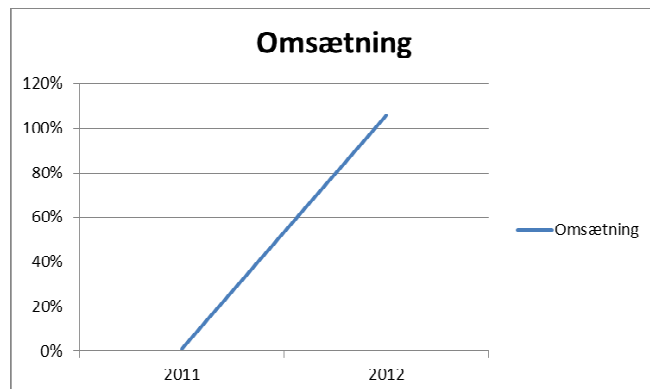
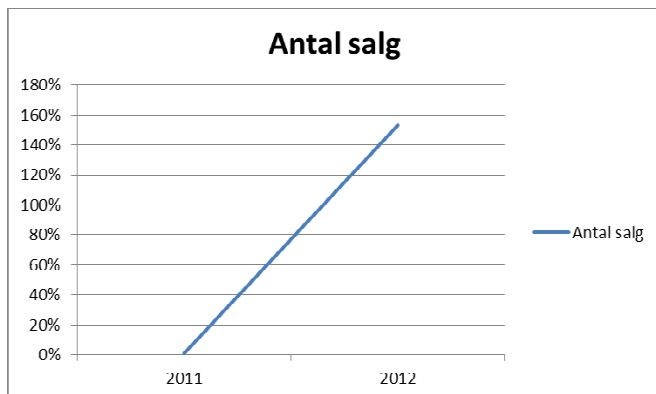
Nils har ikke skulle bruge meget tid på sit partnerprogram, men profiterer af netværkets transparence: "Det er gået af sig selv. Dog har Partner-ads skaffet affiliate partnere, som har tilført så meget omsætning at de har fået en strategisk vigtig position for os. Så gik vi igennem netværket i direkte dialog med vores affiliates for at optimere programmet".

I dag bruger Nils ikke mere end en dag om måneden på sit partner program. "Det er rigtig godt i forhold til den værdi, det skaber. Nu er det blevet populært, der kommer flere ind over".

Fremgangsmåden hos Partner-ads er at udnytte den eksisterende viden om målgruppen og de fordelagtige priser i shoppen. Partner-ads har kunne aktivere affiliate partnere, som henvender sig til prisfølsomme brugere såsom content affiliates, der uddyber produkterne og skaffer en god konvertering med bevidst indsats af textlinks.

Nils glæder sig også over at man i løbet af tiden har kunnet sænke provisionen. Netværket kunne bevidst rekruttere affiliates ved at oplyse dem at webshoppen har en meget god konvertering og at erfaringsværdierne har vist at kunderne køber flere gange indenfor cookie perioden.

Resultater



Alene fra 2011 til 2012 har Partner-ads kunne højne antallet af salg pr. måned med næsten 160%. Tilsvarende har man også kunne observere en stigning i omsætning pr. måned med mere end 100%,

”Det er et langt og stabilt samarbejde. Det har overrasket mig at det virkelig er så meget trafik der kommer igennem Partner-ads. Det er et godt alternativ til Google Adwords. ” Med24.dk har attraktive vækst ambitioner og også i fremtiden vil affiliate programmet hos Partner-ads have en vigtig stilling: ”Det er en vigtig brik i vores vækst strategi. Partner-ads skaffer rigtig mange kunder til os”.

Fremadrettet vil der være stærkt fokus på branding. ” Vi vil optimere programmet bl.a. med et feed og endnu flere affiliates vil give god mening. Vi vil sammen med Partner-ads gøre programmet endnu bedre. Det bedste hos Partner-ads er at man overordnet får value for money og en rigtig god værdi i forhold til arbejdsindsatsen”.