

22. maj 2012

Velkommen til en forsidesucces

Annoncørsektioner (advertorials) har længe været et succesmedie i vores nordiske broderlande, og siden sidste efterår har man også kunnet udnytte denne eye-catcher på ekstrabladet.dk. Det har givet annoncører så gode resultater, at Ekstra Bladet nu også tilbyder annoncørsektioner på deres mobile platform.

Med over 1,6 mio. brugere på web og 1 mio. på mobil hver måned har Ekstra Bladet de mest besøgte nyhedssites herhjemme. Og de er også blandt de mest innovative – f.eks. var ekstrabladet.dk først herhjemme med medienyheden Annoncørsektion, og nu er de først til at tilbyde denne mulighed også på den mobile platform.

Fra Ekstra Bladets forside til annoncørens egen hjemmeside

Kort fortalt er en Annoncørsektion en annoncørs egen reklame-hjemmeside, som brugerne linker til direkte fra forsiden af ekstrabladet.dk. Anncørens side bliver integreret i nyheds-miljøet og opleves som en naturlig del af ekstrabladet.dk, og hvis annoncøren udformer sin annonce som en artikel, vil brugeren læse det som en nyhed med et kommercielt budskab, og det har vist sig at være meget effektivt.

Key Account Manager Karin Dahlgren fortæller: *"Mange annoncører har allerede kørt advertorials og flere vender tilbage med nye kampagner. Det har været en stor succes, siden vi startede med annoncørsektioner i 2011, og nu kan vi udbrede det til den mobile platform og skabe endnu større opmærksomhed for vores kunder."*

Flere grunde til den store effekt

Erfaringerne med Annoncørsektioner viser, at de opnår en utrolig lang læsetid (2-5 minutter), og at brugerne mener, at de har høj troværdighed og et relevant indhold. De giver annoncøren mulighed for at vælge flere calls-to-action som materialebestilling, tilmelding til nyhedsbreve, direkte salg, anbefale til andre

etc., og målinger på annoncørsektioner har vist, at mediet er meget effektivt til både branding og direkte respons.

Udvidet "sendetid" via mobilen

Man ved, at brugerne fortrinsvis går på internettet via pc/Mac i dag- og aften timerne, mens de bruger mobilen både tidligt om morgenen, hele dagen og sent på aftenen. *"Kombinationen af Annoncørsektioner på net og mobil gør, at annoncøren kommer i kontakt med brugerne, hvor end de er og på alle tidspunkter af døgnet," siger Karin Dahlgren "Mediet giver vores kunder mulighed for at få en mere seriøs dialog med brugerne, så vi er glade for, at vi nu også kan rulle det ud mobilt".*

Placering på mobil site → sektion tilpasset den mobile platform

