

Göteborgs-Posten analyserar kunderna med hjälp av DirektMedia

Västsveriges största morgontidning, Göteborgs-Posten, vill lära känna sina kunder och potentiella kunder ännu bättre. I samarbete med DirektMedia har man genomfört en omfattande kundstrukturanalys för att dels vidareutveckla nuvarande kundrelationer, dels skapa underlag för en ännu effektivare nykundsrekrytering. Arbetet har resulterat i att DirektMedia nu är med i framtagningen av Göteborgs-Postens övergripande kundstrategier.

– Resultatet av vår kundstrukturanalys hjälper oss att skapa en ännu bättre dialog med våra lojala kunder. Det är samtidigt ett viktigt underlag för vår produkt- och tjänsteutveckling till olika kundgrupper och utgör en grund för att kunna skapa attraktiva erbjudanden till nya kunder, säger Ricard Robbstål, försäljnings- och marknadsdirektör för Göteborgs-Posten.

Samarbetet mellan DirektMedia och Göteborgs-Posten har pågått i över ett år och har utvecklats till att idag omfatta djupare analyser samt implementering och utformning av Göteborgs-Postens kundstrategier. Ansvarig arbetsgrupp på DirektMedia består av Helen Palm, kundansvarig och Christina Bogestrand, analytiker.

– Efterfrågan av våra analystjänster ökar generellt. Och som Göteborgsföretag är vi både glada och stolta över att få hjälpa Västsveriges största morgontidning med att identifiera, segmentera och utveckla sina befintliga och potentiella kunder, säger Martin Olofsson, vd för DirektMedia.

Göteborgs-Posten har som papperstidning idag en daglig räckvidd på cirka 576 000 läsare medan webbplatsen i snitt har 350 000 unika besökare varje vecka.

– DirektMedia är för oss en naturlig partner och rådgivare när vi nu utformar våra kundstrategier. Vi vill att våra kunder ska få bättre information om de värdeskapande tjänster vi har på till exempel nätet eller i mobilen. Vi vill även att de ska uppleva att de får information och kunskap om de produkter och tjänster som just de är intresserade av, säger Ricard Robbstål, försäljnings- och marknadsdirektör för Göteborgs-Posten.

Den 6 december arrangerar nätverket Wednesday Relations en heldagskonferens med rubriken Effektiv marknadsföring. Clas-Fredric Lund från DirektMedia är en av konferensens keynote speakers. Även Katja Widlund, CRM- och lojalitetsansvarig på Göteborgs-Posten medverkar och kommer att tala under rubriken Bring back the love.

För ytterligare information:

Martin Olofsson, vd DirektMedia tfn. 031- 708 43 01, 0705-81 03 31

Ricard Robbstål, försäljnings- och marknadsdirektör Göteborgs-Posten tfn. 031-62 46 10, 0705-92 46 10

DirektMedia är Nordens ledande förmedlare av målgruppsurval och mediekanaler för direktmarknadsföring till privatpersoner. Företaget ingår i Bisnode, och har idag ca 230 anställda på kontor i Stockholm, Göteborg, Malmö, Borås, Helsingfors, Oslo och Köpenhamn. DirektMedia startade 1988 och omsatte i Sverige år 2006 201 MSEK.