

Doubleclick – Bringwell

I slutet av maj lanserade Bringwell sin hälsosite där konsumenterna på ett enkelt och smidigt sätt kan köpa hälsorelaterade produkter. Bringwell har funnits inom hälsobranschen (under namnet USP Health Care) sedan 1994. Att utöka verksamheten med försäljning via internet är helt i rätt riktning för framtida utveckling. Då företaget har gedigen erfarenhet från läkemedels- och hälsobranschen samt internetstartups gjordes bedömningen att göra en mjuk lansering av siten till en början. Strategin var att börja sakta men säkert, för att trimma in alla funktioner och processer. En grundläggande tanke hos Bringwell är att kunden alltid ska vara nöjd. För att klara de första månaderna ville vi försäkra oss om att vi kunde ta hand om alla kunder på bästa sätt.

För att nå ut till vald kundgrupp arbetade Bringwell med Doubleclick. De fungerade som en rådgivande part och satsningen blev mycket tillfredställande. Redan under de första två veckorna fick Bringwell mer än 10000 besökare. Det har även visat sig att Bringwell har nått ut till en kundgrupp som inte är så representerad i hälsobranschen, nämligen yngre män. Detta är mycket positivt då Bringwell slipper bryta några invanda konsumtbeteenden vilket har visat sig vara svårt. En ytterligare positiv faktor är att snittköpet är högt och ligger kring drygt 400 kr.

Bringwells har en uttalad målsättning är att sträva efter att göra rätt saker vid rätt tidpunkt och därför behöver man kontinuerligt följa upp de aktiviteter som görs. I samband med den kampanjen som gjorde tillsammans med Doubleclick fick Bringwell dels en detaljerad uppföljning på vilka banners som fungerat bäst och var, dels en marknadsundersökning. Marknadsundersökningen bekräftade vad vi upplevt på siten. Varumärkeskänningen steg med 30%, reklamerinran steg med 260% vilket kan förklaras med att vi endast hade kört ytterst få banners tidigare.

Cyberquest genomförde en Onlineundersökning med ett slumpmässigt urval om 3000 respondenter på uppdrag av DoubleClick. Svarsfrekvensen i undersökningen var knappt 30%. Förmätningen gjordes mellan den 2/6 - 5/6 och eftermätningen 30/8 och 2/9.