



Bink gör strukturaffär med norska OAX och utmanar Eniro och Google

Bink gör strukturaffär med norska OAX och startar OAX Sweden. Genom affären tar Bink steget in på marknaden för sökordsannonsering och utmanar Eniro och Google. Marknaden omsätter idag ca 2,5 miljarder och Binks ambition är att på några års sikt gå förbi Eniro.

Martin Ahrend, vd för Bink, menar att OAX levererar högre relevans för annonsörerna, och med hjälp av trafikvolymerna i Binks nätverk kommer man därför kunna ta upp matchen mot sökjättarna.

– Det unika med OAX lösning är att annonsörernas textannonser exponeras utifrån besökarens beteende, därför kommer vi på ett helt annat sätt än konkurrenterna komma närmre besökarnas preferenser. Bristen med traditionell sökordsannonsering är att den grundar sig delvis på historiska sökningar och att den inte är kopplad till så mycket annat än just sök. Vi blir mer aktuella och relevanta. Lägg där till att vi är Sveriges största annonsnätverk och når alla svenskar som surfar under en dag. Den typen av trafikvolym är till exempel Eniro en bit ifrån, säger Martin Ahrend, vd för Bink.

Martin Ahrend öppnar också upp för att ta OAX utanför Binks nätverk.

– Vi är självklart öppna för medier utanför vårt eget nätverk som kan tillföra värden till våra annonsörer. Textannonsering kommer att vara en allt viktigare del i den digitala mixen framöver och den här lösningen passar medier väldigt väl avslutar Martin Ahrend.

Bink utvecklar digitala annonsplattformar och säljer annonser för D1.se, DN.se, Expressen.se, TV 4.se, Sydsvenskan.se och Bonnier Tidskrifter samt genom Tailsweep till cirka 1000 bloggar och kanaler i sociala medier. Bink står även bakom lågprisnätverket Cheaposaurus.

OAX är ett norskt företag med Danmark som hemmamarknad. Sedan starten 2008 har man bland annat utvecklat kunder som Berlingske, Ekstra Bladet, Jyllands Posten och Børsen .

Martin Ahrend, vd Bink
070-629 10 48
martin.ahrend@bink.se