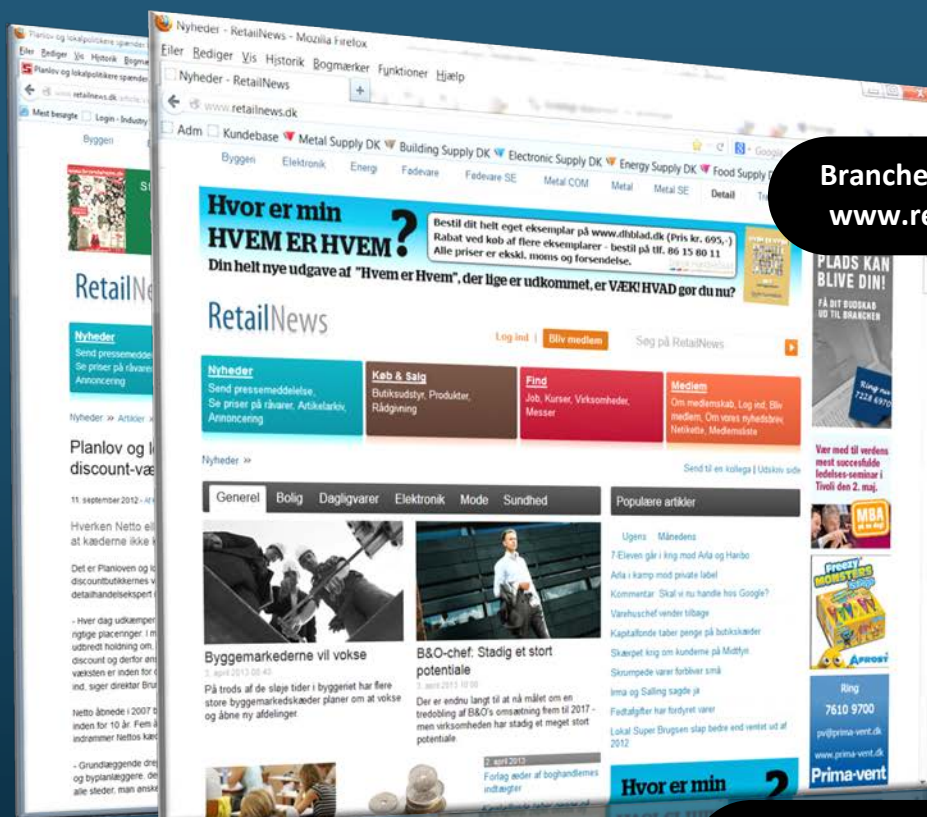


MEDIEINFORMATION 2013



Branchens mødested
www.retailnews.dk



Detailbranchens daglige
nyhedsbrev

RetailNews

Dansk Handelsblad A/S og Industry Supply Danmark A/S

Bag RetailNews står [Dansk Handelsblad](#) og [Industry Supply](#) og på Retailnews mødes det bedste fra to verdener. Dansk Handelsblad kommer med mere end 100 års erfaring som førende medie indenfor dagligvarebranchen og Industry Supply kommer med den solide erfaring som førende indenfor B2B kommunikation via nettet. Det kan ikke mindst læserne og medlemmerne nyde godt af.

Retailnews giver store muligheder

Vi har skabt et fantastisk univers, som giver nye muligheder for alle, om de så er i butik, kæderne eller hos leverandører. Målgruppen for RetailNews er dagligvarehandlen dvs. butikker, kæder, grossister, rådgivere mv. Hertil kommer salgsleddet hos leverandørerne.

Om Dansk Handelsblad

Dansk Handelsblad udgiver det ugentlige Dansk Handelsblad samt det årlige opslagsværk Hvem er Hvem - Dansk dagligvarehandel.

De to udgivelser fås i abonnement og er de førende og mest læste fagblade i dagligvarebranchen. De læses af aktører i hele markedet - butikker, kæder grossister, leverandører og rådgivere.

Dansk Handelsblad A/S er et datterselskab af DH Holding A/S, der ejes af Købmandsforeningen Danmark, og har 13 medarbejdere i redaktion, salg, abonnement og administration/økonomi.

Om Industry Supply

Industry Supply Danmark A/S er en ung virksomhed, der driver kommercielle branchenetværk indenfor industrien. Sammen med vort svenske søsterselskab er vi 32 ansatte fordelt på kontorer i Aalborg og Göteborg. Vi driver følgende netværk.

www.metal-supply.dk

Jern- og maskindustrien

www.electronic-supply.dk

Elektronikindustrien

www.wood-supply.dk

Træ- og møbelindustrien

www.building-supply.dk

Byggeindustrien

www.food-supply.dk

Fødevarerindustrien

www.energy-supply.dk

Energibranchen

www.retailnews.dk

Dagligvarebranchen

www.metal-supply.se

Jern- og maskinindustrien – Sverige

www.food-supply.se

Fødevarerindustrien - Sverige

www.metal-supply.com

Jern- og maskinindustrien - internationalt

Portalerne drives i et tæt samarbejde, hvilket gør det let for vores medlemmer at komme i dialog med hinanden inden for den pågældende branche eller på tværs af brancherne.

Målgruppe/Brugere af Retailnews

Retailnews benytter sig af såkaldt permission marketing, som er særdeles effektivt inden for internet markedsføring.

Vi kontakter alle nøglepersoner i branchen pr. telefon for at få deres accept forud for tilmelding på nyhedsbrevet. Langt hovedparten siger ja til dette. Herudover har vi dagligt en række personer som på eget initiativ tilmelder sig nyhedsbrevet.

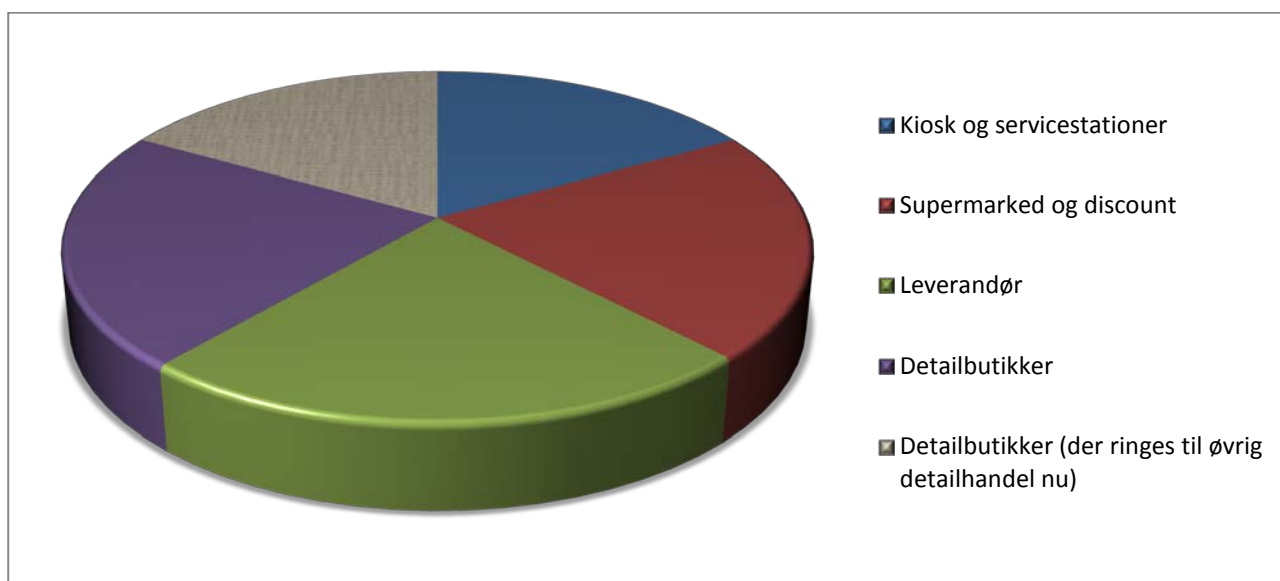
Der sker løbende en udskiftning af modtagerne af nyhedsbrevene i forbindelse med jobskifte og lignende. Hver måned afmelder vi selv en række modtagere, hvis vi får nyhedsbrevet retur – (bounce back). Antallet af modtagere afspejler således hovedparten af branchen nøglepersoner. Mailadresse gives ikke videre til 3. part ved tilmelding til nyhedsbrev.

Nyhedsbrevet udsendes dagligt til over 9.000 personer inden for branchen dagligvarehandel. Desuden udsendes nyhedsbrevet til øvrig detailhandel indenfor områderne Bolig, Elektronik, Mode og Sundhed, og der ringes nyhedsbreve nu og i nærmeste fremtid, så antallet af modtagere vil være stærkt stigende. Retailnews er startet i foråret 2012 men har allerede nu over 150 medlemsvirksomheder, som aktivt bruger portalen i deres hverdag. Virksomhederne er placeret i hele landet, og er jævnt fordelt på størrelse.

Med retailnews kan du målrette annoncering til enkeltsegmenter eller markedsføre dig overfor hele detailbranchen.

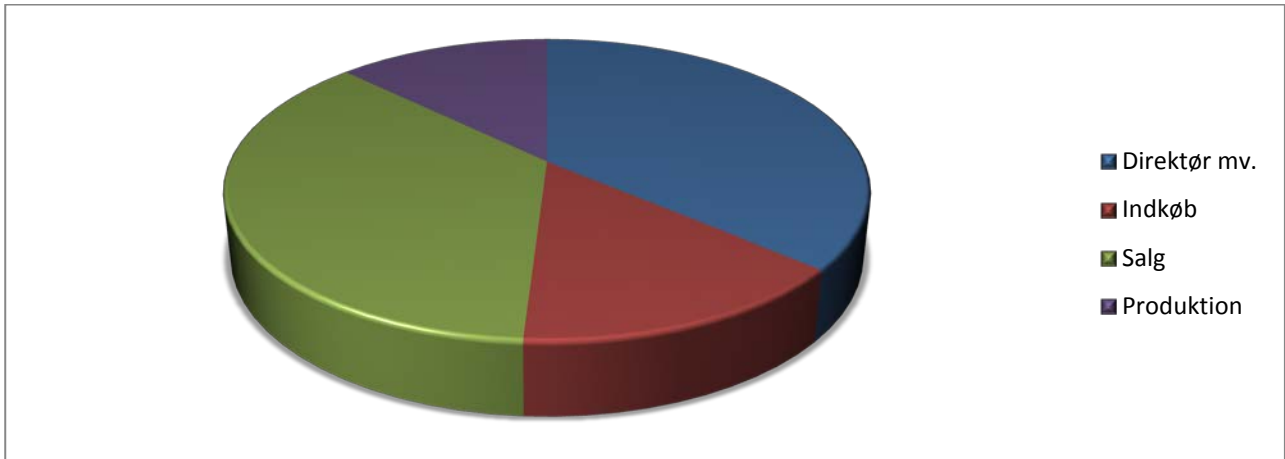
Brugerprofilen og modtagerne af nyhedsbrevet er kendetegnet ved at være beslutningstagere - dvs. primært direktører, indkøbschefer, produktchefer og ikke mindst butikshefter - hertil kommer sælgere og indkøbere generelt, da de bruger nyhedsbrevet til at holde sig opdateret om, hvad der sker hos deres kunder hhv. leverandører.

Fordelingen af læsere af nyhedsbreve ift. Virksomhed

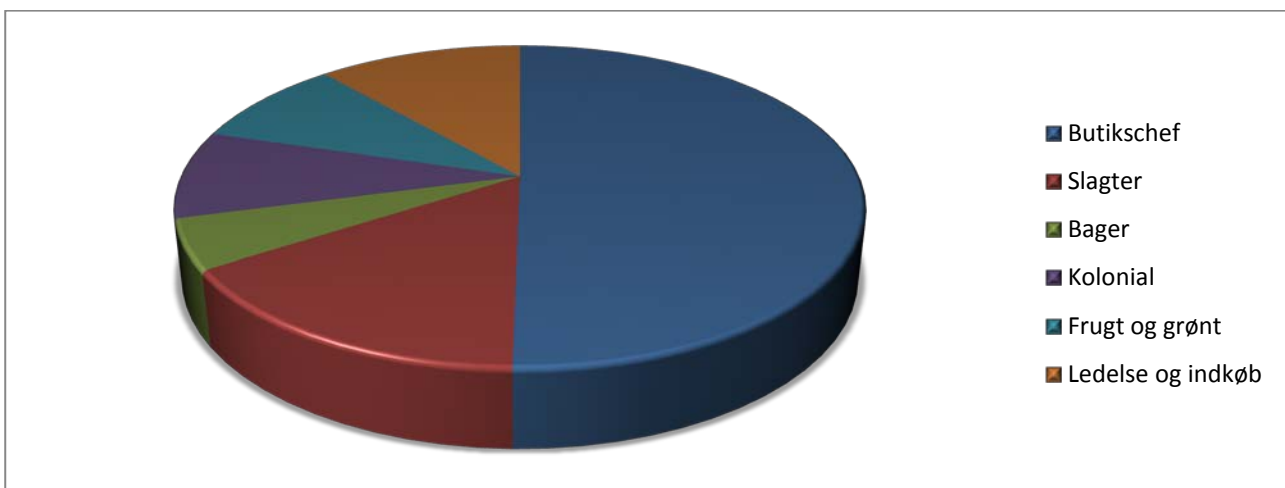


Fordelingen af læsere af nyhedsbreve ift. Stilling

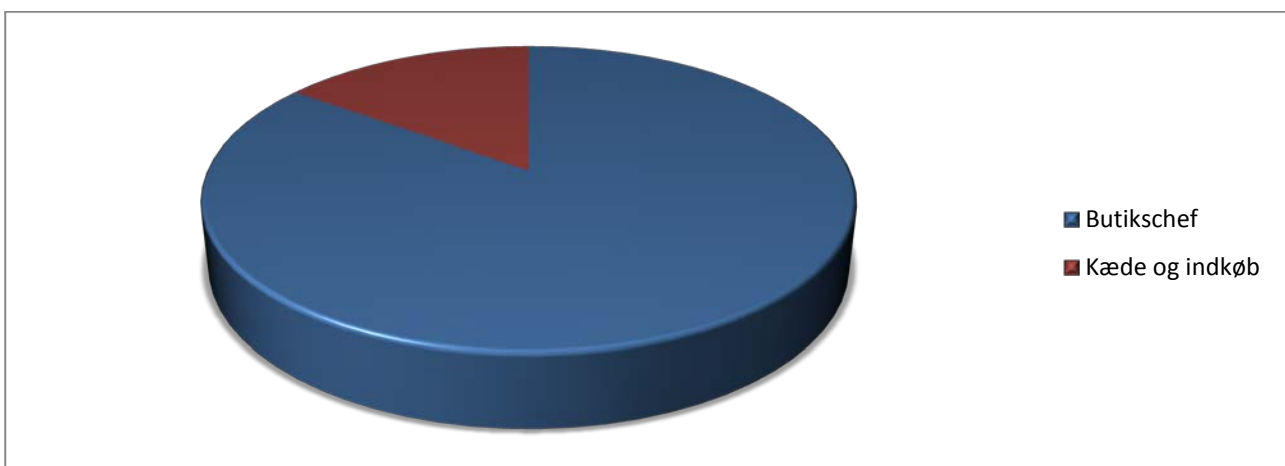
Leverandører



Dagligvarehandel



Øvrig detailhandel



Tal er formodede, da der ringes nyhedsbreve til øvrig detailhandel nu og i nærmeste fremtid.

Effektfordele og muligheder

Nyhedsbrevet udsendes dagligt til over 6.000 personer og portalen besøges hver dag gennemsnitligt af over 1.500 unikke brugere, der i gennemsnit har 2 sidevisninger. Portalen er ny og tallene stiger ugenligt.

Ved en kombination af indrykninger i nyhedsbrevet og på portalen, annoncering i nyhedsbreve og bannerannoncering opnås en række markedsføringsmæssige fordele frem for traditionel markedsføring.

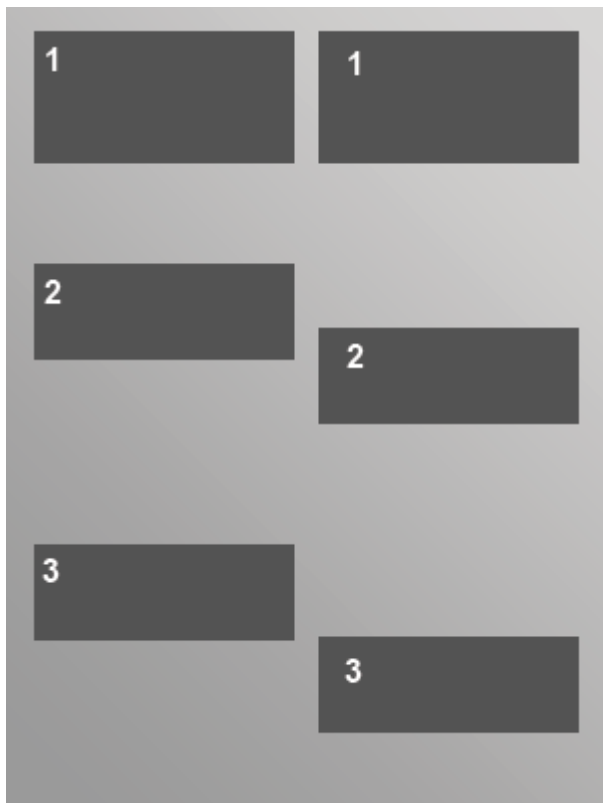
- Annonceringen foregår typisk over en lang periode, hvilket passer godt med de fleste virksomheders kontinuerlige behov for markedsføring.
- Dernæst er markedsføringen målrettet mod den helt rigtige målgruppe og beslutningstagere. 50 visninger til de rette personer er langt mere værd end 50.000 visninger til en helt tilfældig gruppe mennesker. De personer vi metodisk tilknytter vort nyhedsbrev, som modtagere, er altovervejende direktører, indkøbschefer, produktionschefer og udviklingschefer.
- Markedsføring via internettet er langt billigere i forhold til udbyttet end markedsføring via traditionelle medier, direct mails og lignende. Vi giver ganske simpelt ekstremt mange eksponeringer sammenlignet med stort set alle andre medietyper.
- Opbygning af kendskabsgrad kan ske via hyppige visninger af både indrykninger og annoncer. I en verden, hvor kunderne selv søger informationer, nye kompetencer og nye underleverandører på internettet handler markedsføring i høj grad om at opbygge kendskabsgraden.
- Umiddelbar vej fra Attention til Respons. Udover at få oplyst antal eksponeringer og dermed øget kendskabsgraden, oplyses også antallet af direkte klik fra annoncerne og til hjemmesiden.
- Dine indrykninger er tilgængelige, når kunden har et aktuelt behov og søger efter en løsning – det gælder uanset om kunden søger på portalen eller via søgemaskinerne.
- Direkte adgang til dig via tilknyttede telefonnumre eller mail – kunden kan komme videre med det samme.
- Søgemaskineoptimering som ikke ubetydelig tillægsgevinst

Derfor er annonceringen på internettet stigende i disse år, mens den traditionelle annoncering og markedsføring er faldende (Kilde: Dansk Oplagskontrollens – Annonceomsætningen på Det Danske Reklamemarked) .

Disse synergieffekter mellem portal, nyhedsbreve og annoncering er også grunden til at enhver annoncør rådgives til at være medlem.

Alle annoncerne på portalen og i nyhedsbrevet er brancherelevante. Du finder ikke annoncer for telefonselskaber og lignende på vores portaler. Det syntes 80 % af vores læsere også er vigtigt.

Annonceringsmuligheder i nyhedsbrevet



Der er 6 annoncer i nyhedsbrevet.

1. Topannoncer i højre og venstre side der er 400*200 pixels (Max. 30 kb)
 2. Midtannoncer i højre og venstre side der er 400*120 pixels. (Max. 20 kb.)
 3. Bundannoncer i højre og venstre side der er 400*120 pixels. (Max. 20 kb.)
- For medlemmer er annoncepriserne:
 - Top 1.750 kr./dag
 - Midt 1.250 kr./dag
 - Bund 900 kr./dag
 - Prisen pr. eksponering til din målgruppe er dermed (ved 80% åbning)
 - Top 0,42 kr.
 - Midt 0,29 kr.
 - Bund 0,21 kr.
 - Annoncerne laves som GIF eller JPG og må ikke være animerede.
 - Annoncerne udarbejdes gratis, når der bestilles min. 5 annoncer. Ellers er prisen kr. 500,- pr. annonce.

Annoncering i nyhedsbrevet kan f.eks. bruges til:

- Øgning af kendskabsgrad
- Generel profilering af virksomheden og de ting virksomheden vil være kendt for
- Konkrete budskaber, hvis der i forhold til indrykninger ønskes ekstra opmærksomhed på f.eks.
 - præsentation af nye produkter, kompetencer, maskiner
 - begivenheder i virksomheden
 - jobopslag der skal have ekstra opmærksomhed
 - navneændring

Annoncerne i nyhedsbrevet er så markante, at de ses af stort set alle læserne af nyhedsbrevet. Indrykkes der en serie på 5 eller 10 annoncer, vil de helt sikkert blive bemærket af hele branchen.

Annonceringsmuligheder på portalerne



Der er 5 bannertyper på portalen

1. Topbanner – 980*125 pixel – max. 50kb.
Prisen er for medlemmer 7.500 kr./måned på artikelsiden og forsiden og 50 % på øvrige sider. Underbrancher dog kun 25% af prisen
2. Hjørnesidebanner – 150*300 pixel – max. 25kb
Prisen er for medlemmer 4.750 kr./måned på artikelsiden og forsiden og 50 % på øvrige sider. Underbrancher dog kun 25% af prisen
3. Sidebanner – 150*175 pixel – max. 10 kb
Prisen på dette er for medlemmer 1.400 kr./måned på artikelsiden og forsiden og 50 % på øvrige sider. Underbrancher dog kun 25% af prisen . Banneret deler plads med op til 3 andre bannere. Samtidig skifter banneret også position lodret, og der er i alt 9 banner-pladser under hinanden.
4. Titelbanner – 200*60 pixel – max. 25kb - bemærk det er en stillestående banner.
Prisen for medlemmer er 8.000 kr./ måned.
5. Kampagnebanner - 336*280 pixel – max. 40kb.
Prisen er for medlemmer 4.750 kr./måned på artikelsiden og forsiden og 50 % på øvrige sider. Underbrancher dog kun 25% af prisen.

Udarbejdelse af bannere

Bannerne udarbejdes gratis, når der bestilles bannere for min. 2 måneder. Ellers er prisen kr. 500,- pr. banner. Ønsker man selv at udarbejde bannere skal disse leveres i enten i GIF, JPG eller Flash.

Specifikt for flashbannere

Specifikationerne for flash-filer er max. 40 KB uanset hvilken type banner, der er tale om. Til orientering skifter vores bannere efter 20 sek., hvorfor det vil være en fordel, at flash-filen holder sig indenfor denne tidsramme. Laves det animerede banner i flash, skal der medsendes et Fall Back billede, som kan lægges på i tilfælde, hvor enheden portalen vises på, ikke understøtter flash. Flash-filer, kan kun bruges til bannere på portalen, da filtypen ikke kan håndteres af mail-programmer. Ved flash-filer skal der indbygges ClickTag. Koden til henholdsvis actionscript 2.0 og 3.0 kan tilsendes ved henvendelse til Maria Bonderup på

mbo@industry-supply.dk