Burt.

PRESSEMELDING - April 23, 2012

HVORFOR DISPLAY REKLAME ER LANGT FRA SØPPEL

Ledende nettbasert analytikerbyrå Burt deler sin innsikt under Gulltaggen

Bare i januar har det norske markedet sett omsetningen rundt bruken av display ads øke med 15 %, sammenlignet med samme måned i 2011. Samtidig blir det rapportert at en tredjedel av all publisert reklame forblir usett. Ved å ta i bruk Burts teknologi kommer norske utgivere til å kunne tilby reklamebyråer reklameopplag med garantert synlighet. Burt, et nettbasert analytikerselskap med en unik forståelse for kreativ reklamering, merkevarebygging og utgiverbransjen, vokser sterkt i Norge, og har bare i år signert fem nye kontrakter her i landet.

Under Gulltaggen kommer Burt til å holde et seminar hvor det vil bli diskutert fremtiden for nettbasert reklame, og under hvilke vilkår reklamebransjen skal utvikle seg til fremover.

”Dirkete svar reklame har virkelig funnet sin nisje på nett, hvor merkevare kampanjer ikke helt har funnet sin plass. Som det ser ut nå er ikke display ads effektive når det kommer til levering av et budskap på vegne av merkevaren, imidlertid har de potensialet til å oppnå dette,” Gustav von Sydow, CEO og co-founder av Burt.

Det akselerende skiftet i brukere av tradisjonell media i henhold til nettbasert media krever at utgivere og reklamebyråer må tilrettelegge seg forandringer. For at merkevare reklame skal kunne omfavne nettbasert media og erstatte tradisjonelle informasjonskilder som TV, print og radio, må en pålitelig performance validation lages. Muligheten til å kunne finne ut hvor lang tid, hvor mange og hvor på skjermen reklamene er, forandrer hele spillet for utgivere og reklamebyråer. I sitt foredrag kommer Gustav von Sydow til å snakke om mulighetene som kommer til å oppstå med den stadige endringen av publikum, hvilket beviser at display reklame er langt fra bare søppel. Gustav vil svare på hva som kommer til å bli fordelene for salg av garantert kvalitetstid for et validert publikum, og hvilke implikasjoner dette kommer til å ha for mediemiljøet.

De siste månedene har Burt ekspandert med stor suksess i Norge, hvor Burt har signert avtaler med store deler av det norske utgivermarkedet. Nettavisen, Finn.no og Edda media bruker allerede aktivt Burts analyseverktøy. Nå har også fire nye betydningsfulle utgivere blitt med på laget, TV2.no, Sol.no, Aller Internett og Dagbladet.

“De siste månedene har vært en stor suksess, hvilket har resultert i at vi har signert avtaler med majoriteten av det norske markedet. Det er en fantastisk mulighet å få sjansen til å arbeide med et antall innflytelsesrike aksjeholdere som igjen gir oss muligheten til og en gang for alle forandre markedet for nettbasert reklame”, Daniel Alman, Nordisk business utvikler hos Burt.

For mer informasjon, eller booking av intervju vennligst kontakt:

For more information or booking an interview please contact
Vanja Bajc, Marketing & PR Manager
Cell: +46 768 97 32 86 | Email: vanja@burtcorp.com

Om Burt (www.burtcorp.com)
Burt er en forutseende analytisk plattform som forandrer hvordan media på nett blir laget, målt og igjen omgjort til penger. Selskapet, som er basert i Sverige, ble grunnlagt av Gustav von Sydow og Gustav Martner, begge opplærte innad i bransjen. Deres prisbelønte arbeidsmetoder for målrettet tilnærming og analyse har blitt snakket om på konferanser som Techcrunch50, DEMO, Web 2.0, og Cannes Lions, og deres arbeidsmetoder har blitt brukt av ledende annonsører, agenturer og forleggere på tvers av Europa, Nord-Amerika og Asia.