

var Euroinvestor.com ved en fejl blevet frasorteret, fordi selskabet stod opført i kurslisterne som et finansselskab og ikke som et IT-selskab.

Samtidig blev der i listen over de dygtigste IT-selskaber brugt for gamle regnskabstal for Capgemini, der i stedet for

en omsætning på 384,8 mio. kr. og et underskud på 5,1 mio. kr. burde have været medtaget med en 2006-omsætning på 421,6 mio. kr. og et overskud på 15,7 mio. kr. Dagbladet Børsen beklager fejlene.

JOCH

Med 700.000 danske e-mail-adresser i databasen har Mikkelsenmedia – fra venstre Thorsten Mikkelsen, Jacob Krummes og Martin Mikkelsen – en god platform til at udvide forretningen uden for landets grænser. Foto: Hung Tien Vu



E-mail-reklame i voldsom vækst

■ E-handel

AF NIELS BARFOD

En lille, ambitiøs IT-iværksættervirksomhed i Odense, Mikkelsenmedia, har på rekordtid lanceret et koncept for salg og annoncering via internettet – en ny salgskanal, som har vist sig uhyre effektiv. Faktisk går det så godt, at virksomheden, efter at have været i drift i godt et år, nu har egen udviklingsafdeling i Indien med tre mand samt et nyoprettet, bemanded kontor i London, fordi næste hug bliver at komme ud på de rigtigt store markeder for e-baseret handel.

Mikkelsenmedia bygger på en efter danske forhold enorm database med 700.000 danske e-mailadresser på personer som over for virksomheden har tilkendegivet, at de gerne vil modtage kommercielle budskaber på e-mail. Noget som uden udtrykkelig tilladelse ville være defineret som spam, hvilket er ulovligt i Danmark og kan føre til meget store bøder. Men har modtageren godkendt fremsendelse, så er der ingen konflikt. Metoden kaldes »permission

marketing«, og den har i tilfældet Mikkelsenmedia vist sig som en meget effektiv salgskanal.

Mikkelmedia registrerer internetbrugere med navn, adresse, alder, køn og postnummer for at kunne segmentere kundedatabasen. Brugere fortæller, hvilke produktområder de interesserer sig for, og de får højst én kommerciel mail om dagen.

I løbet af få timer

Kunderne, som ønsker at sælge et produkt, har her en salgskanal, hvor mange, mange tusinde potentielle kunder kan få et kommercielt budskab serveret på computeren inden for ganske få timer. Afregningen sker efter gennemført salg, dvs. et »no cure no pay«-princip så kunden ikke skal bekymre sig om kontaktpreiser og spildt kommunikation. Kunderne betaler pr. bestilling.

Alle mulige forskellige produkter er blevet solgt gennem systemet. Især telebranchen har taget kanalen til sig, men også aviser, strakslån og rejsebureauer er på kundelisten hos Mikkelsenmedia.

E-mail databasen genereres bl.a. via hjemmesiden www.sparmail.dk, hvor brugerne kan få gode spareråd på e-mail.

»I begyndelsen var kunderne skeptiske. Det er de ikke længere,« fortæller Martin Mikkelsen, virksomhedens direktør.

»En virksomhed kan booke en annonce hos os torsdag formiddag og torsdag eftermiddag begynder kunderne at strømme ind. Dette er reelt en ny salgskanal på lige fod med print, radio og tv,« tilføjer han.

Efter at have været i drift i et godt halvt år udsender Mikkelsenmedia hver dag en halv million kommercielle budskaber, en trafikvækst som har fået omsætningen i den lille virksomhed til at firedoble siden årsskiftet.

Kan sige stop

Martin Mikkelsen er helt på det rene med, at kundebasen skal beskyttes mod spam, og der er sørget for synlige muligheder for at kunne afbryde modtagelsen i hver eneste udsendt mail, som indeholder en »opsigelseknapp«.

Mikkelsenmedia har på det seneste fået en ekstern inve-

stor, Kåre Lundquist, som var med i Doubleclick, der siden er solgt til Google.

Det er gået godt for Mikkelsenmedia.

Godt fra start

»Vi har tjent penge fra dag ét. Vi har ingen gæld. Konservativt regner vi med over 10 millioner kroner i omsætning i første regnskabsår og minimum et overskud på 2 millioner,« siger Martin Mikkelsen.

»Princippet i det her er at få så mange brugere som muligt. Derfor søger vi uden for Danmark. Vi har en teknologiplat-

form, som kan skaleres meget let ud fra et godt fodfæste på det danske marked,« tilføjer Thorsten Mikkelsen, som også er med i Mikkelsenmedia – heraf navnet, uden at de to dog er i familie med hinanden.

Internet-annoncering er i vækst overalt i verden. På et tidspunkt, spår eksperter, vil betaling for net-annoncerne blive større end annoncering på papir. Et anerkendt amerikansk analyseinstitut, Verunis Suhler Stevenson, mener, at bøtten vender på verdens største netmarked, USA, i 2011.

niels.barfod@borsen.dk

Mangler din virksomhed kompetente IT ressourcer nu?



INTERIM COMPETENCE
Assurance is freedom

Den direkte kontakt mellem mere end 400 virksomheder og 1600 IT- og telekonsulenter!

Kontakt os i dag på job@i-c.as eller 70 225 200

www.i-c.as