

## Tradedoublerstudie visar att smartphones ökar priskonkurrens och minskar varumärkestrohet

**En av tre smartphoneanvändare använder appar för prisjämförelser för att leta upp bästa priser.**

**12 juni 2013** - Konsumenterna jagar priser och fynd mer än någonsin. 51 procent av de uppkopplade konsumenterna har minst en prestationsmarknadsföringsapp på telefonen som exempelvis Rabble eller Mikz. Siffran är bara en av många som indikerar förändringar i konsumenternas köpbeteende enligt den studie av marknaden som Tradedoubler låtit göra - **Performance Marketing: Mobile & Shopping on demand.**

<http://www.tradedoubler.com/se/performance-mobile>

Studien har genomförts av undersökningsföretaget Fox Insights bland 2 500 smartphoneanvändare som handlar online minst en gång i månaden. Studien utfördes i Storbritannien, Frankrike, Tyskland, Italien, Nederländerna, Spanien, Sverige och Polen. Dessa länder svarar för 89 procent av den totala e-handeln i Europa.

I den svenska delen av studien är det tydligt att prisjämförelseappar (33 procent) är mest populära bland konsumenterna följda av kuponger/vouchers (23 procent), dagens erbjudande (19 procent), lojalitetsappar (18 procent) och cashbackappar (6 procent).

“Såväl varumärken som detaljhandel står inför omfattande utmaningar när gränserna online och offline suddas ut, allt beroende på smartphonens intåg. De som drabbas nu är de som byggt för mycket på märkestrohet och alltför lite på pris, värde och bra distributionskanaler inklusive de mobilappar som kunderna nu både förväntar sig och kräver”, säger Nils Lindhe, Nordenchef på Tradedoubler.

“Jakten på fynd har blivit mobil och om inte detaljhandeln förberett sig med kampanjer som riktar sig mot de kunder som har åtminstone en prestationsmarknadsföringsapp i telefonen i själva köpögonblicket så kommer de att förlora.”

Av de kunder som använder sin smartphone i butiken har 55 procent valt att köpa produkten hos en konkurrent efter att de hittat ett bättre pris via telefonen.

Studien visar också att kuponger och vouchers i mobiler är ett kraftfullt verktyg för de som letar fynd. 51 procent av smartphoneanvändarna letar aktivt efter rabattkuponger via mobilen och 44 procent använder regelbundet de vouchers som skickats till deras telefoner. Eftersom vouchers normalt sett både kan användas i butik och på nätet så kan de med framgång locka tillbaka kunder från Internet till de butikerna.



Tradedoublers senaste försäljningsciffror visar att försäljningsvärdet på företagets mobila nät för prestationsmarknadsföring ökade med 187 procent mellan första kvartalet 2012 och 2013.

**För mer information:**

Nils Lindhe, Nordenchef, Tradedoubler, 073-3113196

Tradedoubler är internationellt ledande inom prestationsbaserad digital marknadsföring och teknologi. Företaget grundades i Sverige 1999 som en pionjär inom affiliate-marknadsföring i Europa. Internationell strategisk förståelse kombinerat med djupgående lokalkännedom gör Tradedoubler till det mest framgångsrika paneuropeiska företaget inom prestationsbaserad marknadsföring än idag. Tradedoubler hjälper cirka 2 000 annonsörer att nå sina affärsmål genom ett högkvalitativt nätverk med cirka 140 000 publishers. Koncernen var först att erbjuda integrerade lösningar för e- och m-handel så att annonsörer kan vidga sina onlineprogram till mobila enheter.

Tradedoubler eftersträvar nära samarbeten med sina kunder för att öka deras försäljning och hjälpa dem till nationell och internationell framgång. Bland Tradedoublers annonsörer finns American Express, ClubMed, Dell, Disney, Expedia och CDON. Aktien noteras på Nasdaq OMX. Mer information finns på [www.tradedoubler.com](http://www.tradedoubler.com)

