

# STROSSLE

An Azerion Company



Case Study:

# STAMPEN MEDIA.



## BAKGRUND

Stampen är en av Sveriges ledande mediekoncerner och Västsveriges största mediehus med över en miljon läsare dagligen. Totalt har Stampen 12 sajter, varav den största är Göteborgs-Posten.

## SYFTE

Syftet med samarbetet mellan Strossle och Stampen är att öka Stampens intäkter men med hänsyn till flera aspekter så som GDPR lagstiftning, tekniska utmaningar och hur annonserna påverkar miljön på sajterna.

# UPPLÄGG

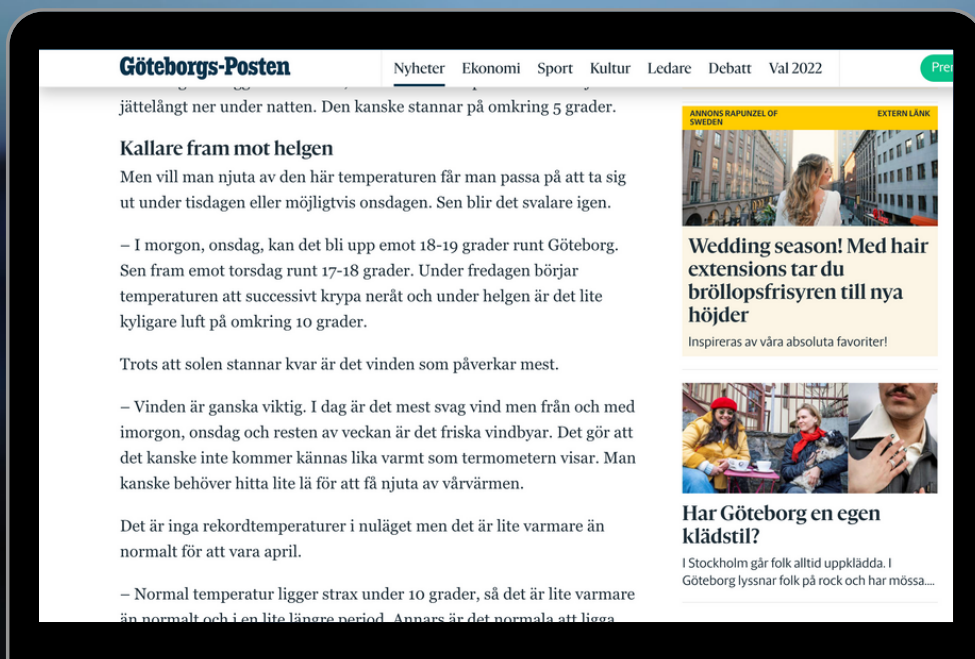
Stampen började sitt samarbete med Strossle 2014. Strossles widget har implementerats under Stampens sajters redaktionella artiklar där de både visar annonser och artikelrekommendationer.

Widgeten är utformad för att kännas som en naturlig del av sajterna och innehållet som visas är baserat på kontextuell targeting där Strossle förutspår vad läsarna troligast kommer att konsumera vid en given tid.

Utöver widgeten är Strossle även med och budar på de

annonsytor som finns på sajternas startsidor. Detta gör att Strossle både bidrar till ökade intäkter och ett ökat antal sidvisningar för Stampen.

"Jag har arbetat på Strossle i över 7 år men Stampen fanns med redan innan jag började. Det är ett långt och framgångsrikt samarbete. Nyckeln till detta är att vi utvecklas och anpassar oss baserat på den ständiga dialog och input vi får av våra publicistpartners. Stampen gör detta arbete effektivt, givande och roligt och vi är väldigt stolta att få samarbeta med dem", säger David Lind, Publicistansvarig på Strossle.





# "STROSSLE HAR VARIT MYCKET LYHÖRDA FÖR VAD VI SOM PUBLICIST ÖNSKAR "

HÅKAN HAMRIN - HEAD OF PROGRAMMATIC PÅ STAMPEN MEDIA



## SAMARBETET

Håkan Hamrin arbetar som Head of Programmatic och är även ansvarig för de annonssamarbeten som Stampen Media har. Han lyfter att Strossle har en tydlig produkt för både publicister och annonsörer, vilket ger Strossle en självklar plats i Stampens setup.

*"Jag har jobbat med Strossle under lång tid hos andra publicister. Därför blev jag glad när jag började på Stampen och såg att de fanns även här.*

*Strossle är alltid snabba på att åtgärda när det varit problem med en widget eller en annons. Det är guld värt för oss som publicist", säger Håkan.*

# 30 %

UNDER 2021 ÖKADE INTÄKTERNA MED  
HELA 30 % JÄMFÖRT MED 2020

## RESULTAT

Under samarbetet har intäkterna från Strossle ökat varje år. 2021 ökade intäkten med hela 30 % jämfört med 2020.

*"Vi har haft en bra dialog kring vad vi kan göra för att öka intäkterna och Strossle har alltid varit mycket lyhörda för vad vi som publicist önskar.*

*Ett tydligt exempel var när vi på Stampen skulle gå från en share of voice-lösning på våra startytor till ett budförfarande. Strossle återkom snabbt med en lösning som passade", säger Håkan.*

Främsta anledningen till intäktsökningen är en jämn försäljning och leverans under de perioder som vanligtvis brukar ses som lågsäsong i branschen. Här har Strossle en stabil bas av trogna annonsörer som kör always on-upplägg året runt. Utöver dessa tillkommer de säsongsbaserade kampanjer som ger resultatet en extra skjuts under ett år.

Om framtiden säger Håkan: "Vi fortsätter såklart vårt samarbete med tanke på det resultat Strossle visat. Trots att vi adderat ett ganska stort antal demand-partners senaste åren så har Strossle en given plats hos oss".



**VILL DU OCKSÅ BLI EN  
STROSSLE-PARTNER?**

**LÄS MER**

**KONTAKTA OSS**