

Pressmeddelande, Stockholm den 1 maj 2017

Nepa utvald till partner i Facebook MMM Partner Program

Nepa har blivit utvald som ett av de första företagen som ges tillgång till detaljerad data som visar effekter av företags annonsering hos Facebook, Instagram och Audience Network. Denna information i Nepas Marketing Mix Modeling-produkt görs omgående tillgänglig för alla Nepas kunder globalt.

En ständigt växande del av företags medieinvesteringar spenderas i digitala medier. Digitala medier syftar i det här fallet på Internet- och mobilannonsering som beräknas bli den största annonseringskategorin redan under 2017 enligt *McKinseys Global media Report 2015 with forecasts through 2019*.

Ett av de snabbast växande områdena är annonsering på sociala medier, mycket tack vare den snabba utvecklingen inom mobilt bredband och "smartphones". Mätbarheten av effekter av marknadsföring i sociala medier har dock historiskt sett släpat efter.

Samtidigt har fler och fler företag insett fördelarna med att genomföra regelbundna så kallade MMM-analyser, för att kunna mäta ekonomiska effekter av sina medieinvesteringar och för att skaffa sig relevanta och detaljerade beslutsunderlag inför kommande satsningar.

"Det känns fantastiskt att Nepa är en av de första att godkännas som global Facebook MMM-partner. Nu kan vi på ett ännu smartare sätt hjälpa våra kunder att spendera sina marknadsföringspengar i det snabbt föränderliga medielandskapet. Partnerskapet ligger i linje med vår globala strategi. Den direkta åtkomsten till detaljerad Facebook-data hjälper oss att snabbt och kontinuerligt leverera rekommendationer till de som har direkt nytta av dem i ett företag", säger Fredrik Östgren, VD på Nepa.

Genom att berika nuvarande MMM-produkt med denna unika information kan Nepa tydligt identifiera avkastningen på annonsering i sociala medier. Simuleringar kring kundernas medieutgifter tas därmed till en helt ny och mer detaljerad nivå.

"Eftersom vi nu har konstant tillgång till detaljerad information kopplad till region, kampanj och målgrupp inom specifika tidsserier, kan vi hela tiden förse våra kunder med relevanta affärsinsikter i våra MMM-projekt", säger Andreas Nordfors, Produktägare MMM på Nepa.

Som partner till Facebook kommer Nepa också att undersöka andra områden som är relevanta för Facebook och deras kunder. Insikterna kommer även att göras tillgängliga för andra relevanta intressenter.

För mer information:

nepa.com eller kontakta vice VD och CFO P-O Westerlund,

p-o.westerlund@nepa.com

+46 706 404 824.

