

## AOL lanserar mobil marknadsföringsplattform i Sverige

*Ny plattform gör det möjligt för marknadsförare att nå användare av smartphones och surfplattor i Norden och skapar nya intäktsmöjligheter för företag som publicerar innehåll i mobila enheter.*

**Stockholm, Sverige - 8 september, 2016** – AOL har idag lanserat företagets mobila plattform i Sverige. Genom att skapa nya marknadsföringsmöjligheter för annonsering inuti applikationer gör AOL det möjligt för varumärken att interagera bättre med sin mobila målgrupp. Genom sitt mobila erbjudande SDK (Software Development Kit) når AOL idag konsumenter över hela Norden och med hjälp av stora mängder data kan företaget ge annonsörer tillgång till omfattande premium-annonsutrymmen och publishers får nya intäktsmöjligheter.

AOLs mobila plattform gör det möjligt för varumärken och mediebyråer i Sverige att köpa mobilt utrymme inuti applikationer som antingen ett hanterat medieköp eller programmatiskt via open exchange, privat marknadsplats eller direktköp. AOLs SDK är installerat i fler än 65 000 mobila applikationer och webbplatser över hela världen och har en global räckvidd på över 580 miljoner användare varje månad. Detta gör det möjligt för den mobila plattformen att koppla samman marknadsförare med mobila utgivare och utvecklare och nå rätt målgrupp på rätt tidpunkt och plats.

Enligt undersökningar från eMarketer<sup>+</sup> väntas smartphone-penetrationen att nå 72% i Sverige 2017, vilket representerar 85.3% av landets totala internetanvändare. Penetrationen av surfplattor väntas nå 54.8%.

- Allt eftersom konsumenter spenderar mer och mer tid på mobila enheter söker marknadsförare och mediebyråer ständigt nya sätt att engagera den mobila publiken, säger Zac Pinkham, Head of Mobile, International, på AOL. Mobila annonsstrategier är fortfarande i ett utvecklingsskede och lönsamheten ökar men det kommer bara att fortsätta förutsatt att varumärken får rätt verktyg att engagera sina mobila konsumenter på ett kreativt och övertygande sätt. Endast AOL har förutsättningarna att hjälpa nordiska varumärken att göra just det, genom hela ekosystemet för mobila applikationer.

I Norden arbetar AOL redan med varumärken så som Blockbuster. Nyligen gjorde de en mobil annonskampanj med video för att driva varumärkeskännetid och konsumentengagemang.

- AOLs mobila plattform var en kärnkomponent för att öka kännedom och skapa engagemang genom mobil video för vår största kampanj det här året, säger Steffen Trannerup, Marketing Manager på Blockbuster. Det mobila var en central del och genererade mycket trafik och värde för kampanjen. AOLs mobila plattform var också en väldigt effektiv marknadsföringsplattform för innehåll som gjorde det möjligt för oss att engagera specifika målgrupper med relevant och engagerande videoinnehåll.
- AOL strävar efter att bli världens ledande företag inom mobil mediateknik och vi är glada över att för första gången kunna ta vårt mobila plattformserbjudande till Sverige. Det här erbjudandet sticker ut ur mängden eftersom det gör det möjligt för svenska varumärken att engagera konsumenter genom hela applikationens ekosystem, inte bara i en silo. Det ger även utgivare nya intäktsmöjligheter. Det mobila kommer bara att bli mer centralt för att framgångsrikt engagera konsumenter med varumärken och möjligheterna på marknaden är väldigt stora, säger Carl-Christian Dyrssen, General Manager på AOL Sverige.

AOL introducerar den mobila plattformen som komplement till det redan existerande erbjudandet för marknadsförare och utgivare i Norden, så som den prisvinnande brand content-plattformen Be On och den enhetliga programmatiska lösningen ONE by AOL: Publishers som är skapat för att hjälpa utgivare att maximera intäkter över alla format och kanaler.

*\*AOL intern data från AOL's mobila annonsplattform, juli 2016*

*+ eMarketer, april 2016*

###

### **Om AOL**

AOL är ett mediateknik-företag som strävar efter att koppla samman konsumenter med kreatörer genom öppna marknadsplatser. AOL använder data för att banbryta innehållsproduktion, distribution och intäkter. Företaget kopplar samman utgivare med marknadsförare genom sin globala, programmatiska plattform som nyttjar både Microsofts portfölj och innehållsvarumärken som TechCruch, The Huffington Post och MAKERS, som når över 500 miljoner globala konsumenter varje månad. Enbart med sitt mobila annonsnätverk når AOL cirka 600 miljoner användare. Ett dotterbolag till Verizon som formar den digitala framtiden.

### **Presskontakt**

Andrea Lewis Åkerman

PR-representant för AOL i Sverige

[andrea@nlpr.se](mailto:andrea@nlpr.se)

+46 (0) 76 338 8115