



Pressemeddelelse

København, den 26. november 2009

Ny medieportal skaber overblik over alle specielle og kreative medier

I dag åbner den omfattende medieportal Guerillaguiden.dk. Portalen samler for første gang nogensinde alle specielle og kreative medier i Danmark.

Professionelle medieindkøbere på media- og reklamebureauer får nu et praktisk værktøj til at lette hverdagen og skabe et samlet overblik i mediejunglen. I dag går medieportalen Guerillaguiden.dk i luften og skaber derved som den første et samlet overblik over annonceringsmulighederne hos de mange specielle, kreative og "skæve" medier indenfor forskellige kategorier som plakater, flyers, bus- og taxireklamer, cafe-reklamer, InStore TV som er nogle af de 33 reklamekategorier, der kan søges indenfor.

Medierne på portalen sikrer sig samtidig optimal synlighed overfor potentielle annoncører og medieindkøbere.

Guerillaguiden.dk er en naturlig efterfølger til de tre søsterportaler; Printguiden.dk, Fagbladsguiden.dk og Onlineguiden.dk, der giver overblik over print-, fagblads-, og online medier - og i de sidste 5 år er blevet media- og reklamebureauernes foretrukne onlineværktøj. Med dagens lancering af Guerillaguiden.dk professionaliseres samarbejdet mellem danske medier og medieindkøberne yderligere. "Guerillaguiden.dk er præcis som vores andre medieportaler udviklet efter ønske fra professionelle medieindkøbere på media- og reklamebureauerne" siger direktør Thomas Rosendal, Guerillaguiden.dk.

På Guerillaguiden.dk får medieindkøberne adgang til mediernes udbudte salgsmuligheder, uddybende medieprofiler og kontaktinformation samt inspiration via cases til mediernes kreative annoncemuligheder. Den direkte online-adgang sikrer en brugervenlig mediesøgning, som indkredser de relevante medier via segmenteret søgning blandt de mere end 250 medier, der pt. kan søges på.

Overblik i diffust mediemarked

“Vi er overbevidste om, at Guerillaguiden.dk bliver en stor hjælp for de professionelle medieindkøbere på media- og reklamebureauerne over hele landet. Markedet for målrettede og kreative medier er stigende i takt med at annoncørerne udfordrer medieplanerne og gerne tilkøber og prøver nye og kreative medieløsninger, som kan tilføre kampagnerne en ekstra synlighed og gennemslagskraft.

Samtidig er markedet for specielle, kreative og ofte mere “undergrunds” medier, deraf navnet “Guerilla” helt uoverskueligt og ukendt. Derfor er der også her behov for et fuldt medieoverblik til medieindkøbere og en afgørende synlighed for medierne overfor deres potentielle annoncører og media/reklamebureauer” siger Thomas Rosendal videre.

Større synlighed for mediet

Medierne får en skræddersyet og kvalitativ præsentation af deres medie- og annoncemuligheder overfor mediabureauer og annoncører. En effektiv mediesøgning synliggør både mediernes annonceprodukter, dækningsområder og kampagneperioder. Et Direct Marketing Mail-modul giver hvert medie en unik mulighed for at sende sin salgsinformation og nyheder til medieindkøbere, og således sikre medie som medieindkøbere en målrettet kontakt.

Ved lanceringen repræsenteres medierne på Guerillaguiden.dk med en basis profil for hvert medie. Dernæst kontaktes alle sites individuelt omkring en udvidet profil og eksklusiv adgang til medieportalens mange muligheder – herunder selektiv medieinformation og Direct Marketing-modul.

###

Yderligere information

Direktør og partner Thomas Rosendal - Mobil: 23603940

E-mail: tpr@guerillaguiden.dk

Læs mere på:

www.guerillaguiden.dk