



## CAFE SALTO BENYTTED E BANNER PÅ THISTEDDAGBLAD.DK OG BLEV SET AF 80.000 UGENTLIGE BRUGERE

- Et elektronisk banner har jo en dobbelt effekt, det virker både som en umiddelbar annonce samtidig med, at det skaber trafik på vores egen hjemmeside, når folk klikker på det.

Loni Plet, indehaver af Cafe Salto i Thisted, var egentlig ikke særlig interesseret i internettet somannoncemulighed. Og indtil for nylig havde hun kun benyttet sig af avisannoncer og ind i mellem lidt radiospot.

### Skulle tænke utraditionelt

- Måske er jeg lidt gammeldags, tænker for traditionelt. Men så er det godt, at man kan lære nyt af NORDJYSKE konsulent, som foreslog os at bruge bannerannoncering til en specifik kampagne.

Cafe Salto er en moderne og meget hyggelig cafe midt i Thisted for enden af gågaden og med skøn udsigt til havn og fjord. Loni Plet overtog den for 3 år siden, og cafeen er netop blevet renoveret.

### Bannerannonce på thisteddagblad.dk

- Vi ville fortælle vores gæster, at vi lukkede i 14 dage for at sætte det hele i stand, og samtidig ville vi fortælle dem, at de var velkommen til åbning, når det hele var klar igen. Jeg kontaktede derfor Thisted Dagblad for at få en annonce i avisen, men i stedet foreslog de et banner på thisteddagblad.dk

Loni havde slet ikke forestillet sig den store interesse der ville være for det elektroniske banner. Men hun blev hurtigt overrasket.

- For det første fik jeg rigtig mange henvendelser fra folk, som havde set vores elektroniske banner. Der var oven i købet en som mente, at vi da reklamerede helt vildt meget. Og på selve åbningsdagen og her i tiden efter, kan vi da se, at det har haft en meget positiv virkning.

### Mere trafik på vores hjemmeside

- Samtidig har vi haft mere trafik på vores website i den periode også, for et banner virker jo ikke kun som en annonce, mange klikker jo og kommer videre ind på vores egen hjemmeside. Men jeg kender det jo godt fra mig selv - når jeg surfer rundt på nettet, klikker jeg jo også på diverse bannere, hvis de ser interessante ud. Jeg synes et banner skal være levende, det skal gøre en nysgerrig - få en til at klikke på det.

I perioden hvor Cafe Salto havde banner på thisteddagblad.dk var der en CTR på 0,44 %. CTR betyder Click Through Rate og udtrykker hvor mange ud af de som har set banneret, der konkret har klikket på det og kommet videre ind på den konkrete hjemmeside. På Thisteddagblad.dk har man omkring 80.000 registrerede bruger på en uge, som har mulighed for at se banneret - hvilket vil sige, at mere end 300 personer i perioden kikkede ind på Cafe Saltos hjemmeside.

- Det er under alle omstændigheder ikke sidste gang, vi har benyttet os af elektronisk markedsføring her på Cafe Salto, slutter Loni Plet.