

W maju Afilo pozyskało nowych klientów na reklamę rozliczaną w modelu efektywnościowym. Uruchomione zostały m.in. kampanie dla sklepu internetowego Komputronik, sieci salonów i hurtowni RTV, AGD, nowych technologii - Mixelectronics i biura matrymonialnego MyDwoje.pl.

Kampanie dla Komputronik oraz dla Mixelectronics to kampanie sprzedażowe, mające na celu zdobycie jak największej liczby klientów kupujących w sklepach internetowych tych firm. Obie są rozliczane w modelu pay per click oraz pay per sale. Kampania dla portalu MyDwoje.pl skierowana jest do osób poszukujących życiowego partnera i jej celem jest pozyskanie rejestracji w portalu (pay per lead).

"Cieszymy się, że do grona naszych klientów dołączają firmy reprezentujące tak różnorodne branże i segmenty rynku. Potwierdza to, że oferta sieci afiliacyjnych, dzięki swej elastyczności, jest atrakcyjna zarówno dla dużych, jak i małych firm i że w każdej branży można ją efektywnie zastosować." - podsumowuje Paweł Sypczuk, dyrektor generalny Afilo.

Grupa ZPR