

Bezpośredni dostęp do portalu tylko dla klientów końcowych, wydzielona strefa dla agencji po zalogowaniu i możliwość wysyłania zapytania bezpośrednio z poziomu produktu, to nowe wręcz rewolucyjne zmiany na giftsonline.pl Właściciel po raz kolejny dokonuje czytelnego podziału rynku artykułów promocyjnych.

Wprowadzenie w marcu br. dwóch katalogów promomagazine.pl odzwierciedliło specyfikę branży. Podział dokonany w wyszukiwarce również spotkał się z entuzjazmem

- Ścisła współpraca i komunikacja z naszymi użytkownikami, pozwoliła nam spisać dokładną listę rzeczy które chcieliśmy wprowadzić. Po za zmianami w layoucie postanowiliśmy zrobić duży krok w kierunku porządkującym branżę. Wielu próbowało, ale nikomu się nie udało – to słyszeliśmy, podczas pierwszych wzmianek na o naszych planach. „Fioletowa rewolucja”, jak określiliśmy zmiany zakończyła się wielkim sukcesem – mówi Tomasz Gębka, manager projektu.

Wyszukiwarka dzięki zmianom w layoucie jest teraz znacznie bardziej przejrzysta dla przeciętnego internauty, szukającego swojego pomysłu na gadżet. Usprawniony został formularz zapytań, wprowadzono czytelny podział na województwa oraz zadbano o bezpośrednie przekierowanie zapytań z pozycji produktu do oferujących go firm.

Obecnie trwa szeroko zakrojona kampania reklamowa. Już ponad 100 tys. klientów końcowych otrzymało newsletter informujący o 17 tys. pomysłach na prezent, jakie firmy mogą znaleźć na pierwszej w Polsce wyszukiwarce giftsonline.pl Efektem jest prawie 20 tys. unikalnych użytkowników odwiedzających serwis miesięcznie. Największa akcja promocyjna w branży artykułów promocyjnych zakończy się 10 grudnia. Kolejne działania zaplanowane są równoległe do lutowych targów Rema Days.

www.giftsonline.pl