



Vågad marknadsföring gav resultat

Publicerad: 15 april 2010

Författare: Fredrik Norman

Syns man inte, finns man inte. Denna grundregel stödjer många verksamheter sig på när det kommer till att marknadsföra sig. Man måste dock inte följa det traditionella ledet för att nå sina mål. Det har Lågprisvaruhuset Mejks grundare anammat.-Vi kände helt enkelt att vi ville ge mer tillbaka till våra kunder istället för att bränna hundratusentals kronor på annonser varje år, förklarar Johan Eriksson och Magnus Krantz.

Lågprisvaruhuset Mejk har varje vecka ett par utvalda varor som alltid håller ett lägre pris än vad vi är vana vid i butikshyllorna. Dessa "lockvaror" har varit mycket uppskattat av kunderna genom åren och nu har man tagit konceptet ännu längre i ett led att effektivisera marknadsföringen. Det kan verka lite märkligt, men marknadsföringen har gått ut på att gå back på varorna.

Vid årsskiftet fattade Mejk beslut om att helt upphöra med den vanliga marknadsföringen i form av annonser och ge dessa pengar till kunderna istället. På detta vis "betalas" förlusten man gör på dessa varor. Man har själva valt att kalla det något av en Robin Hood-effekt.

-Vi kände inte att vanliga tidningsannonser gav oss något tillbaka. Det handlar ändå om drygt en kvarts miljon kronor per år. Vi tyckte att det var bättre att ge pengarna tillbaka till våra kunder istället, säger Johan Eriksson.

Responsten har så här långt varit jättebra och försäljningen ökar jämfört med samma månadsperioder i fjol.

-För att verkligen kunna pressa priset måste man även pressa leverantören så mycket som möjligt. Det är precis vad vi har gjort också, så prislappen är pressad redan innan vi själva sätter in vår prispress. Därför blir det så ganska billigt för kunden, säger Johan.

Ett exempel är att man nyligen sålde 1,5 L Coca-Cola för 5 kr. Utan press och "Robin Hood-konceptet", hade flaskan kostat kunden 11:90 kr.

-Vi sålde 1500 flaskor och gick back totalt 7000 kr eller 6 kr per flaska. Men kunderna var nöjda och då är vi nöjda, skrattar Johan och Magnus.

I samband med denna satsning, har Mejk även lagt en större del av marknadsföringen på nätet sedan årsskiftet. Bland annat håller man sina kunder ajour med en nylanserad [hemsida](#).

-Vi har precis börjat lära oss det här, men blir bättre hela tiden, tillägger Johan och Magnus.

Källa: LindeNytt.com

<https://lindenytt.com/nyheter/vagad-marknadsforing-gav-resultat/>