



Europas shopping- och konsumentportal Nr. 1

Ulrike Piesch
PR Manager EMEA
Tel +49 89 31767 378
Fax +49 89 35043 366
ulrikep@microsoft.com

www.ciao-group.com
www.ciao.de
www.socialmedia.ciao.de
www.twitter.com/ciaode

Microsoft Deutschland GmbH
Ciao Commerce Division
Leopoldstr. 236
80807 München | Deutschland

Geschäftsführung:
Achim Berg (Vorsitzender), Marcel
Schneider, Benjamin O. Orndorff,
Keith Dolliver

Amtsgericht München, HRB 70438

Om Ciao

Ciao är Europas ledande shopping- och konsumentportal¹ och erbjuder kunder i Tyskland, Storbritannien, Spanien, Frankrike, Italien, Nederländerna och Sverige utförlig produktinformation, konsumentomdömen och prisjämförelser på mer än 12,1 miljoner produkter i över 20 toppkategorier. I dagsläget finns det 5,9 miljoner kundrecensioner och produktomdömen från Ciao-användare på internet i form av skriftliga kundrecensioner och produktvideor. I dag räknas Ciao med sitt omfattande utbud på den kraftigt växande e-handelsmarknaden till de mest omtyckta konsument- och shoppingmötesplatserna på internet i hela Europa¹.

De sju Ciao-portalerna (www.ciao.se, www.ciao.de, www.ciao.fr, www.ciao.it, www.ciao.es, www.ciao-shopping.nl, www.ciao.co.uk) drivs av Ciao GmbH, vars huvudkontor ligger i München. Sedan den 15 oktober 2008 är Ciao GmbH en del av Microsoft Corporation (Nasdaq: MSFT). Ciao har även regionkontor i London, Timisoara (Rumänien) och Wrocław (Polen).

Ciaos historia

Konsumentwebbsidan Ciao lanserades i juni 1999 i München av ciao.com AG. I shoppingportalen kan kunder få information om produkter och samtidigt utbyta erfarenheter med andra konsumenter. Tack vare den nya portalen har den snabbt växande Internet-handeln också blivit informativare och säkrare.

Ciao är nu en av de främsta konsument- och omdömesportalen på marknaden. Alltsedan starten 2001/2002 har det unga Internet-företaget Ciao utnyttjat den pågående konsolideringen av denna nya ekonomi som ett tillfälle att fokusera på sina kärnområden, e-handel och marknadsundersökningar. År 2005 övertogs den växande verksamheten Ciao GmbH av den amerikanska koncernen Greenfield Online, Inc.

Från 1 maj 2007 är den europeiska marknadsledaren två affärsområden, Ciaos shoppingportal och Ciaos marknadsundersökningar, organiserade i två oberoende företag: Ciao GmbH och Ciao Surveys GmbH. Med två oberoende organisationsstrukturer kan de nya företagen nu fokusera hårdare på sina kärnverksamheter, shoppingportal med prisjämförelser och konsumentrecensioner respektive online-marknadsundersökningar, och utveckla sina ledande positioner inom dessa områden.

I oktober 2008 blev Ciao GmbH ett totalägt bolag till Microsoft Corporation (NASDAQ: MSFT). Förvärvet gör att Microsoft tydligt utökar sina tjänster inom sök och e-commerce i Europa.

Som väsentlig beståndsdel i den nya söktjänsten Bing från Microsoft och som shoppingkanal på MSN.de gör Ciao det lättare för konsumenter att fatta beslut om produkter och inköp med hjälp av rekommendationerna på nätmötesplatsen Ciao.

Tjänsteutbud

Konsument – och shoppingportalen Ciao

Shoppingportalen erbjuder kunder i England, Frankrike, Tyskland, Spanien, Italien, Nederländerna och Sverige omfattande tjänster inom e-handel på det egna språket. Ciao erbjuder kunderna detaljerad, oberoende och tydlig information om nätshopping från en enda källa.



På Ciao hittar konsumenter all relevant information om att handla på internet – oberoende, översiktligt och på ett och samma ställe. Ciao ger konsumenterna det bästa sökresultatet för individuella produkt- och inköpsbeslut, med 5,9 miljoner praktiska kundrecensioner och kundomdömen, detaljerad information om över 12,1 miljoner produkter och oberoende jämförelser av priser och butiker på internet.

Produktkategorier

Med över 20 produktkategorier täcker shoppingportalen alla viktiga områden inom nätshopping. Som en av Europas ledande leverantör och trendsättare expanderar Ciao oupphörligen sitt utbud av produkter och tjänster. Innovationer och behov på e-handelsmarknaden kan tillgodoses, samtidigt som dagens Internet-konsumenter erbjuds skräddarsydda erbjudanden.

Web 2.0

Som flaggskepp för omdömesportalerna på internet erbjuder Ciao sedan första början Web 2.0-funktioner. Under social/shopping-utbudet i Web 2.0 satsade Ciao tidigt på trenden "Rörelsebild på internet" och erbjuder som komplement till skriftliga produktomdömen även viderecensioner från användare av Ciao. En videorecension kan liknas vid en produktdemonstration som ges av en försäljare i en affär.

En översikt över Ciaos sju europeiska plattformar

- Sverige: www.ciao.se (sedan 03/2007)
- Tyskland: www.ciao.de (sedan 11/1999)
- England: www.ciao.co.uk (sedan 06/2000)
- Frankrike: www.ciao.fr (sedan 02/2000)
- Italien: www.ciao.it (sedan 03/2000)
- Spanien: www.ciao.es (sedan 05/2000)
- Nederländerna: www.ciao-shopping.nl (sedan 11/2005)

Ciaos reklammiljö

Ciao erbjuder annonsörer och webbutiker riktad marknadsföring mot sina målkunder genom effektiv annonspositionering i attraktiva sammanhang. Annonskampanjer på Ciao har visat sig ge bättre gensvar och större avslutskvot än genomsnittligt. Orsaken är att 90% av Ciao-konsumenterna är erfarna online-kunder som söker information aktivt. De utgör därför en aktiv målgrupp som är särskilt attraktiv. Genom att vända sig till kunderna under deras beslutsprocess eller vid köptillfället kan företag och återförsäljare aktivt påverka deras köpbeslut.

Online-annonsering

Ciao erbjuder annonsörer ett komplett utbud av standardiserade eller specialanpassade annonstyper, allt från FlashLayer, tandem ads och expanderande annonser till strömmande annonser. Kunderna erbjuds även skräddarsydda online-annonser i kundorienterade miljöer.

Tack vare den kraftfulla annonsservern (DoubleClick) kan Ciao säkerställa en flexibel leverans av annonsmedia till utvalda målgrupper och skräddarsydd rapportering till annonsören. Dessutom ger en mängd fallstudier från namnkunniga företag ytterligare information om framgångsrika annonskampanjer.

E-handel

På Ciao kan e-handelsföretag presentera sina produkter för en community med 3 miljon registrerade användareⁱⁱ i hela Europa över 21,11 miljoner unika besökareⁱ per månad. Företagens informationskanaler är dels webbutiker inklusive omfattande produktbeskrivningar och dels en mycket genomslagskraftig online-annonsering.

Med en målinriktad integrering i de olika produktkategorierna i Ciaos shoppingportal kan e-handelsföretagen öka sin exponering och antalet köptillfällen utan någon som helst risk. Försäljningen ökas markant eftersom debiteringen av företagen är helt prestationsbaserad utan vare sig installationsavgifter eller månadskostnader.

Hos Ciao får e-handelsföretagen fördelen av en transparent debiteringsmodell som baseras på CPC (Costs per Click). Det innebär att företagen faktureras en avgift för varje kund som vidarebefordras till webbutiken från shoppingportalen.

Till Ciaos omfattande nätverk med över 3.600 annonsörer och shoppingpartners kan nämnas CDWOW!, Misco, Inet, Netonnet, Pixmania, Conrad, Apple Store bland många andra.

Ciaos chef

Stephan Musikant – General Manager Sales and Marketing

Stephan Musikant är sedan juli 2009 General Manager Sales and Marketing vid Ciao Commerce Division hos Microsoft. Tidigare var han VD för europeiska Ciao GmbH sedan januari 2007. Från 1 maj 2007 är Ciao verksamt inom två olika affärsområden – shoppingportal med prisjämförelser och konsumentrecensioner samt Internet-baserade marknadsundersökningar – och som två oberoende företag, Ciao Surveys GmbH och Ciao GmbH. Stephan Musikant är, tillsammans med Daniel Keller, chef för Ciao GmbH och shoppingportalen i England, Frankrike, Tyskland, Spanien, Italien, Nederländerna och Sverige. Musikant var tidigare vice VD (sedan 2004) och ansvarade då för medieförsäljning och marknadsföring av Ciaos shoppingportal.



Före sin tid hos Ciao GmbH var Stephan Musikant försäljningsdirektör vid eCircle AG, en av Europas ledande leverantörer av digital dialogmarknadsföring. Musikant har även arbetet vid DoubleClick som försäljningschef inom Techsolutions i Central- och Östeuropa. Där ansvarade han för det växande reklamsegmentet i DoubleClicks begynnande europeiska verksamhet. Musikant startade sin karriär i IT-branschen som försäljare hos FAST Multimedia AG där han var marknadsansvarig för Tyskland, Österrike och Schweiz.

Stephan Musikant har en examen i företagsadministration och organisationsutveckling från universitetet i München.

Företagsfakta

Grundat:	1999 – Grundat av Frederick Paul och Max Cartellieri Från april 2005 förrän oktober 2008 – helägt dotterbolag till Greenfield Online Inc. Från oktober 2008 – Ciao GmbH är en del av Microsoft Corporation sedan 1 juli 2009 – Ciao Commerce Division är en del av Online Service Group hos Microsoft Corporation
Ciaos chef :	Stephan Musikant, General Manager Sales and Marketing
Ciaos huvudkontor:	Ciao Commerce Division Microsoft Deutschland GmbH Leopoldstraße 236 80807 München Tyskland
Ciaos regionkontor:	München, London, Timisoara (Rumänien), Wrocław (Polen)
Tjänster:	Oberoende shoppingportal med prisjämförelser och konsumentrecensioner i sju europeiska länder och på sju olika språk: Sverige: www.ciao.se (sedan 3/2007) Tyskland: www.ciao.de (seit 11/1999) England: www.ciao.co.uk (seit 6/2000) Frankrike: www.ciao.fr (seit 2/2000) Italien: www.ciao.it (seit 3/2000) Spanien: www.ciao.es (seit 5/2000) Nederländerna: www.ciao-shopping.nl (seit 11/2005)

Kunder / partners: t.ex. CDWOW!, Misco, Inet, Netonnet, Pixmania, Conrad, Apple Store

Affärsidé: „Cost per Click“ (CPC), online-annonsering

Tekniska data

Konsumentrecensioner/community:

Produkter: > 5,9 miljonerⁱⁱ
Registrerade användare i Ciao-Community Europa: > 3 miljonerⁱⁱ
E-handelsföretagen: > 3,600
Unika besökare i Europa: > 45 miljonerⁱⁱ
Unika besökare i Sverige: > 356,000 tusenⁱⁱ

Prisjämförelser:

Produkter: ~ 12,1 miljonerⁱⁱ
Kategorier: > 20 kategorier

ⁱ ComScore MediaMatrix / Augusti 2010/ Studierna omfattade Sverige, Tyskland, England, Frankrike, Italien, Spanien och Nederländerna

ⁱⁱ Omniture, 30 September 2010