

## **Notabene.net skifter navn til Guava A/S**

*Notabene.net, der siden opstarten i 1998 har haft stor succes med søgemaskinemarkedsføring, og ni andre virksomheder vil fra i dag alle indgå under selskabsnavnet Guava. Virksomheden starter op med trecifrede vækstrater de sidste par år og en omsætning på DKK 270-300 millioner, et resultat på over DKK 30 millioner i indeværende regnskabsår samt en egenkapital på knap DKK 400 millioner.*

Notabene.net A/S skifter navn til Guava A/S og samler alle datterselskaber i Danmark, Sverige, Norge og England under samme brand. 212 mand i alt med 120 medarbejdere alene i Danmark er klar til at tage kampen op med de største marketinghuse i Norden.

De sidste halvandet år har det børsnoterede selskab Notabene.net brugt DKK 250 millioner på opkøb af en lang række danske og udenlandske virksomheder med spidskompetencer inden for online markedsføring, søgemaskinemarkedsføring, digital kommunikation, branding, new media, affiliate marketing, user experience, analyse og strategi.

Fra den 29. maj 2008 samles alle selskaberne under samme brand – Guava. Strategien er klar: At skabe et full service online agency inden for online markedsføring, hvor virksomheder kan få hjælp med indsigt-baseret rådgivning, fastlæggelse af strategi og løbende sparring samt eksekvering af planer og ideer via Guavas værktøjer, produkter og kompetencer.

- Jeg vil ikke lægge skjul på, at vi med navneskiftet til Guava også løfter overlæggeren for vores ambitionsniveau. Vi har samlet nogle af de bedste spidskompetencer inden for en række kommunikationsdiscipliner, hvor fællesnævneren er markedsindsigt, analyse, strategi, digital online-kommunikation og ikke mindst dygtige mennesker, som har sat høje standarder inden for deres respektive kompetenceområde, siger Brian Mertz Pedersen, administrerende direktør, Guava.

### **Stor vækst skal give mere vækst**

Notabene.net var i 2006 ved notering på First North under Københavns Fondsbørs 26 medarbejdere med en markedsværdi på ca. DKK 70 millioner. I dag beskæftiger Guava 212 medarbejdere og markedsværdien på børsen er DKK 515 millioner med en forventet omsætning på DKK 270-300 millioner i indeværende regnskabsår. I de forgangne år har der været trecifrede vækstrater, og med en egenkapital på knap DKK 400 millioner er selskabet godt rustet til fortsat vækst såvel organisk som via flere opkøb.

Ambitionerne i Guava er en samlet omsætning på DKK 500 millioner ved udgangen af 2010.

### **Kommunikation skal kunne måles og vejes**

Få annoncører kender i dag den fulde effekt af de brugte marketingkroner. I Guava er det altid hensigten, at udtænke kampagner med alle relevante kommunikationskanaler i spil. Målbarheden er i dag vigtig for kunderne, og den tendens vil blive tydeligere i fremtiden. Derfor er Guava også fokuserede på at skabe målbarhed, blandt andet via de digitale kanaler.

- Vi er et selskab, der kan være med i hele processen fra at skabe reel markedsindsigt over kreativ og elektronisk eksekvering til målbarhed. Virksomhederne kan spare millioner ved at arbejde med markedsindsigt, altså hvem kommunikationen rammer, og hvad modtageren vil have. Yderligere millioner kan spares ved at måle sine marketingaktiviteter. Hvad fungerer og hvad fungerer ikke? Guava har en nøglesætning uanset hvor i processen, vi er med. Sætningen er *salgsorienteret på kundernes vegne*, siger Brian Mertz Pedersen og fortsætter:

- Det er for en virksomhedsledelse anno 2008 vigtigt at have en nedskrevet digital kommunikationsstrategi. I Guava har vi internettet som strategisk omdrejningspunkt, og vi ser hver dag, hvor meget de nye kanaler påvirker kundevendte processer hos vores eksisterende kunder. Det handler blandt andet om at opbygge loyalitet mellem forbrugerne og virksomheden, hvis man vil have effekt af sine brugte marketingkroner. Det kræver indsigt og strategi samt kompetencen til at omsætte strategien til resultater, herunder salg og nye kunder, siger Brian Mertz.

### **Performance Marketing**

En af bevæggrundene for at samle alle selskaberne under Guava er de sidste par års debat om den manglende onlinekompetence i den danske marketingbranche. Moderne virksomheder vil have og se præstationer, men de vil også kunne aflæse resultatet af dem. Guava arbejder med begrebet performance marketing for at understrege selskabets fokus på salg og målbar marketing.

### **Yderligere information, kontakt venligst**

Brian Mertz Pedersen  
Adm. direktør  
Tlf.: 70 27 80 89

Eller

Mads Byder  
Tlf. 2062 7727  
[mads@help-pr.dk](mailto:mads@help-pr.dk)