

Stockholm 25 februari 2008

PriceRunner satsar på videorecensioner

PriceRunner ger nu användarna möjligheten att dela med sig av sina produkterfarenheter i rörliga bilder. Användarna uppmuntras att själva filma sina produktrecensioner och ladda upp dem på Pricerunner.se. På drygt en vecka har över trehundra filmer laddats upp.

- Det har varit ett stort intresse. Det känns jättespännande att kunna erbjuda användarna att både ladda upp och titta på videorecensioner. Om man är intresserad av en produkt så kan en video i många fall ge bättre information än en stillbild, säger Victor Dahlborg, marknadschef på PriceRunner.

PriceRunner var bland de första sajterna i Sverige att erbjuda sina användare att ta del av andra besökares produktbetyg. Det blev snabbt ett uppskattat komplement för konsumenter som varje dag letar efter det lägsta priset på olika varor och tjänster på sajten. Nu öppnas möjligheten att ladda upp och titta på videorecensioner från andra konsumenter.

300 filmer efter en vecka

För att öka intresset i uppstartsfasen så delar Pricerunner ut 200 kronor till dem som laddar upp en videorecension. En miljon kronor är avsatta för kampanjen som avslutas när miljonen är slut eller senast den sista april 2008. Hittills har intresset varit stort. På drygt en vecka har över 300 filmer laddats upp.

- Det är kul att så många redan laddat upp recensioner. Att kunna ge tillbaka något till våra användare som hjälpt oss så mycket genom åren med att sätta betyg på butiker och produkter är fantastiskt, säger Victor Dahlborg.

Konsumentanpassad hemsida

Samtidigt som lanseringen av videorecensioner görs, har PriceRunners hemsida fått ett nytt utseende. För att ta fram den nya designen har konsumenter bjudits in till att delta i fokusgrupper där användarnas ögonrörelser undersökts och testats på olika designförslag. Bland nyheterna på sajten syns en tydligare sökfunktion, en kategorilista som gör det lättare att hitta och en mer överskådlig förstasida.

- Självklart är det ett stort steg för oss att lansera den nya designen, och det är bara början på det förändringsarbete som kommer att påverka hela sajten, säger Victor Dahlborg.

För mer information kontakta:

Stefan Karlsson, PR-ansvarig PriceRunner, mobil 0707-99 46 51

Victor Dahlborg, marknadschef PriceRunner, mobil 0709-25 35 95

Se även PriceRunners kampanjsida här: <http://www.pricerunner.se/payback.html>

Om PriceRunner

PriceRunner är den ledande konsumentguiden för pris- och produktjämförelser. På ett och samma ställe listas de lägsta priserna, flest kundrecensioner och det största utbudet av produktinformation. Företaget har verksamhet i Sverige, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Danmark, Österrike och USA. C:a 6 miljoner unika användare utnyttjar varje månad PriceRunners tjänst. Vi uppdaterar c:a 12 miljoner priser varje dag och jämför priser på produkter som tv-apparater, mobiltelefoner, digitalkameror, mp3-spelare, bärbara datorer och vitvaror, till bredband, resor och kontaktlinser. PriceRunner listar även - till skillnad från andra jämförelsesajter - priser från fysiska butiker. Företaget grundades 1999 och har sitt huvudkontor i Stockholm. PriceRunner förvärvades i augusti 2004 av det amerikanska online-marknadsföringsbolaget ValueClick, Inc. (Nasdaq: VCLK). För ytterligare information, vänligen besök www.pricerunner.se.

Den här releasen kan innehålla uttalanden och spekulationer om framtida utveckling som kan komma skilja sig från verkligheten. För detaljerad beskrivning se Forward looking statement disclaimer på <http://se.pricerunner.com/pressrum.html>.