

# Vækstfirma knækker onlinekode

24. maj 13 | [Bureauer](#) | Skrevet af Jakob M. Larsen |

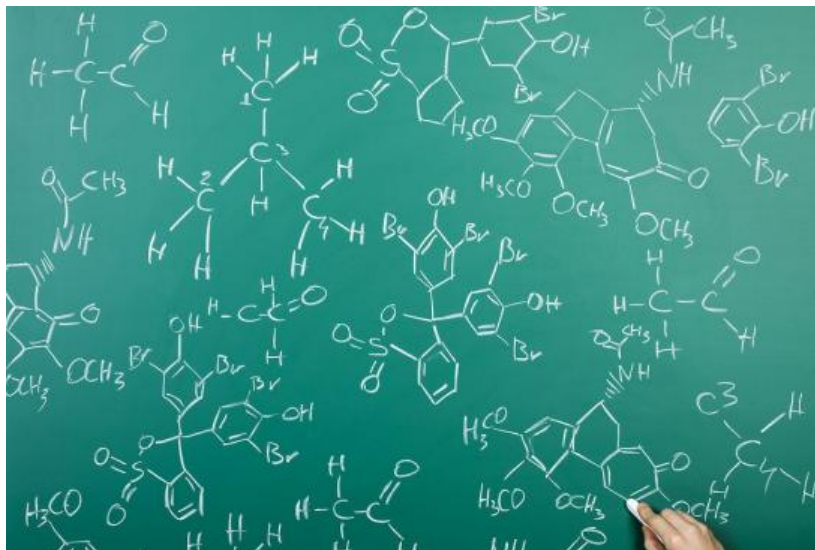


Foto: Scanpix/Iris

**Danske 123hjemmeside trykkede markedsførings-speederen i bund i fjor internationalt, hvilket kostede på bundlinjen. Det er helt efter planen, lyder det fra firmaet, som præcist ved, hvad en ny kunde koster på nettet.**

For 123hjemmeside, der har specialiseret sig i at sælge enkle hjemmesider til markedsføring af personer og brands, blev 2012 et år i vækstens tegn.

- Vi trådte tungt og kontrolleret på markedsførings-speederen i 2012, og det gør vi også i år, lyder det fra Morten Elk, der er CEO for 123hjemmeside.

Virksomheden har sat sig for at brede konceptet ud globalt, men den slags koster. Det blev således til et lille minus på bundlinjen i 2012, og det vil også blive til røde tal i 2013.

- Men det er helt efter planen. Vi har satset, og bliver ved med at satse. Det koster nu, men væksten er som den skal være, så vi er helt sikkert på rette spor, siger han.

I årets tre første måneder blev det til en vækst i omsætningen på 30 procent. I 2012 landede den samlet på 22 procent.

## Vækst koster...

Det viser, mener Morten Elk, at forretningsmodellen, der skal realisere virksomhedens drøm om at [sælge enkle hjemmesider verden over](#), holder.

Han forventer at have 89.000 abonnementskunder i butikken til nytår mod 59.000 ved udgangen af 2012.

- Vi har tilføjet seks nye lande i maj og åbner tre i de kommende måneder, så vi kommer op på 24 lande i alt. Vi forventer, at det øger vækstraten til over 30 procent i resten af 2013, siger Morten Elk.

## Acceptabel akkvisitionspris = livstidsomsætning / 3

Optimismen binder han bl.a. op på, at selskabet efterhånden er trængt ind på mange markeder og derfor ret præcist ved, hvad det koster at lande nye kunder via online markedsføring på nye markeder.

- Derfor er likviditeten næsten eneste grænse for væksten, lyder det optimistisk fra Morten Elk fra 123hjemmeside, der i fjor tiltrak en millioninvestering fra [Jobindex-skaberen Kaare Danielsen](#).

*Så I har knækket annoncekoden på nettet? Det bør du udbyde.*

- Vi ved, at vores kunder i gennemsnit bruger systemet i tre år, og vi kan gennem annoncering på Google Adwords udregne en sikker pris per ny kunde. Dermed har vi en enkel formel, hvor investeringen i annoncer kommer tredobbelte tilbage gennem de nye kunders fremtidige abonnementsbetalinger, siger Morten Elk.

*Spændende, fortæl noget mere.*

- Vi kan løbende måle frafaldsprocent og viral-koefficient ret præcist. Det er altså ikke så svært. I store træk bare forholdet mellem frafald og totalbasen og forholdet mellem "spontan tilstrømning" og totalbasen. Og

begge parametre kan vi måle løbende - fx på månedsbasis, siger han.

*Nu er jeg jo journalist, så skær det lige ud i pap.*

- Med de to parametre kan vi lave en simulation i Excel – eller bruge en egentlig matematisk formel – til at beregne det gennemsnitlige antal kundemåneder, en ny kunde forårsager, når

vi tager højde for både frafald og viral-tilstrømning. Så kan vi gange med den gennemsnitlige månedsomsætning per kunde, og dermed har vi den forventede livstidsomsætning, vi får ind, hver gang, vi rekrutterer en ny kunde, siger han.

*Aha, så formelen lyder?*

- Acceptabel akkvisitionspris = livstidsomsætning / 3. Dermed er det muligt at styre SEM og klikpriser osv. for at ramme denne pris. Så man kan sige, at formelen lader os beregne den acceptable kundepris, og så styrer vi direkte markedsføringen efter det, siger Morten Elk.

*Og formelen er universel, eller hvad?*

- Nej, for Søren. Der er naturligvis variation i parametrene marked for marked, og dermed variation i den beregnede livstidsomsætning, og dermed i den acceptable akkvisitionspris, siger han og slutter: "Men det er på den baggrund, at vi lige nu investerer i det, jeg vil kalde profitabel vækst – det koster på den korte bane, men kan virkelig betale sig, når man ser lidt længere ud i fremtiden".

### 123hjemmeside, Nøgletal 2012

- › Omsætning: 33,3 mio. (2011: 27,4 mio.)
- › EBIT: -1,6 mio. (2011: 2,6 mio.)

[Share](#)

### Debat-regler

Vi ønsker en sober debat på markedsføring.dk, og derfor indfører vi tre regler:

- › Anonymiserede indlæg slettes uden begrundelse. Hvis debat skal give mening, skal vi stå ved vore holdninger.
- › Person-angreb, motivforskning og lignende angreb på "manden" fjerner vi skønmæssigt. Gå efter bolden, kære læsere.
- › Den tredje regel handler om markedsføring af eget bureau eller person. Den går ikke. Det burde være indlysende for folk i kommunikations-branchen, men nu er princippet knæsat. Og det er redaktionen, der er den ultimative dommer.

