**Pressemeddelelse**

November 2018

**Miinto øger salget i lokale modebutikker med mere end 50 millioner DKK på Black Friday!**

**For de over 1.600 modebutikker, der er en del af online modeportalen Miinto, steg omsætningen med over 200% i forhold til sidste års Black Friday event. Dette svarer til en rekordomsætning på mere end 50 millioner DKK under Black Friday.**

Black Friday er traditionelt en fest for de store fysiske butikker og webshops, men modeportalen miinto.dk samler de bedste af landets fysiske modebutikker, så de kan være med til årets største shoppingfest – og Black Friday 2018 blev en større succes end nogensinde før.

Miinto indhentede sidste års omsætning for Black Friday allerede dagen før, den egentlige event startede, ved om torsdagen at åbne op for kunder, der allerede havde købt på portalen i løbet af året. Den forpremiere blev en væsentligt større succes end håbet og gav en fantastisk start på Black Friday.

*– Jeg er lykkelig over, at vi kan få solgt en masse fede varer fra de bedste, fysiske modebutikker. Butikkerne rundt om i landet er presset, og jeg ønsker ikke, at vi i fremtiden ser tomme butikslokaler og ikke har mulighed for at komme ned og få den personlige service og oplevelse, som det er at handle i de rigtige butikker. Så jeg er virkelig glad for, at vi lykkedes med at slå alle rekorder og få solgt en masse varer fra danske butikker. Der er rigeligt af produkter på markedet, de skal bare sælges, og hellere sælge dem der allerede er i landet fremfor, at det er de store udenlandske webshops, der får salget,* siger CEO i Miinto, Konrad A. Kierklo

Butikkerne kan mærke den store ekstraomsætning, der bliver skabt på få dage, og det har stor betydning for hver enkelt butik ifølge **Trine Kær fra Butik Blossom i Nibe.**

– *Vi er en lokal modebutik med egen webshop. Vi har flotte trafiktal, men jo ikke samme antal besøgende og trafik som miinto.dk. Uden Miinto ville vi være blevet presset på salget af de store webportaler disse dage. I stedet har dette års Black Friday-event givet os en omsætning på over 500.000 DKK på få dage, som vi ellers ikke havde haft, og det gør selvfølgelig en kæmpe forskel for os,* siger Trine Kær fra Butik Blossom.

Ifølge Miinto har en god dialog med deres partnere og en ekstra marketingindsats resulteret i den stærkt øgede omsætning:

*– Vi har været i tæt dialog med vores partnere for at få at vide, hvilke produkter de forventede at nedsætte, og vi har givet anbefalinger til, hvor og hvor meget vi mener, de skulle nedsætte produkterne for at få størst effekt. Efterfølgende har vi sendt indkøbsanbefalinger til butikkerne, så de kunne forsøge at få flere af de populære varer på lager inden Black Friday. Samtidig med det har vi udvidet vores annoncering og styrket marketingindsatsen generelt. Vi investerer hele den kommission, vi får fra butikkerne for at sælge deres varer, i markedsføring af platformen. Det har medført, at vi i år investerer 50% mere end sidste år i marketing, og det kan bare mærkes på trafikken,* siger CMO i Miinto, Malthe Cederborg

***//***

***Baggrund:***

**Black Friday 2017 vs. 2018**

* Miinto’s omsætning er mere end fordoblet fra 2017 til 2018
* Antallet af butikker i Miintos netværk er nu over 1.600 på tværs af alle markeder
* Investeringerne i digital markedsføring er øget med over 50% det seneste år
* Antallet af udviklere og tech-medarbejdere er udvidet og udgør nu en tredjedel af alle ansatte

**Miintos netværk‬‬**