

Sajtóközlemény – azonnal közölhető

Együttműködik a két vezető összehasonlító portál A Netrisk.hu és az Árukereső.hu közös márkaoldalt indított

Budapest, 2013. május 7. – A Netrisk.hu több mint egymillió felhasználójának a biztosítási termékeken túl a jövőben több százezer műszaki cikk közvetlen összehasonlítására nyílik lehetősége a biztosítási portál és az Árukereső.hu közös márkaoldalán. A felület létrehozása az első lépést jelenti a saját területeiken piacvezető összehasonlító oldalak hosszú távú együttműködésének, amellyel a két partner a fellendülő e-kereskedelemben rejlő lehetőségek minél hatékonyabb kihasználását kívánja elérni.

A közös márkaoldalon elsőként a Netrisk.hu szolgáltatásához közvetlenül kapcsolódó autós és motoros termékek jelennek meg az Árukereső.hu legnépszerűbb főkategóriái, a műszaki cikkek és a háztartási gépek mellett. A partnerek folyamatosan vizsgálják az együttműködés szélesítésének lehetőségét, amelynek eredményeként mind a Netrisk.hu 1 millió regisztrált felhasználója, mind az Árukereső.hu portál havi 2,4 millió látogatója hamarosan további közvetlen szolgáltatásokat érhetnek majd el.

„Gyakorlatilag azonos üzleti filozófiával rendelkezünk új partnerünkkel – indokolja az együttműködést Pap Balázs, a Netrisk.hu vezérigazgató-helyettese. – Arra törekszünk, hogy a felhasználók jó döntéseket hozhassanak, ezért minél több ajánlatot teszünk könnyen elérhetővé számukra. Jelenleg komoly áttörés zajlik az online kereskedelemben: alapvető gátak törnek át a vásárlási szokásokban, miközben az aktuális helyzet is egyre racionálisabb döntésekre sarkallja a háztartásokat. Az Árukereső.hu portállal megkezdett együttműködésünkkel ezeknek a kihívásoknak tudunk a korábbinál is hatékonyabban megfelelni.”

A hazai e-kereskedelem forgalma az eNet becslése szerint 2012 végére megközelítette a 180 milliárd forintot, és immár 1,6 millió felett jár az online vásárlók száma. Az Árukereső.hu és az eNET közelmúltban végzett kutatása szerint a piaci szereplők erre az évre a forgalom további mintegy 20 százalékos bővülését várják.

„Internetes vásárláskor az idő- és költségmegtakarítás mellett további fontos szempont és elvárás a termékek és szolgáltatások széles kínálata – tette hozzá Palocsay Géza, az Árukereső.hu operatív igazgatója. - A közös márkaoldal létrehozásának gondolatát is ez az igény hívta életre. Tény, hogy a már sokat emlegetett válság új fogyasztói szokásokat alakított ki, így jött létre a XXI. század internetes vásárlója, amelynek fő jellemzője az információéhség, az aktivitás és az állandó időhiány. Erre a változásra reagálva és a vásárlói elvárásokat figyelembe véve alakítottuk ki a Netrisk.hu felhasználói részére az oldalt. Meggyőződésem, hogy a két, több éves szakmai tapasztalattal rendelkező piacvezető cég együttműködése egy valódi értéket adó szolgáltatást eredményez.”

További információ:

Füleki Éva

Árukereső.hu

tel.: +36 30 327 5953

e-mail: pr@arukereso.hu

Varga Péter

Target Communications

tel.: +36 30 328 7186

e-mail: varga@targetcom.hu

A Netriskről:

Az 1994. január 31-én alapított, idén 19 éves társaság 2001-ben Magyarországon elsőként tette lehetővé a biztosítások összehasonlítását és megkötését az interneten. A Netrisk.hu azóta piacvezető az online biztosításközvetítés piacán, regisztrált ügyfeleinek száma meghaladja az egymilliót. A biztosítások megkötése során teljes körű ügyintézés nyújtó szolgáltató a kötelező biztosításon kívül a biztosítók casco, utas-, lakás- és életbiztosítási termékeket is forgalmaz a www.netrisk.hu portálon keresztül.

Az Árukereső.hu-ról:

Az [Árukereső.hu](http://Arukereso.hu) Magyarország piacvezető árösszehasonlító oldala, egyben online vásárlási kalauz, amely 2004 óta több millió vásárlásban segítette már a felhasználókat és a boltokat. Látogatói jelenleg több mint 1000 webáruház 2,9 millió terméke közül válogathatnak az oldalon. Az Árukereső.hu küldetése, hogy összegyűjtsön és könnyen összehasonlíthatóvá tegyen termékeket és árakat, melyek közül a jövőbeni vásárló a számára fontos szempontok alapján egyszerűen és gyorsan választhatja ki a neki legkedvezőbb ajánlatot. Céljuk, hogy szolgáltatásaik folyamatos fejlesztésével és kiegészítő szolgáltatásaik révén fokozzák a vásárlási élményt és megkönnyítsék a döntéshozatalt, ezzel népszerűsítve a gazdaságos és környezetbarát internetes vásárlást.