

SÅDAN SKABER DU

- en succesfuld abonnementsforretning ...



DAGENS AGENDA

- Præsentation
- 80% forskelligt fra normal eCommerce
- De 20 trin - en oversigt
- Abonnements-modellen
- Kundeservice
- Minimér churn
- Beløn loyalitet
- Få de rigtige medlemmer
- Spørgsmål



<https://signupacademy.com/boeger/>

DAGENS VÆRTER

Kim Østergaard



- CEO & Grundlægger af MarketingPlatform
- Har bygget en række online virksomheder op:
 - Bestseller
 - TrendyBaby
- Konsulent for europæiske retailere (i abonnement)
- Holder gerne foredrag
- Connect gerne på LinkedIn:
 - <https://www.linkedin.com/in/kimostergaard/>

Andreas Dirksen



- CEO & Grundlægger af SignUp Academy
- Har bygget en række abonnement virksomheder op:
 - Bladkiosken
 - Plusbog
- Investor, 5 aktive investeringer
- Konsulent, har hjulpet mere end 50 virksomheder
- Connect gerne på LinkedIn:
 - <https://www.linkedin.com/in/andreasdirksen/>

ANDREAS' BAGGRUND

- Jeg skabte DK's første store fordelsklub, Plusbog

BØRSEN. LØRDAG

LØRDAG 22. AUGUST
NR. 33 / 2015

Iværksætter scorer formue som bogpusher

På fem år har Andreas Dirksen opbygget Danmarks største bogklub, Plusbog.dk, med en omsætning tæt på 100 mio. kr. "Jeg har hele tiden troet på, at det kunne blive kæmpe stort," siger han. Side 4-11



ERHVERVS.Magasinet

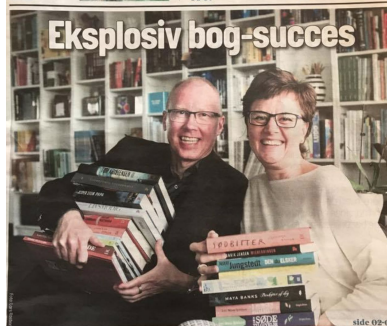
Tirsdag
13.06.2017

Randers Amtsavis
Jordemoder
hvis verdens
nedliddende.
04-05

Social rengøring
- Jeg ser ting, jeg ikke
har lyst til at se.
06-07

Den stærke krone
kan gøre din
sommerferie billig
16

Eksplodiv bog-succes



■ ERHVERV

Andreas Dirksen om optagelse i Blå Bog: Det er fantastisk

AF: JEPPE BJERRE TRANS, JEBTS@AMTSAVISEN.DK
Publiceret 09. juni 2017 kl. 10:32

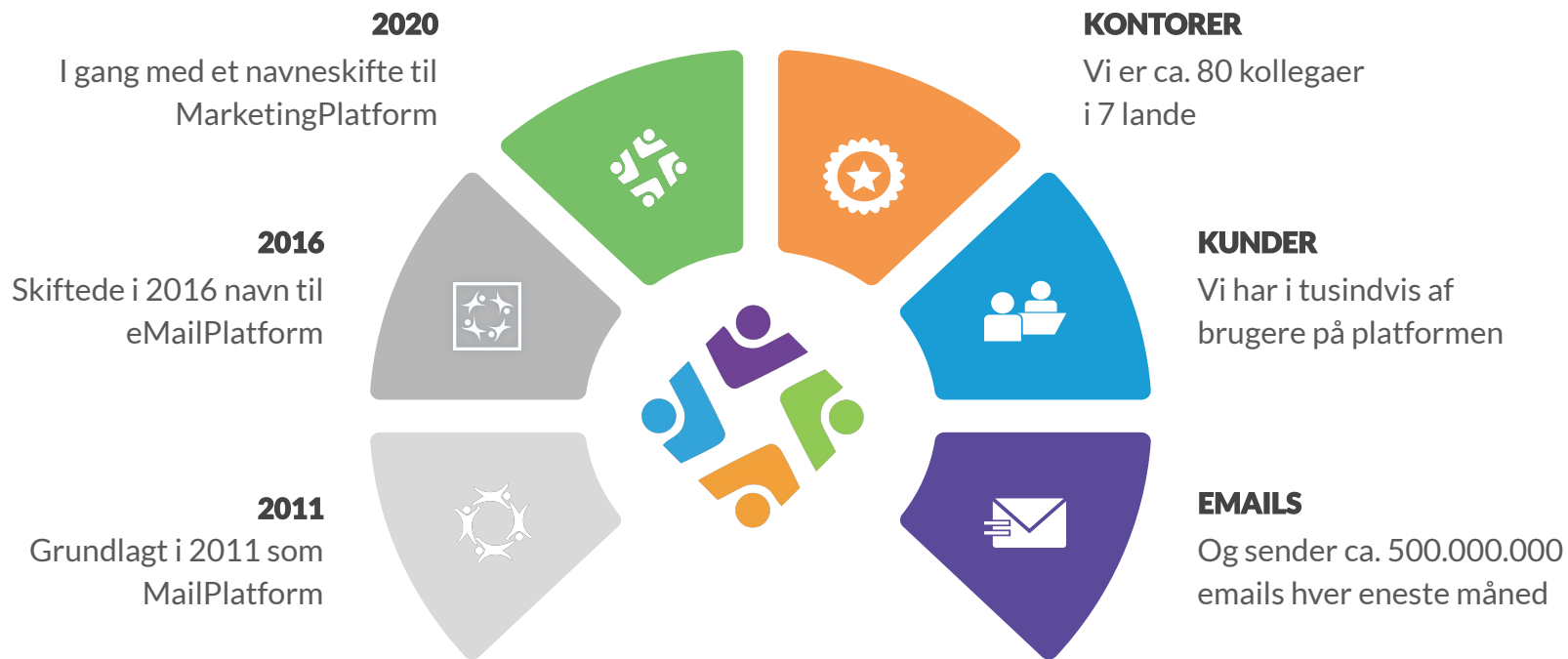


SIGN UP BOGEN

- En fantastisk bestseller i 2019 i Danmark
- #1 i UK, Australien og USA 



LIDT OM HVEM VI ER



OMNICHANNEL INPUT/OUTPUT OG ...

- Flade data
- Dybe data (One-to-Many) og CDP
- Tracking

Adfærd og Events fra Website mm.

- Output til mange kanaler

Email, SMS, Social, Audiences, App

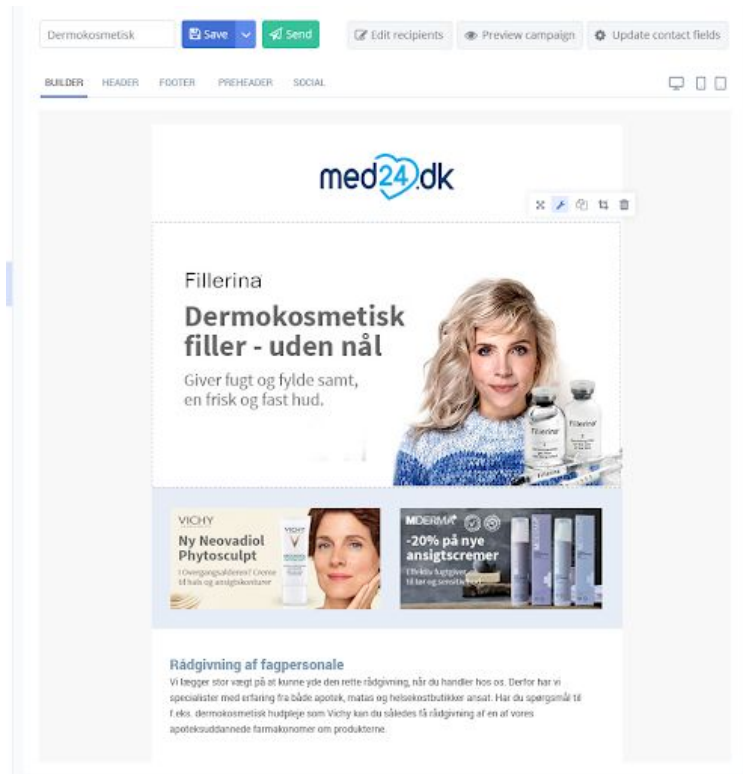
- Segmentering
- Feeds med produkter



MED24 STILLER KRAV TIL HASTIGHEDEN

- Med24 anvender alle facetter af eCommerce løsningen, der giver mulighed for CDP på ordredata fra webshoppen

“Hos Med24 arbejder i gennemsnit 2.5 fuldtidsmedarbejder konstant i MarketingPlatform. Det stiller krav til hastighed og robusthed af platformen. Bare få sekunders ventetid betyder stor irritation hos medarbejderne.”



ABONNEMENTS-REVOLUTION

HBO®



Spotify®

GOODIEBOX

dribe



zipcar®



Central
Car Wash
AALBORG



mofibo

amazon.com
Prime

Winefamily

VINKLUB

luxplus

Microsoft®



Office 365

Plusbog^{.dk}

BARBER KLINGEN

lejebolig.dk



PrinterGuys
Glem leasing. Det er smartere at leje.

SIMPLE
Feast

NETFLIX

goodtalks
Connecting courageous women



COOLSHOP

saxo



AARSTIDERNE

legalUp



GoLearn

marketingplatform



80% FORSKELLIGT



DET ER IKKE ECOMMERCE

- En abonnementsforretning er IKKE som at drive eCommerce
- En abonnementsforretning er LANGT mere robust end eCommerce
- En abonnementsforretning har andre KPI'er end eCommerce
 - eCommerce = Så mange ordrer med så stor avance som muligt
 - Abonnement = Så mange medlemmer som muligt med lav churn
- En abonnementsforretning tjener penge anderledes end eCommerce
 - Indenfor software tjener du pengene $\frac{1}{3}$, $\frac{1}{3}$ og $\frac{1}{3}$ (år 1, 2 og 3)
 - Afhængig af din abonnementsperiode ...



DE 20-TRIN



Abonnementskonge-modellen



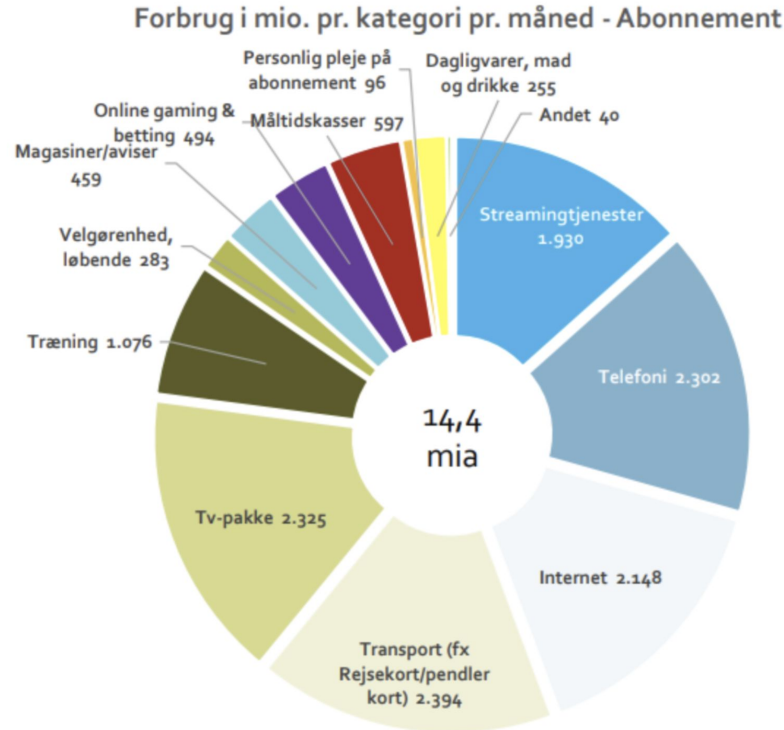


ET KÆMPE VÆKSTOMRÅDE



ET OMRÅDE I VÆKST

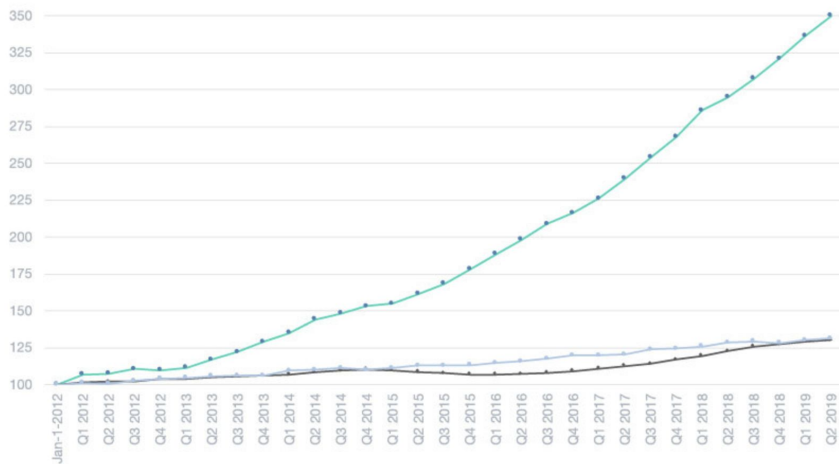
- Abonnementsforretninger tager nu 21% af al ehandel i DK ifølge FDIH



KÆMPE VÆKST!

I USA vokser abonnements-virksomheder 5 gange hurtigere end S&P 500 – virksomhederne 🚀💥

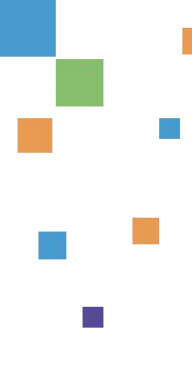
THE SUBSCRIPTION ECONOMY INDEX LEVEL VERSUS
S&P 500 AND RETAIL SALES GROWTH





HVORFOR DEN KÆMPE VÆKST ?





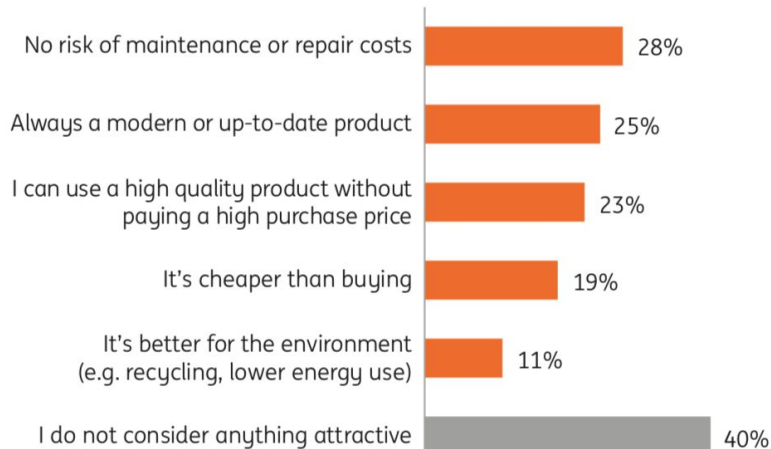
1: FRA EJERSKAB TIL ADGANG

57% af os ønsker
at eje mindre end i dag!

1: FRA EJERSKAB TIL ADGANG

Europeans value subscriptions for lower risks and modern products

What do you consider attractive in durable goods subscriptions? % of Europeans



Source: Motivaction, ING Economics





2: PARADIGMESKIFT

Fokus er skiftet:

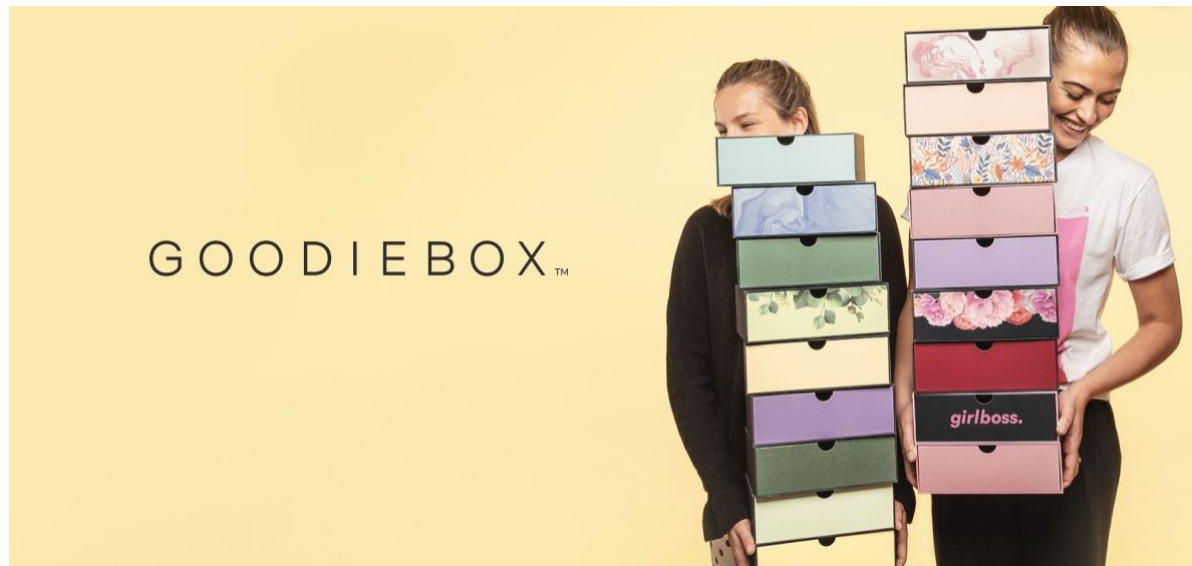
Fra salg og produkter/services

Til fokus på **relationer**

SKO-CASEN



FOKUS PÅ RELATIONER CASEN





ABONNEMENTS-MODELLEN

FORDELE VED EN ABO-FORRETNING

For kunden

- Spare penge
- Eksklusivitet
- Convenience
- Inspiration
- Mindre kompleksitet
- Adgang til et fællesskab

Det handler om kontinuerligt at levere værdi

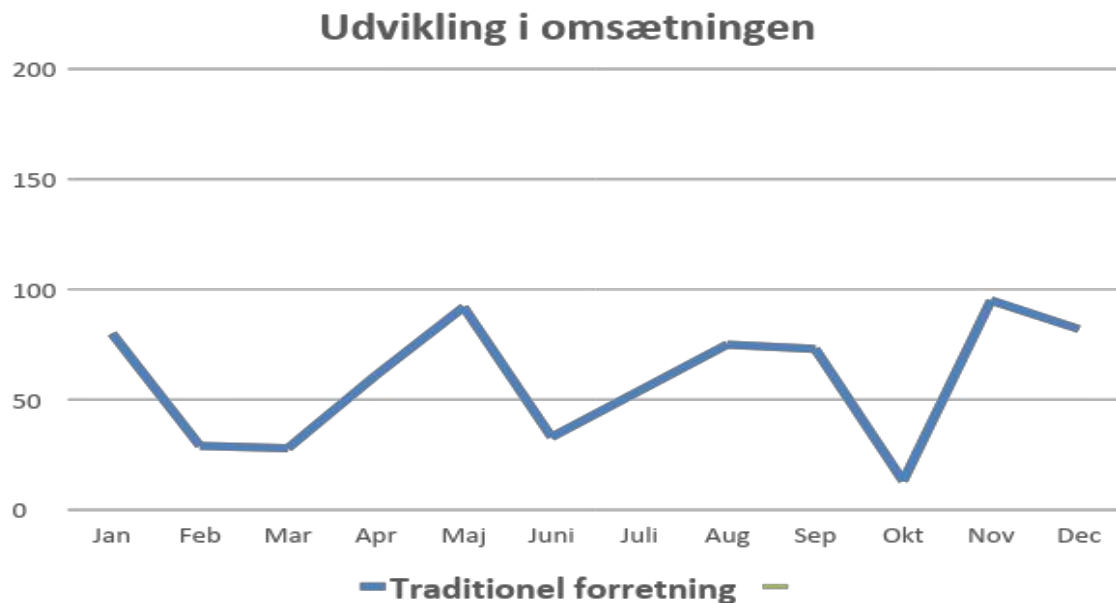


DINE FORDELE VED EN ABO-FORRETNING

- En forretning der vokser markant hurtigere
- Markant større kundeloyalitet
- Mere salg
- Mindre salgs- og marketing udgifter
- Faste forudsigelige automatiske indtægter 💰💰💰💰💰

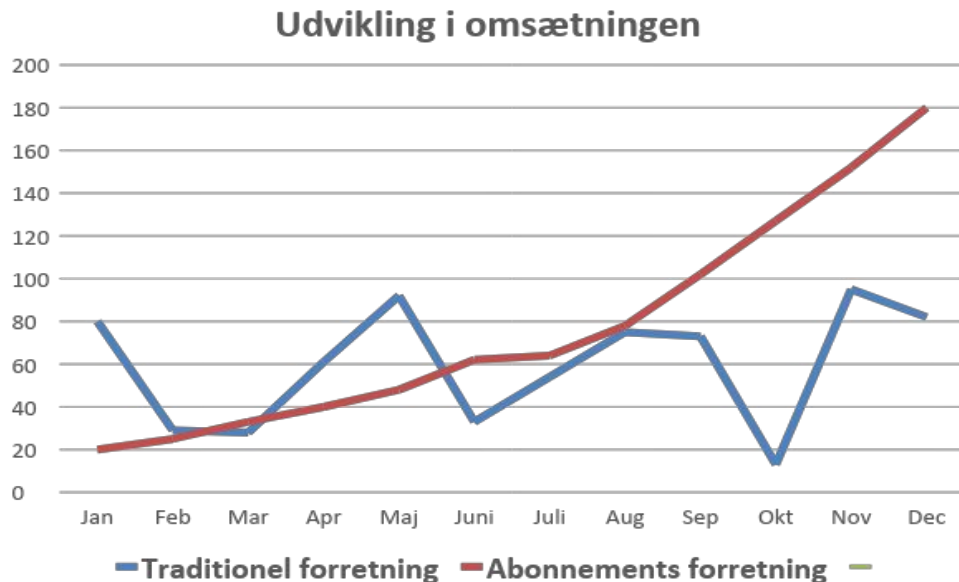


NU: DU STARTER FRA 0 HVER MÅNED



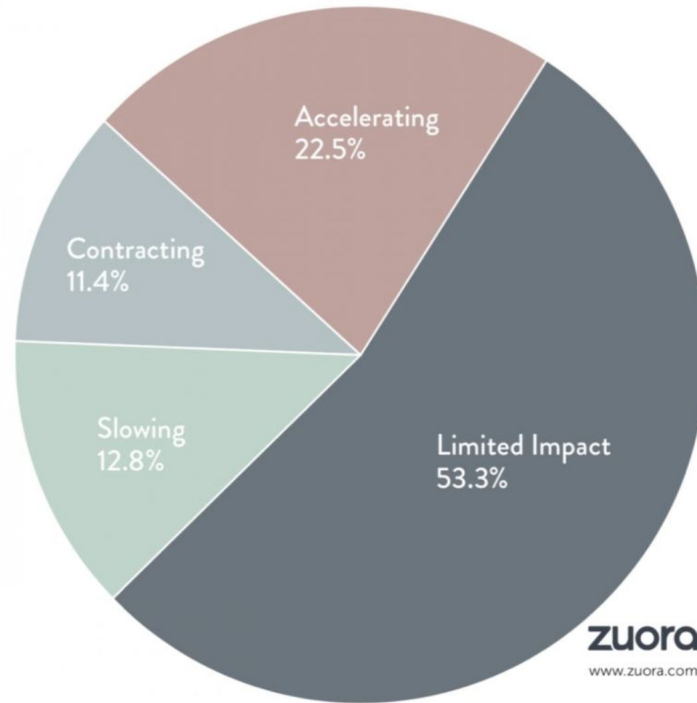
Mål: At få så mange ordrer som muligt,
med så høj en avance som mulig 💰

EN ABO-FORRETNING ER MEGET SJOVERE 😊



Mål: At få flest mulige medlemmer, beholde dem i længst mulig tid og tjene max på dem, mens de er medlemmer

OG ROBUST!





I DISSE CORONA-TIDER...

Vi er LYKKELIGE for, at vi fik lagt om til
online undervisning og abonnement i tide!

Alting bliver IKKE helt som det var før!
"NEW NORMAL"



KUNDESERVICE

LANGVARIGE RELATIONER

- Kundeservice handler i en abonnementsforretning om langvarige relationer
- Customer Success hænger uløseligt sammen med kundeservice
- Kundeservice skal ses med det lange lys på ... ikke isoleret i forhold til den enkelte sag
 - Det må gerne koste lidt at gøre en god abonnent glad





CHURN

CHURN ER DET VIGTIGSTE

- Det er i churn du aflæser succes
- Er churn høj leverer du enten:
 - Ikke nok værdi
 - Har et produkt / ydelse der ikke lever op til forventningerne
- Forestil dig du hælder 100 kunder ind i toppen, men de 50 forsvinder igen hver eneste måned
 - Churn rate på 50%
 - Hvad vil det betyde hvis den er 20% for din vækst ?



SÅDAN BEREGNES CHURN

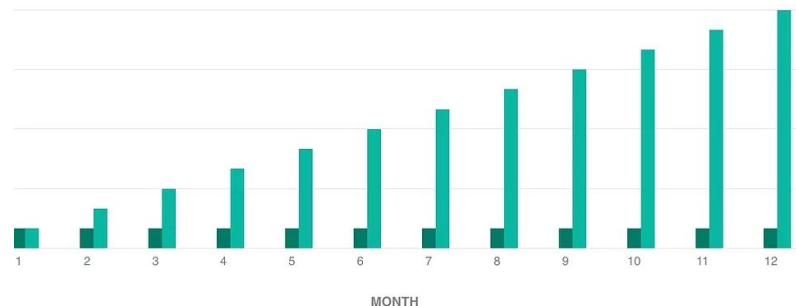
$$\frac{\text{USERS AT BEGINNING OF PERIOD} - \text{USERS AT END OF PERIOD}}{\text{USERS AT BEGINNING OF PERIOD}} = \text{CHURN RATE}$$



BELØN LOYALITET

LOYALITET OG AMBASSADØRER

- Loyale abonnementer er olien i din abonnementsforretning
- Ambassadørerne er gødningen
- Værdien af loyale kunder er enorm, som vi tidligere har berørt
 - Se modellen til højre som illustrerer effekten af “at bygge ovenpå”

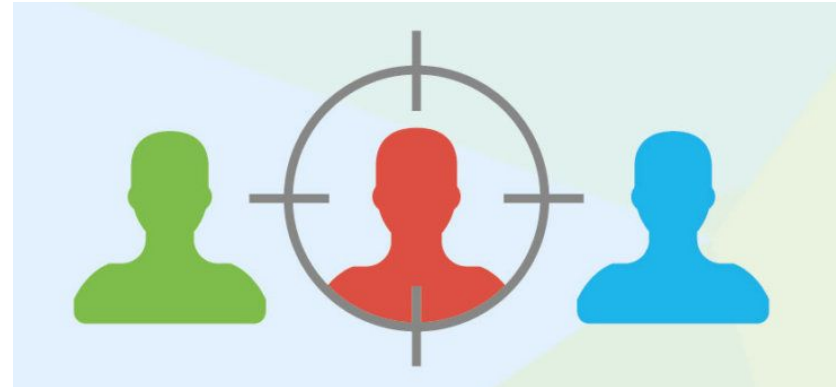




FÅ DE RIGTIGE MEDLEMMER

DIN MÅLGRUPPE

- I en abonnementsforretning er den rigtige målgruppe enormt vigtig
- Ofte ønsker du at betale meget pr kunde, så de første måneder giver et negativt resultat
- Men de forkerte kunder bliver ikke
- Kunde matchmaking er derfor essentielt for at opnå succes
 - Lav churn
 - Høj tilfredshed



MÅLET/DRØMMEN



Vinduet er åbent nu!

**Spørgsmål, idéer
eller input?**

**kim@marketingplatform.com
ad@signupacademy.com**