



Temperaturen på email marketing 2020 i DK



AGENDAEN

- Lidt om dagens vært
- Hvem er MarketingPlatform
 - Vores økosystem
 - 1 min med vores drag-and-drop editor
 - Design, dynamiske produkter tilføjes fra et Feed
- DK 2020 tallene for email marketing
 - Danmark lukkede ned, email lukkede op - Corona status
 - Statistik fra flere milliarder udsendelser
 - Device Openrates for mobile, desktop og tablet
 - Device Clickrates for mobile, desktop og tablet
 - Gennemsnitlig Openrates / Clickrates

 Dashboard

 Contact Lists >

 Contacts >

 Contact Fields >

 Segments >

 Email Campaigns >

 SMS Campaigns >

 Automated Flows >

 Statistics >

 Forms >

 Split Tests >

 Integration >

 Tracking >

 Intelligence

 AI Mapping

 View Web Output

LIDT OM DAGENS VÆRT

- **Kim Østergaard**

- Far til fire
- Passioneret nørd - der elsker at se kunderne anvende vores innovationer
- CEO & Founder hos MarketingPlatform
 - Har skrevet og sendt over 2.000 nyhedsbreve
- Har opbygget flere online virksomheder, bl.a. for:
 - Bestseller (tøjvirksomhed)
 - Co-founder TrendyBaby (baby- og børnetøj)
- Hjulpet talrige retailere i Europa som konsulent
- Foredragsholder
- Forbind meget gerne på LinkedIn:
 - <https://www.linkedin.com/in/kimostergaard/>



LIDT OM HVEM VI ER

2020

I gang med et navneskifte til
MarketingPlatform

2016

Skiftede i 2016 navn til
eMailPlatform

2011

Grundlagt i 2011 som
MailPlatform

KONTORER

Vi er ca. 80 kollegaer
i 7 lande

KUNDER

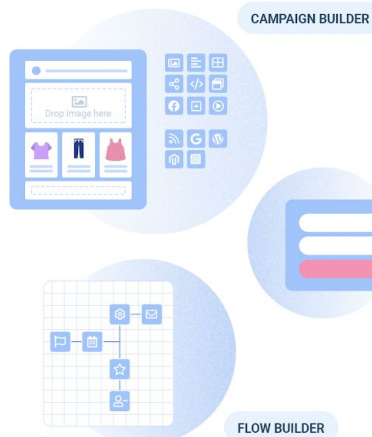
Vi har i tusindvis af
brugere på platformen

EMAILS

Og sender +500.000.000
emails hver eneste måned



KREATIVITET



DATA OG SEGMENTERING



WORKFLOW

- ✓ MANUAL SENDING
- ✓ SCHEDULED SENDING
- ✓ AUTOMATED FLOWS
- ✓ AI TRIGGERED

OUTPUT



Home | About Us | Contact Us

Home | About Us | Contact Us

med24.dk

Skincare | Hair | Skincare | Hair & Nails | Hair & Nails

Stort udvalg af plejeprodukter
Læs om 11 forskellige produkter i vores Skincare

Find et nyt plejeprodukt	Find et nyt plejeprodukt
Læs mere	Læs mere

Mediatrix er et dansk selskab, der specialiserer sig i at udvikle og distribuere software til virksomheder. Vi har et stort udvalg af software til salg og leje. Vi er stolte af at være et af de mest innovative og teknologiske selskaber i Danmark.

[Kontakt os](#) [Om os](#) [Tilbage](#)

Navigation menu with various icons for home, search, and other site functions.

- Home
- Search
- Product categories
- Account
- Cart
- Checkout
- Help
- Privacy Policy
- Terms of Service



DK 2020 tallene for email marketing



DANMARK LUKKEDE NED

EMAIL LUKKEDE OP - CORONA STATUS



BLACK FRIDAY

I ugen op til Black Friday sender vi normalt 10x en normal uge. På selve Black Friday 30x en normal høj dag



MEDIO MARTS

Fra den ene dag til den anden oplevede vi Black Friday tilstande efter Statsministeren annoncerede nedlukning



UGERNE FREM

De følgende 2 uger var alle dage næsten på højde med Black Friday, på nær udvalgte brancher der gik på nul

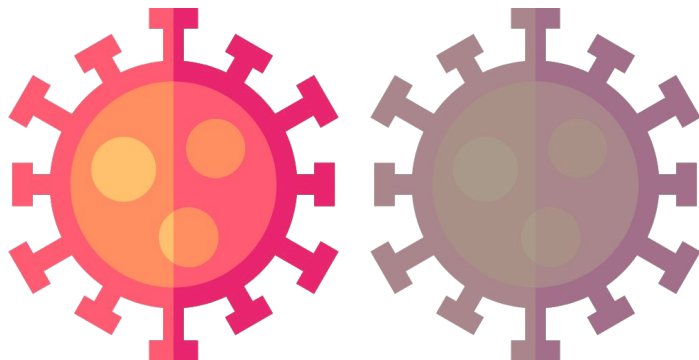


KRAFTIG VÆKST

Andre kunder oplevede en meget kraftig vækst. Generelt fik mange kunder enormt mange nye modtagere

ÆNDRERE CORONA OPEN

SELVOM DER BLEV SENDT ENORMT MANGE MAIIS



-3%

0%

MARTS 2020

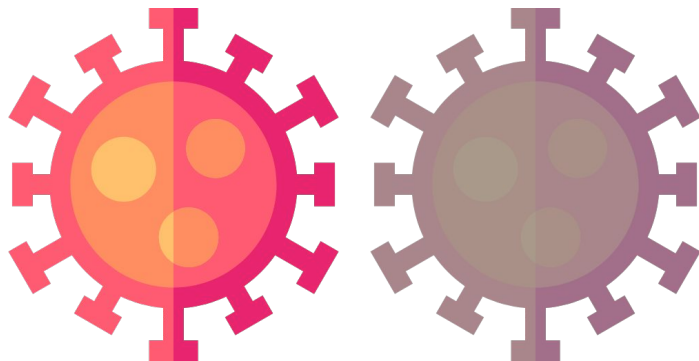
Vi oplevede generelt en 2-3% nedgang i open rates under første periode af Corona nedlukningen, hvor mængden af udsendte email kampagner var enorm i forhold til måneder før og efter (øget aktivitet efter)

MAJ 2020

I takt med at mængden af udsendte kampagner er faldet, ikke til tidligere niveau, stadig 2-3x over dagligt niveau, er åbningsraterne kravlet tilbage på det normale tidligere niveau.

ÆNDRERE CORONA CLICK

SELVOM DER BLEV SENDT ENORMT MANGE MAIIS



MARTS 2020

Vi oplevede generelt en 3% nedgang i click rates under første periode af Corona nedlukningen, hvor mængden af udsendte email kampagner var enorm i forhold til måneder før og efter (øget aktivitet efter)

MAJ 2020

I takt med at mængden af udsendte kampagner er faldet, er clickraterne kravlet tilbage på det normale tidligere niveau. For kunder med fysisk tilstedeværelse er clickraterne væsentligt forøgede.

FORSKELLEN MELLEM WEB OG EMAIL

EMAIL PÅ MOBILEN

Voksede kraftigt fra
2015-2018 og
peakede med 70%

01

WEBSITE PÅ MOBIL

Mobile website
sessioner er vokset til
52.6% i Q4/2019

02

SØGNINGER

Omkring 60% af alle
Google søgninger sker
nu fra mobilen Q4/2019

03

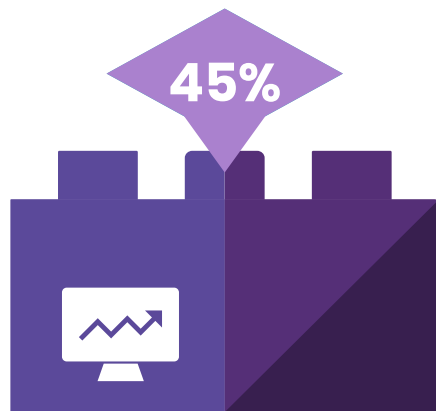
MOBIL EMAIL 2020

Overordnet oplever vi at
desktop har vundet noget
af det tabte tilbage

04

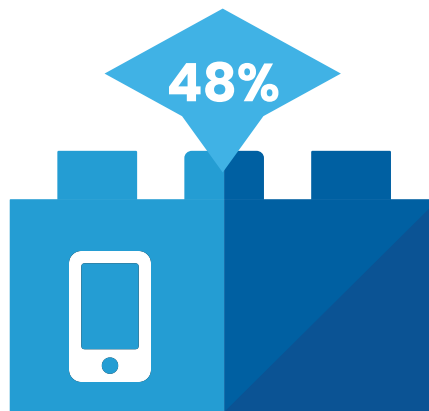
FORDELING AF OPENS MAJ 2020

ONLINE B2C



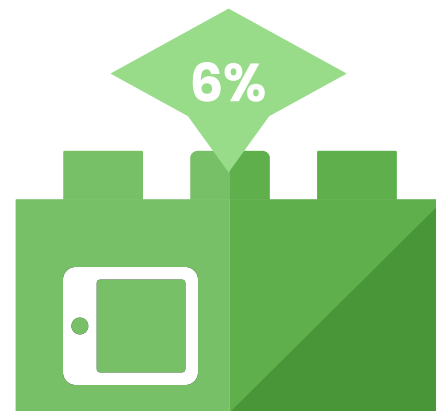
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

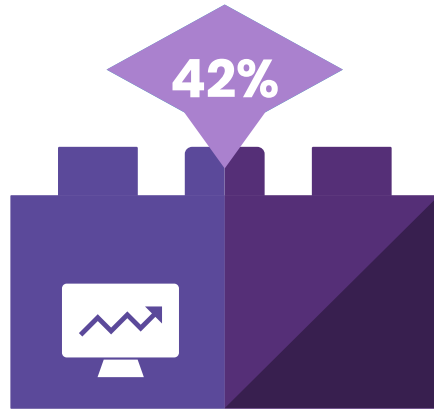


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

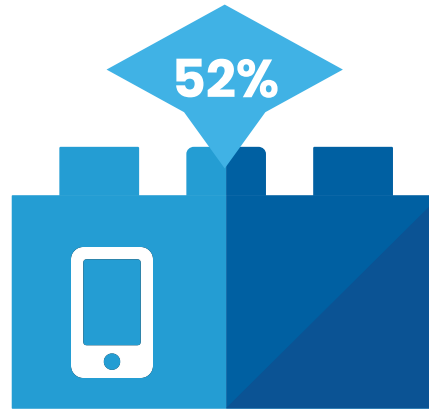
FORDELING AF **CLICKS** MAJ 2020

ONLINE B2C



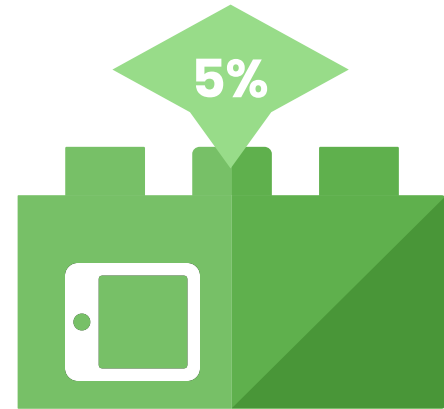
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

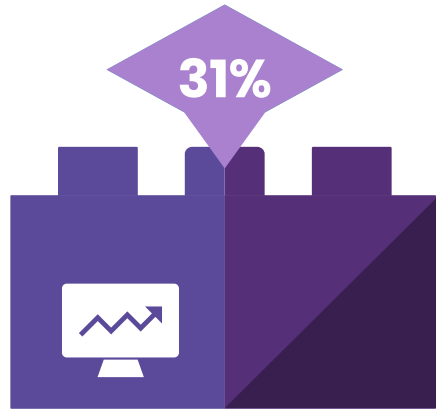


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

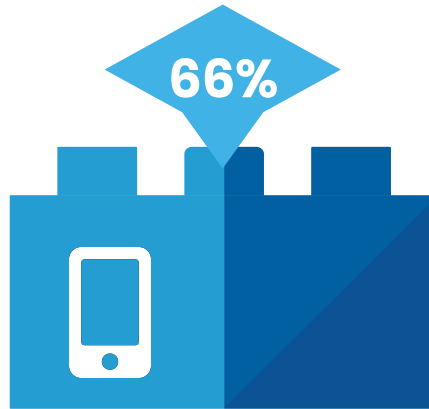
FORDELING AF UNSUBS MAJ 2020

ONLINE B2C



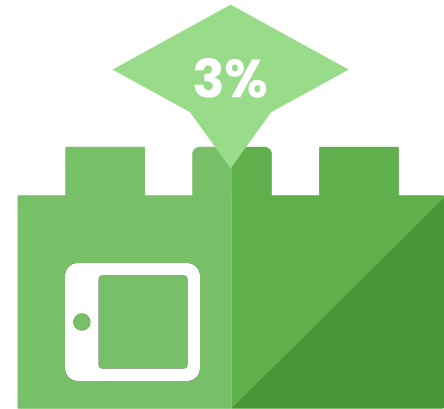
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

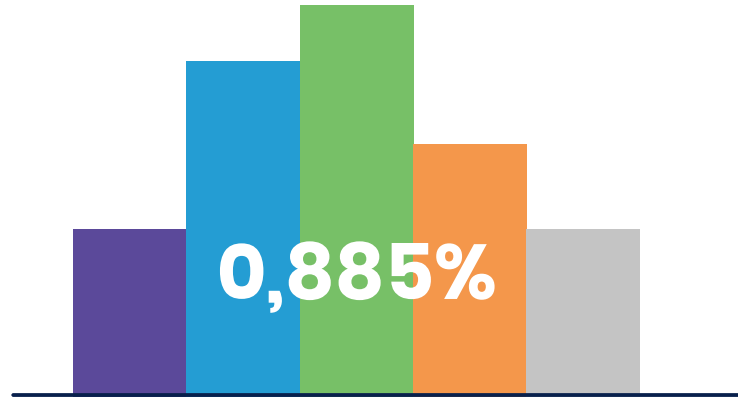


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG UNSUB RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

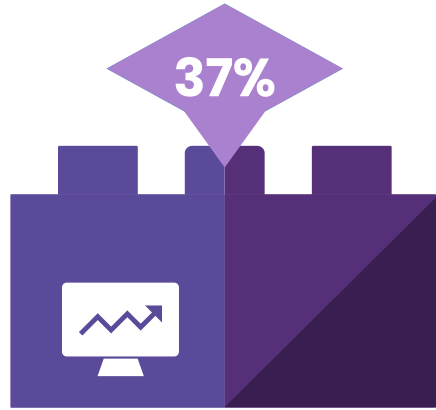


ONLINE B2C

Maj måned 2020 i forhold til List Size

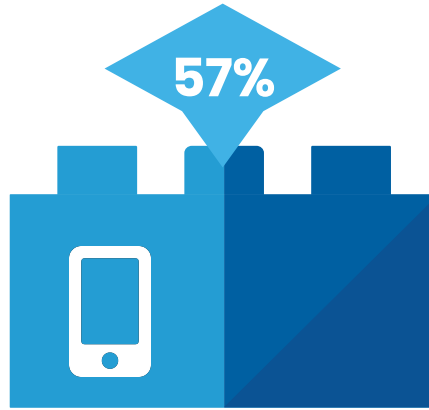
FORDELING AF OPENS MAJ 2020

OFFLINE B2C



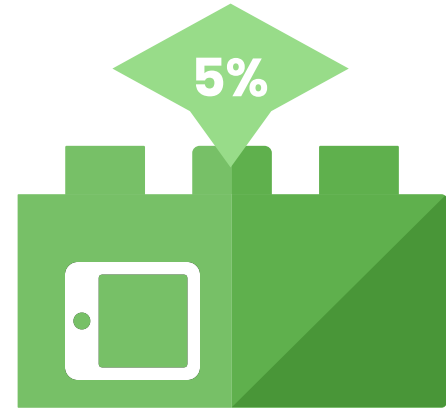
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

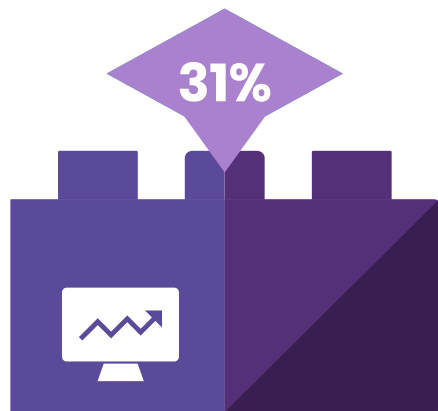


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

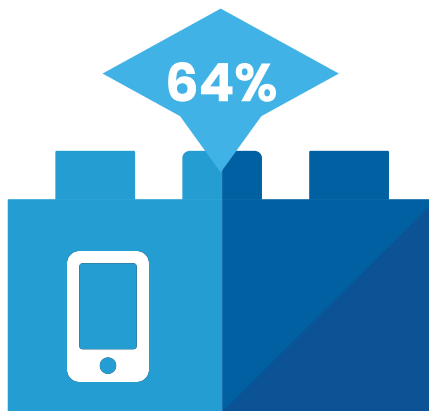
FORDELING AF **CLICKS** MAJ 2020

OFFLINE B2C



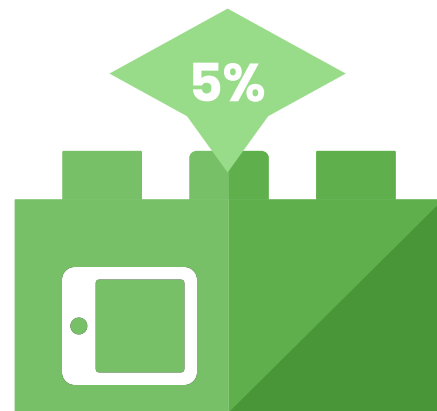
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

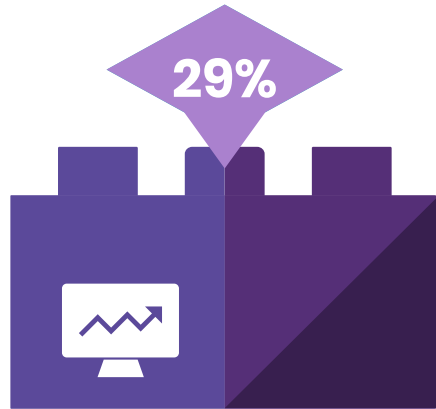


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

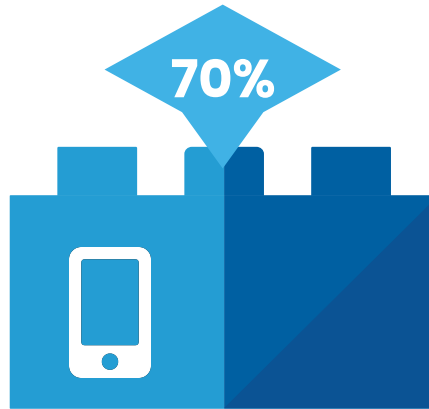
FORDELING AF UNSUBS MAJ 2020

OFFLINE B2C



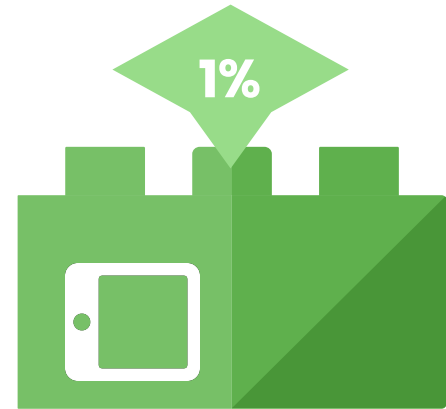
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

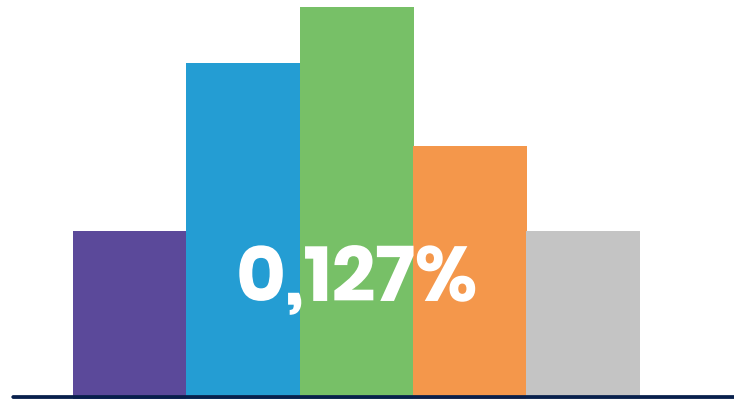


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG UNSUB RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

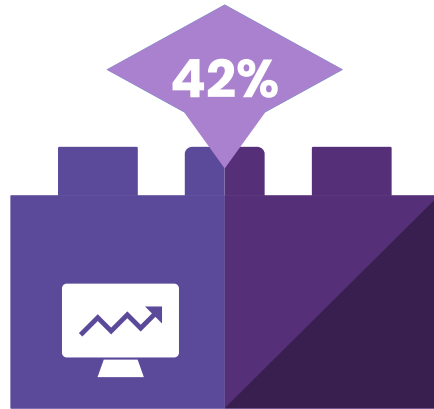


OFFLINE B2C

Maj måned 2020 i forhold til List Size

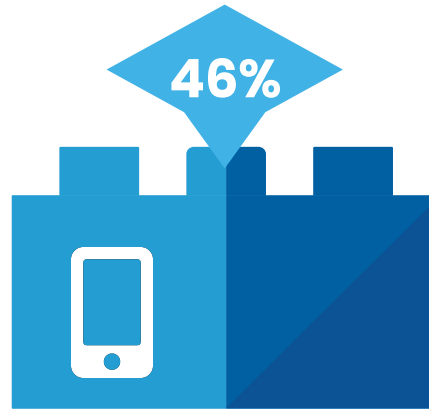
FORDELING AF OPENS MAJ 2020

EVENT/TRAVEL B2C



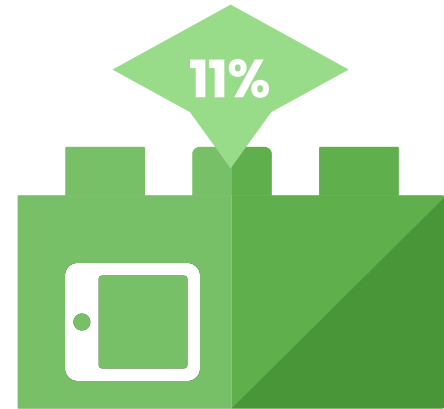
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

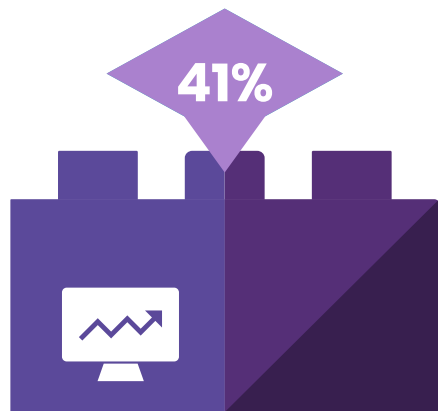


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

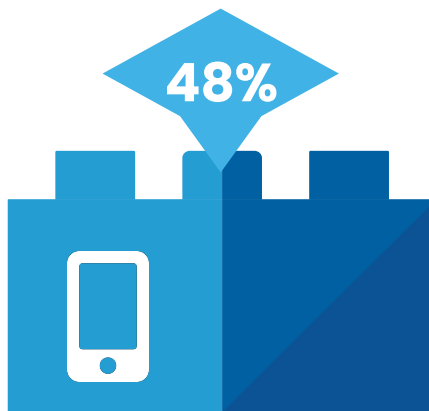
FORDELING AF **CLICKS** MAJ 2020

EVENT/TRAVEL B2C



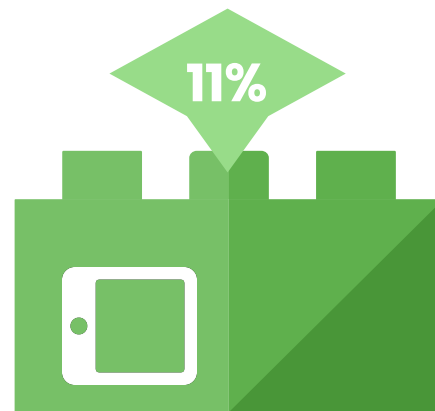
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

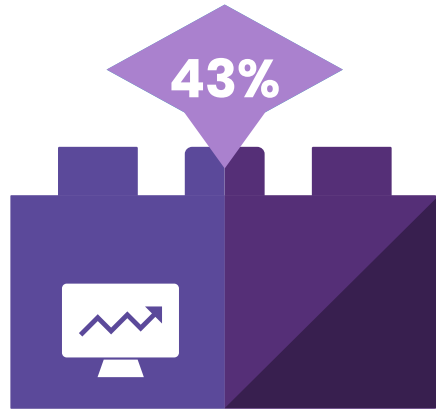


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

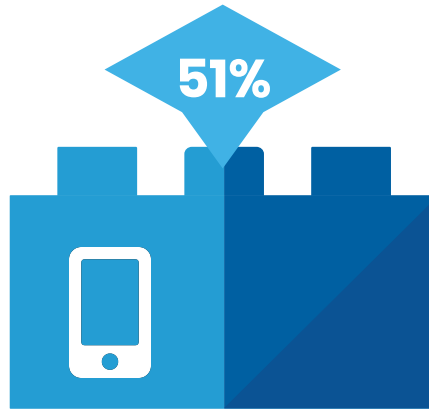
FORDELING AF UNSUBS MAJ 2020

EVENT/TRAVEL B2C



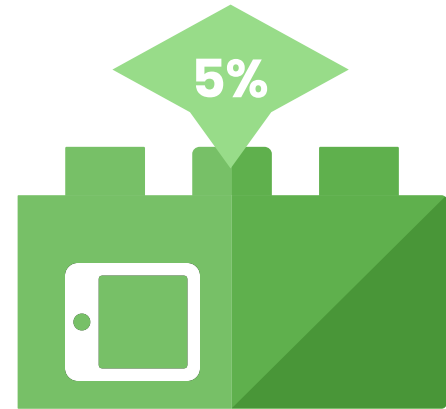
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

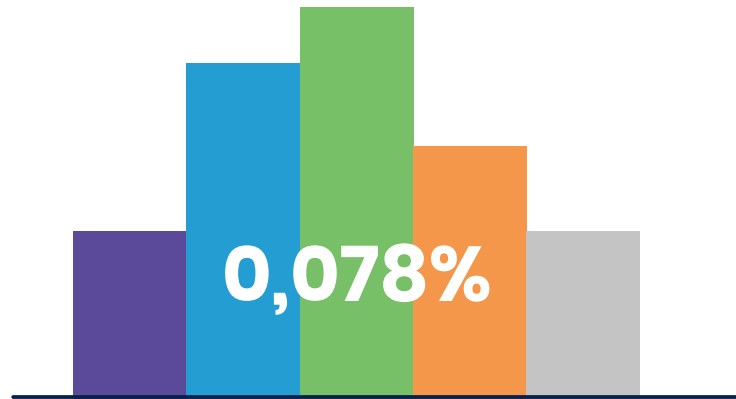


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG UNSUB RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

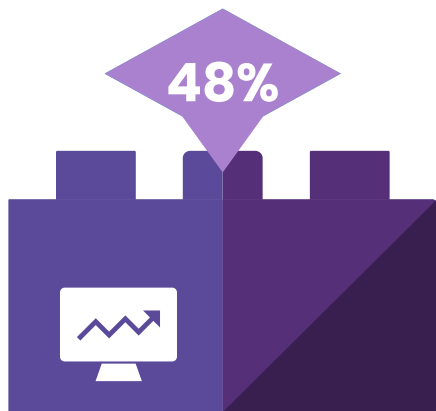


EVENT/TRAVEL B2C

Maj måned 2020 i forhold til List Size

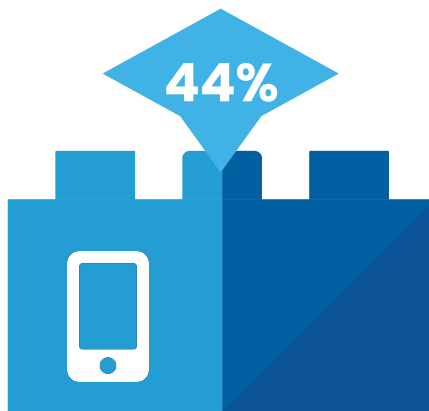
FORDELING AF **OPENS** SENESTE 6 MDR

ONLINE B2C



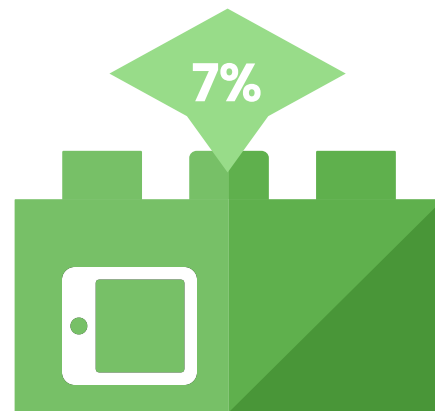
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

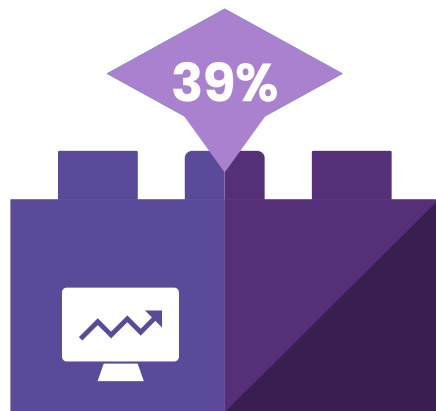


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

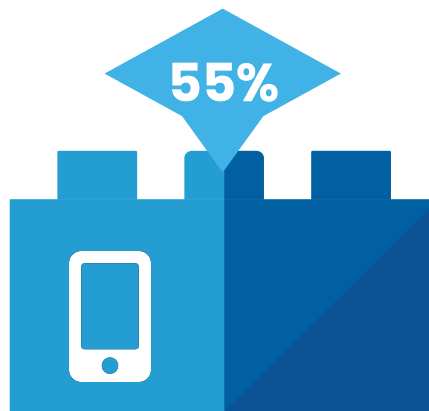
FORDELING AF **CLICKS** SENESTE 6 MDR

ONLINE B2C



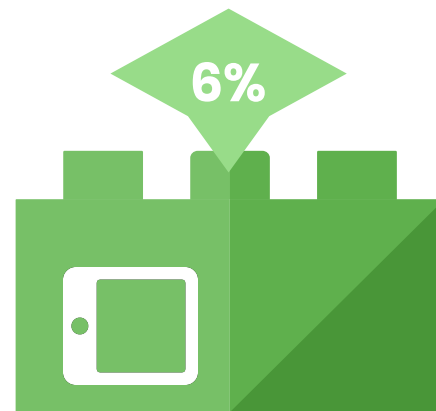
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

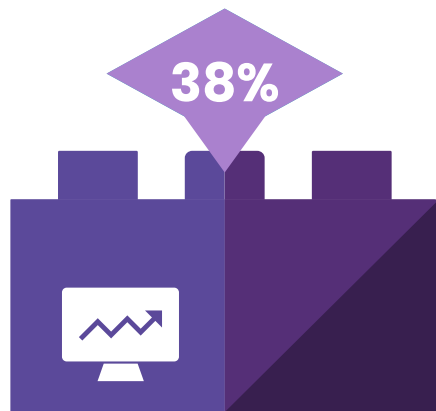


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

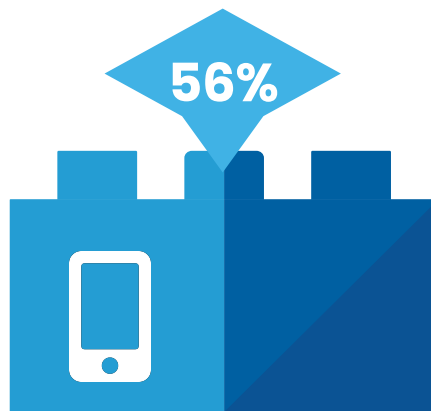
FORDELING AF **OPENS** SENESTE 6 MDR

OFFLINE B2C



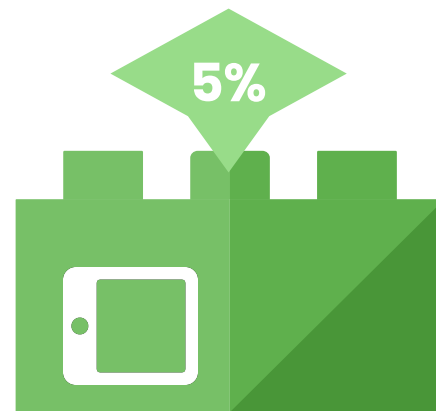
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

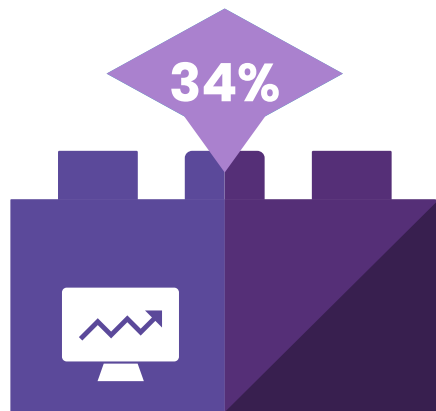


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

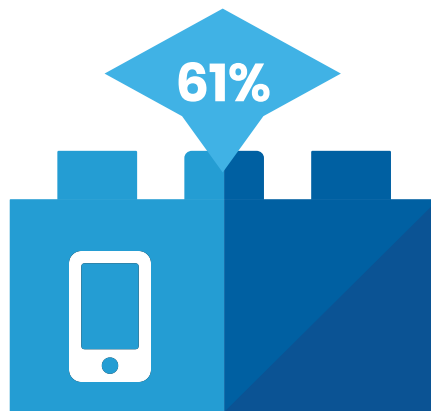
FORDELING AF **CLICKS** SENESTE 6 MDR

OFFLINE B2C



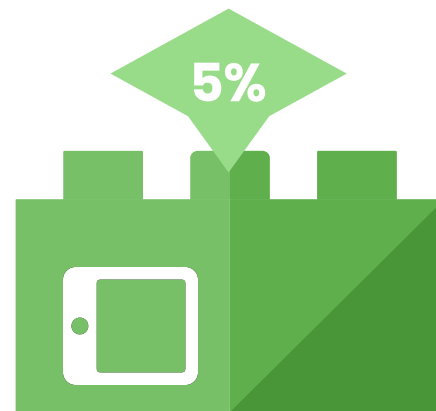
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

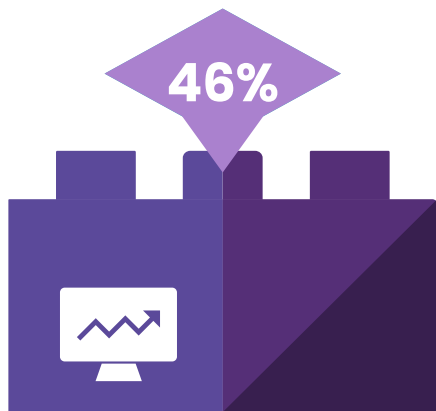


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

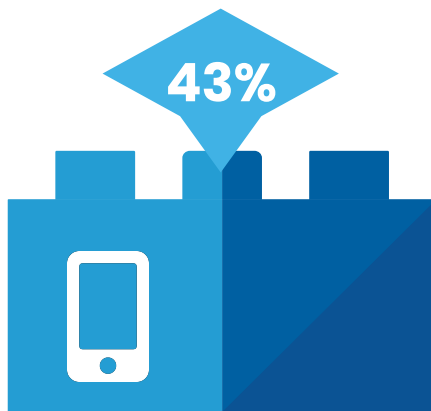
FORDELING AF **OPENS** SENESTE 6 MDR

EVENT/TRAVEL B2C



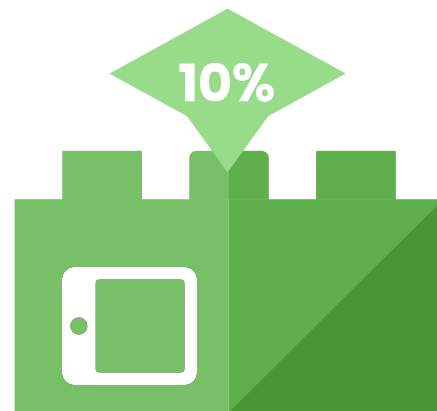
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

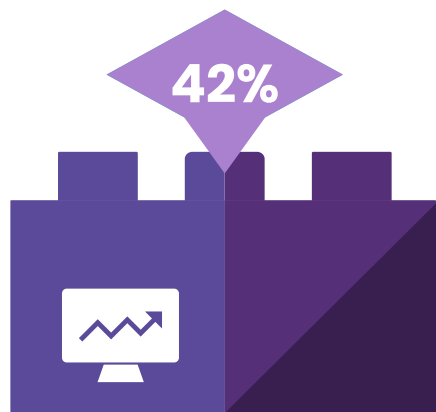


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

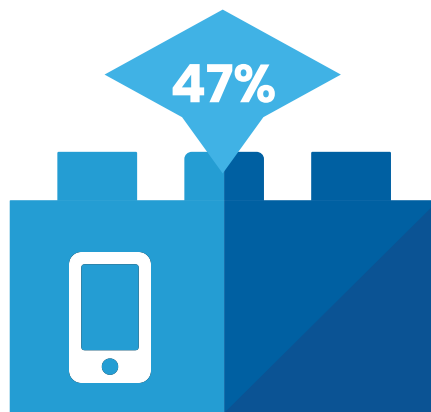
FORDELING AF CLICKS SENESTE 6 MDR

EVENT/TRAVEL B2C



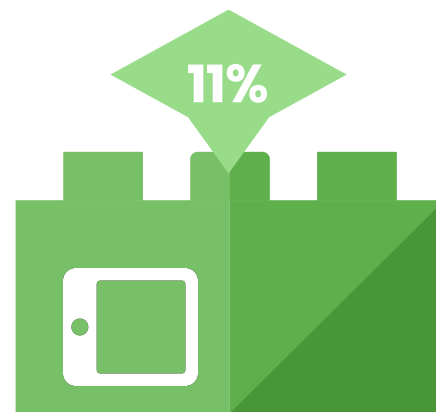
DESKTOP

Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

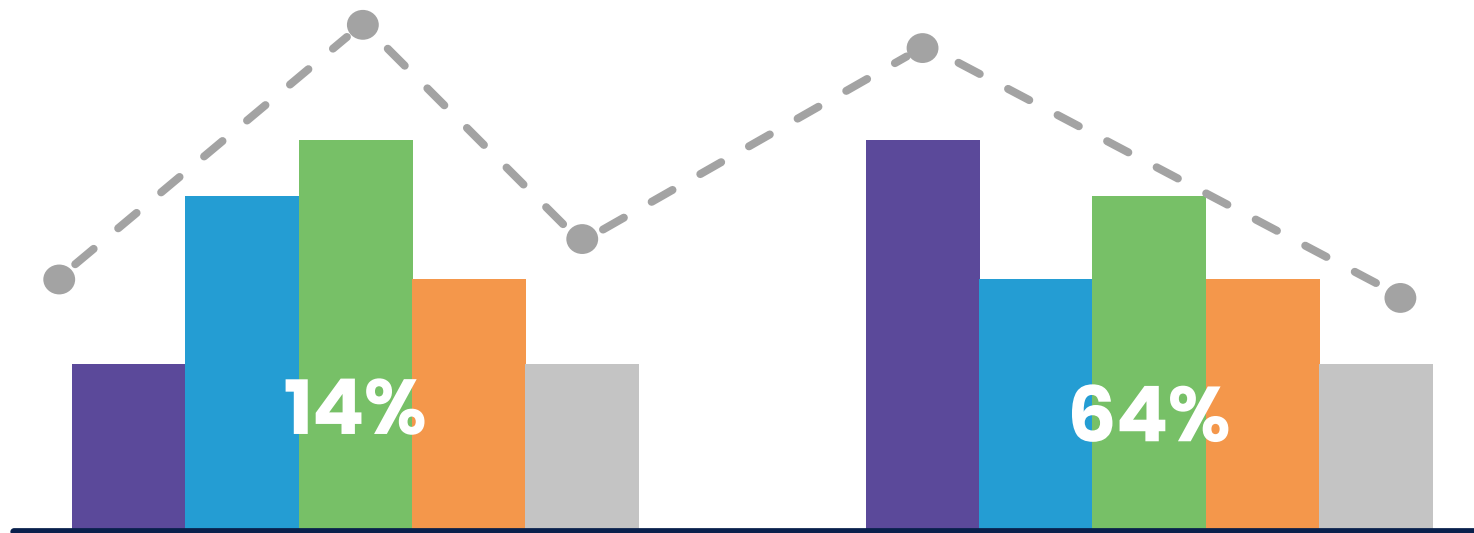


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG OPEN RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER



LOW TIER

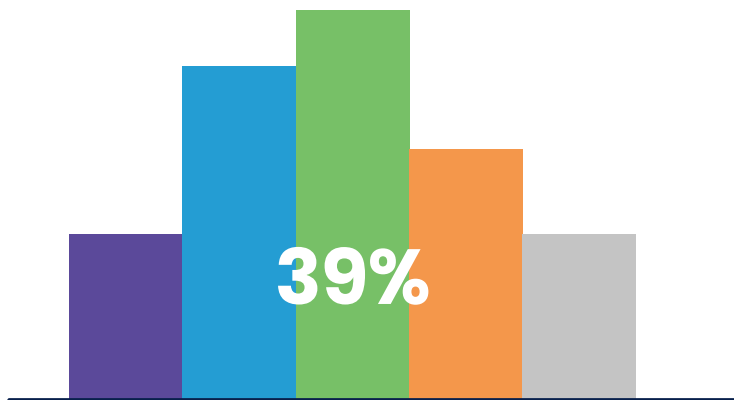
Gennemsnitlig værdi af de lavest performerende udsendere på tværs af udsendelser

HIGH TIER

Gennemsnitlig værdi af de højest performerende udsendere på tværs af udsendelser

GENNEMSNITLIG OPEN RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

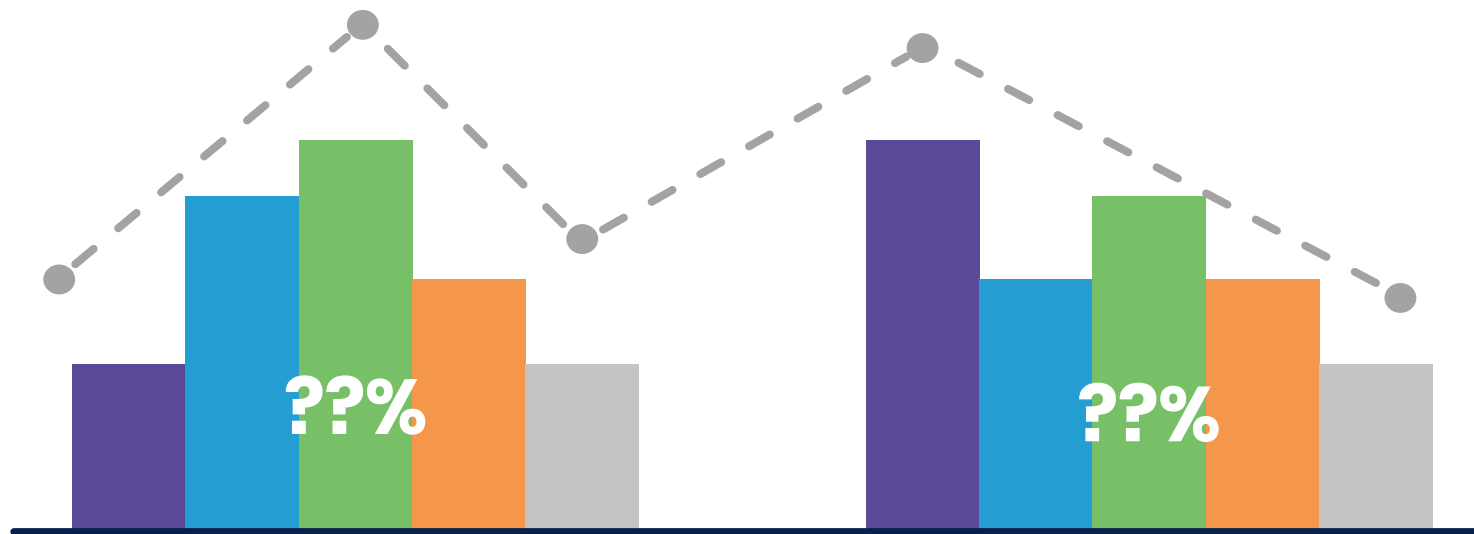


ALLE KUNDER

På tværs af alle kunder de seneste 6 måneder

GENNEMSNITLIG CLICK RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER



LOW TIER

Svinger og er dybt afhængig af det indhold der sendes ud i den enkelte kampagne

HIGH TIER

Svinger og er dybt afhængig af det indhold der sendes ud i den enkelte kampagne



OPSUMMERING **DEVICE (OPEN/CLICK)**

1

DESKTOP

Desktop står SVAGEST hvis du har en fysisk tilstedeværelse også - under 40% åbninger på desktop
Driver du alene en online forretning er desktop tæt på 50% - driver du B2B ser vi desktop over 60%

2

MOBIL

Står absolut stærkest hvis du driver en virksomhed med en fysisk tilstedeværelse. Ingen forskel på single eller multi-channel.
Det betyder ikke så meget om det er butikker, restauranter eller andre former for fysisk forankring.

3

TABLET

Vi ser klart at tablet er den mindste kanal - uanset om det er B2B eller B2C eller hvilken branche du er indenfor.
Områder med salg af langvarige forbrugsgoder, hvor flere ofte tager beslutning, eller events og ferier har langt højere tablet aktivitet.

OPSUMMERING **DEVICE (UNSUB)**

1

DESKTOP

Desktop brugere virker generelt til at være ganske tålmodige og afmeldinger sig mindre end andre kanal - målt på totalt antal. Uanset om det er B2B eller B2C eller industri, ser vi gennemsnitligt en tredjedel mindre afmeldinger end åbningerne berettiger.

2

MOBIL

Mobil tegner en kedelig førsteplads i forhold til antal afmeldinger. Antallet af afmeldinger overstiger klart antallet af opens. Online pure players bliver "straffet" hårdest med mobile afmeldinger.

3

TABLET

Tablet er klart den kanal med færrest afmeldinger i forhold til åbningsraterne uanset om det er B2B eller B2C eller industri. Kun halvt så mange afmeldinger på tablet i forhold til andelen af opens for dette device.



SPØRGSMÅL?

kim@marketingplatform.com

Mobil: +45 42 555 555