



39% åbner i gennemsnit



AGENDAEN

- Hvem er MarketingPlatform
 - Vores økosystem
 - Hvad kan vi gøre for din virksomhed
 - Ny platform og ny oplevelse
- DK 2020 tallene for email marketing
 - Statistik fra flere milliarder udsendelser
 - Fordelingen mellem desktop, mobile og tablet
 - Disse enheder anvender danskerne på mobil og desktop og forskelle mellem B2C og B2B
 - Mobil: iOS, Android, Windows og BlackBerry
 - Desktop: Linux, Mac, Windows og Unknown
 - Hvilke mailklienter anvender danskerne
 - Hvordan forbedrer du dine egne tal (afprøvet viden)

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 som 21.000 andre:
 - <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

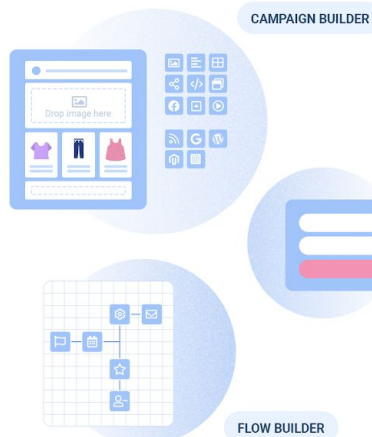
Vi har i tusindvis af
brugere på platformen

EMAILS

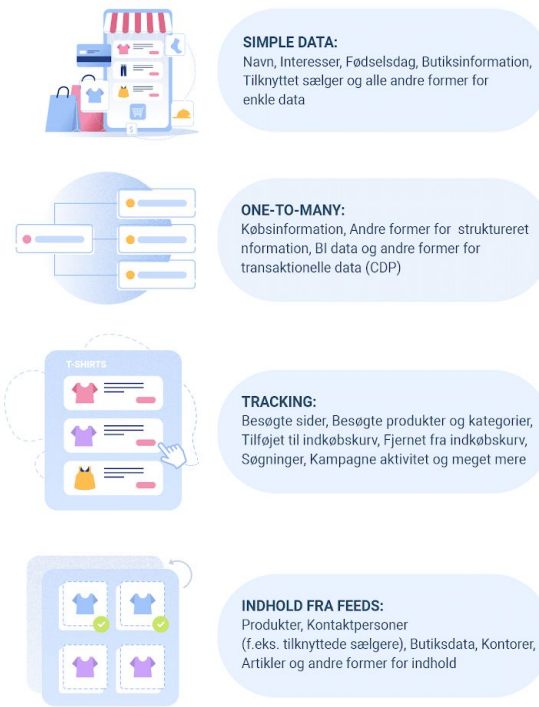
Og sender +500.000.000
emails hver eneste måned



KREATIVITET



DATA OG SEGMENTERING



WORKFLOW

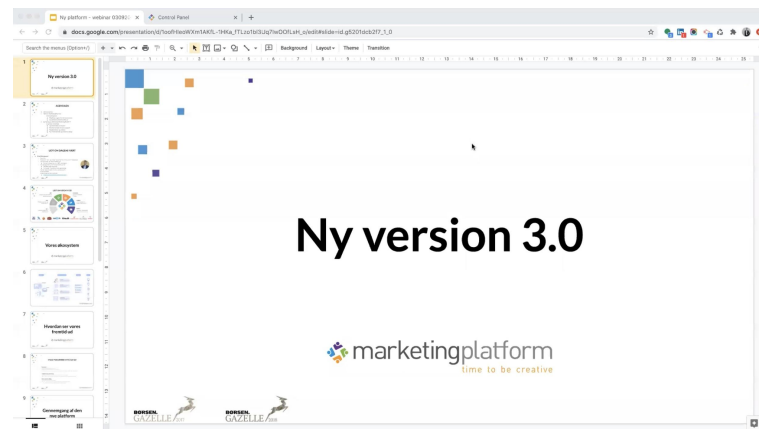
- ✓ MANUAL SENDING
- ✓ SCHEDULED SENDING
- ✓ AUTOMATED FLOWS
- ✓ AI TRIGGERED

OUTPUT



SE VORES SENESTE WEBINAR

- For få uger siden lancerede vi version 3.0 af MarketingPlatform.
- Og reaktionerne fra kunderne har været fantastiske.
- Du kan se eller gense webinarret, ved at klikke på linket til højre.
- Kontakt os mægtigt gerne for en personlig demo, ring på 72 44 44 44.



<https://marketingplatform.com/da/webinars/webinar-marketingplatform-version-3-0/> (password: webinar)

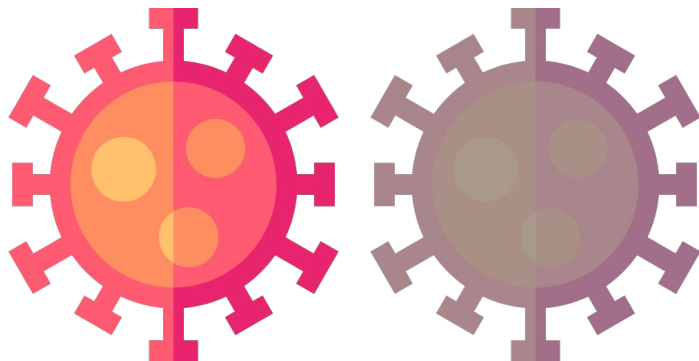


COVID-19 påvirkede

 marketingplatform
time to be creative

ÆNDREDE CORONA OPEN

SELVOM DER BLEV SENDT ENORMT MANGE MAIIS



-3%

0%

MARTS 2020

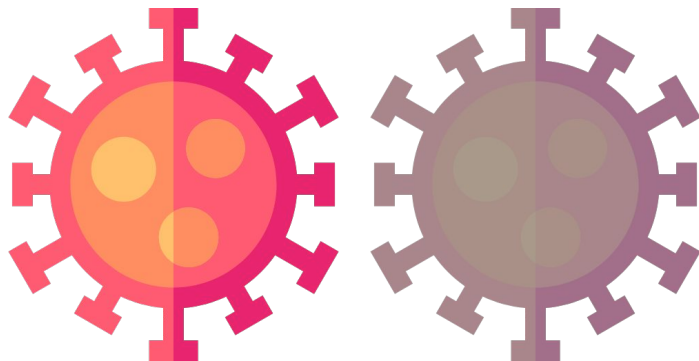
Vi oplevede generelt en 2-3% nedgang i open rates under første periode af Corona nedlukningen, hvor mængden af udsendte email kampagner var enorm i forhold til måneder før og efter (øget aktivitet efter)

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 MAILS



-3%

0%

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)

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.

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

MEN NOGLE OPLEVEDE OGSÅ

EN KRAFTIG NEDGANG OG ÆNDREDE MARKEDSVILKÅR





Statistik fra flere milliarder udsendelser



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

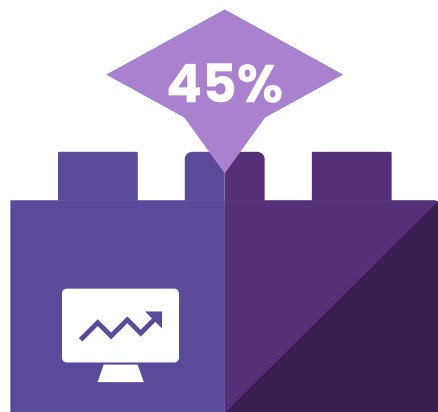
MOBIL EMAIL 2020

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

04

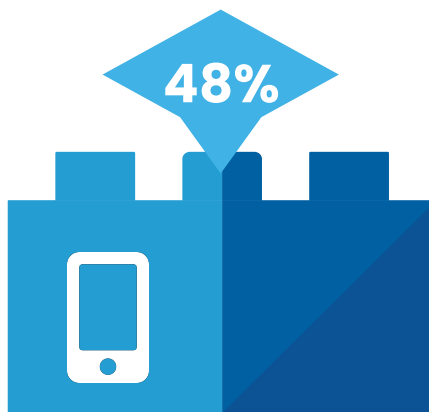
FORDELING AF OPENS MAJ/JUNI/JULI 2020

ONLINE B2C



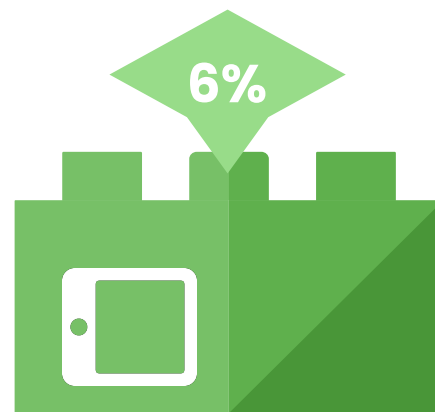
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

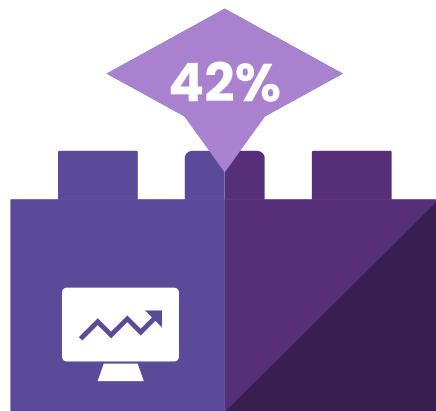


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

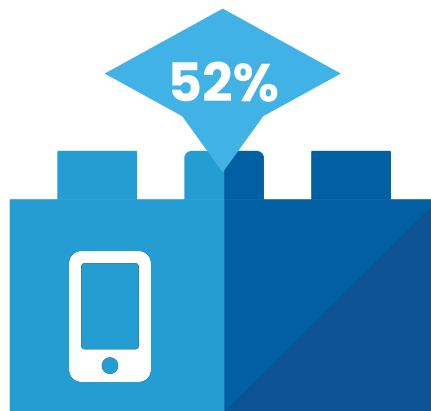
FORDELING AF **CLICKS** MAJ/JUNI/JULI 2020

ONLINE B2C



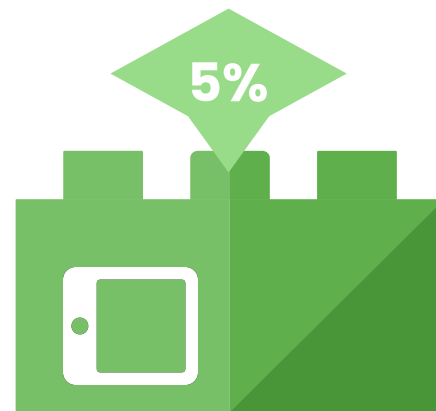
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

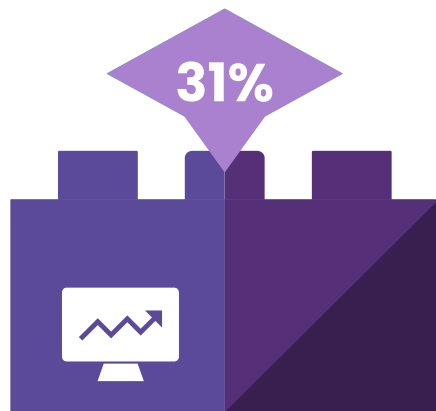


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

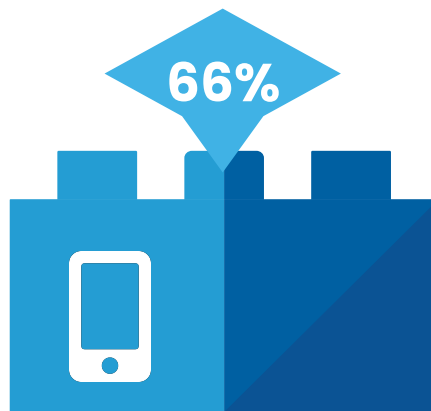
FORDELING AF UNSUBS MAJ/JUNI/JULI 2020

ONLINE B2C
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)



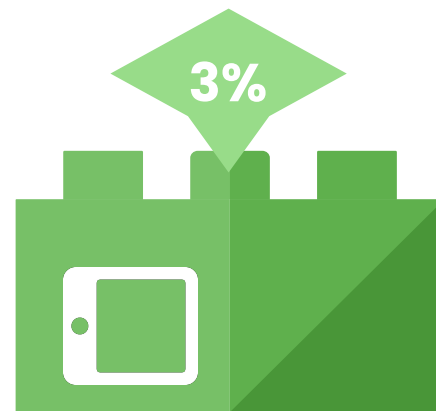
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

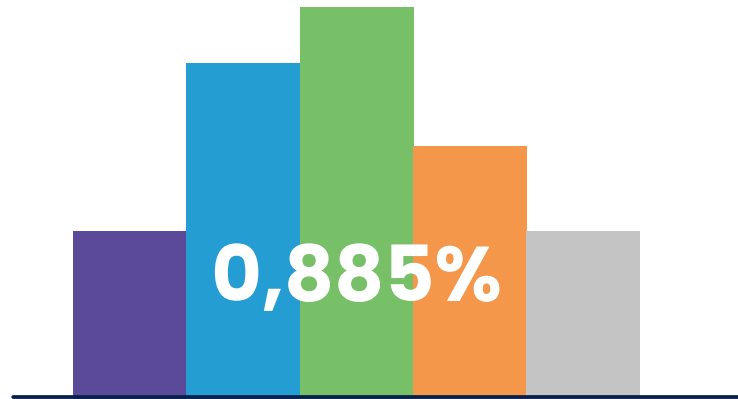


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG UNSUB RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)

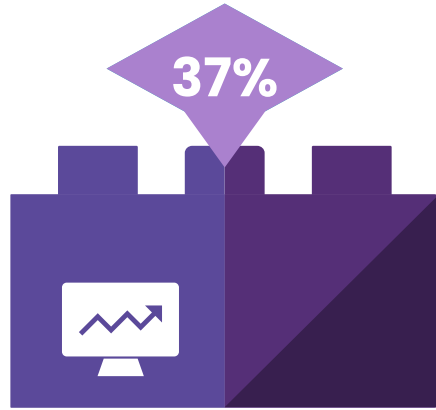


ONLINE B2C

Maj/juni/juli måned 2020 i forhold til List Size

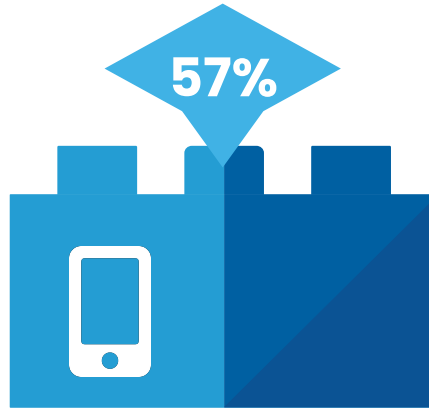
FORDELING AF **OPENS** MAJ/JUNI/JULI 2020

OFFLINE B2C



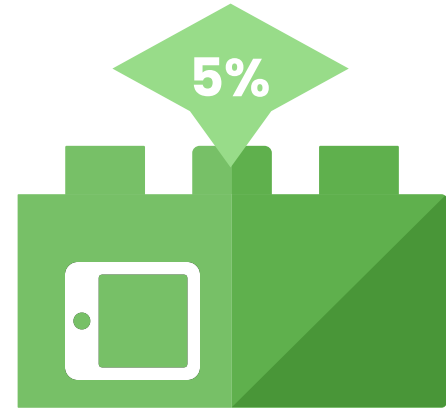
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

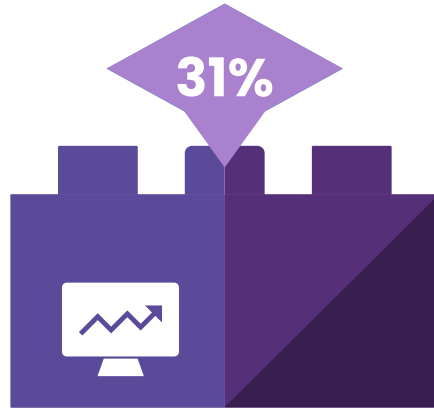


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

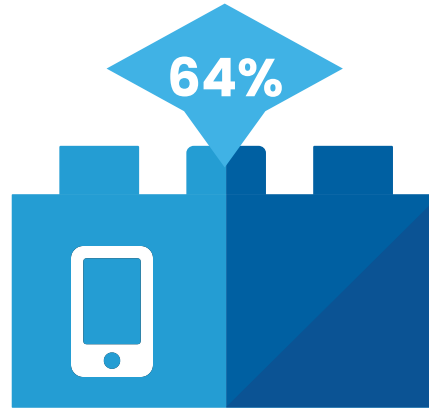
FORDELING AF **CLICKS** MAJ/JUNI/JULI 2020

OFFLINE B2C



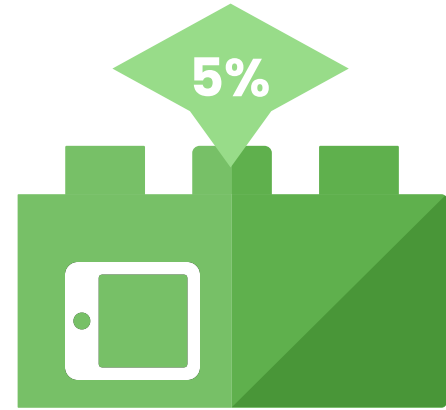
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

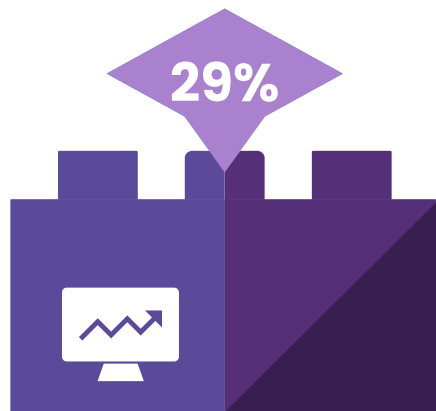


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

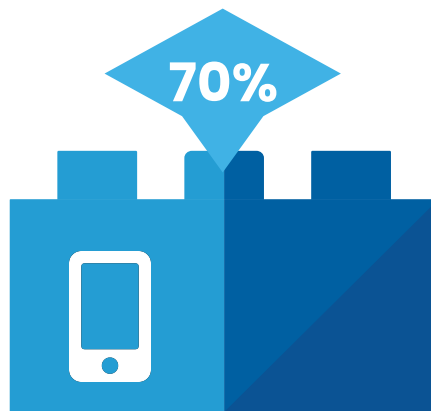
FORDELING AF UNSUBS MAJ/JUNI/JULI 2020

OFFLINE B2C
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)



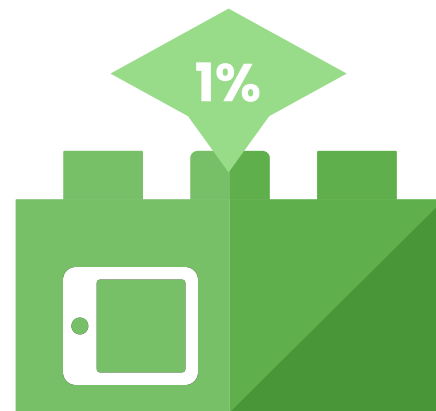
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

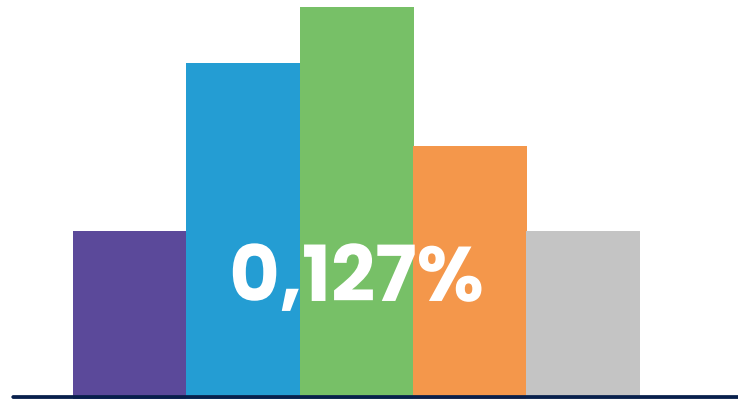


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG UNSUB RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)

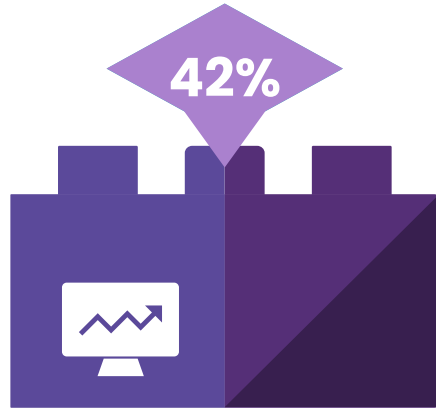


OFFLINE B2C

Maj/juni/juli måned 2020 i forhold til List Size

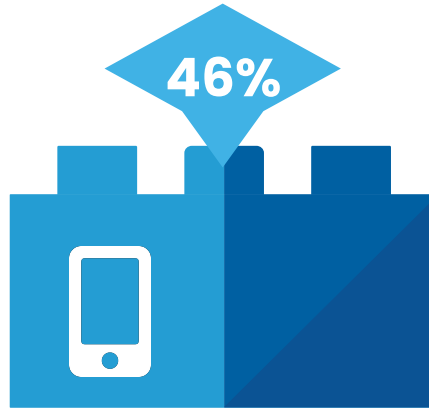
FORDELING AF **OPENS** MAJ/JUNI/JULI 2020

EVENT/TRAVEL B2C



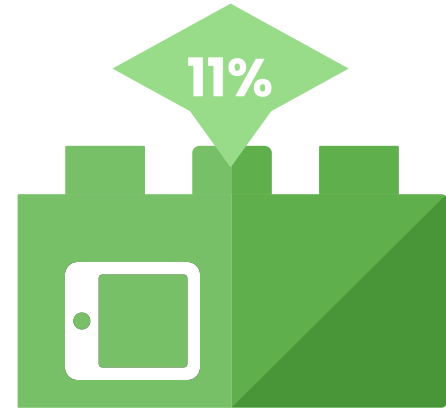
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

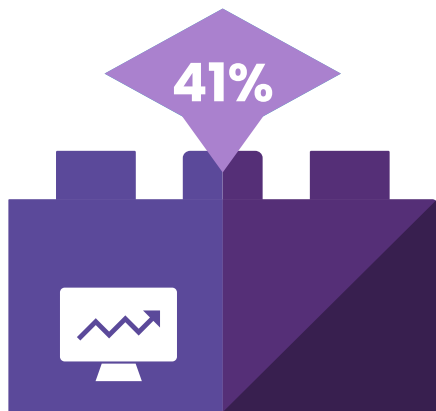


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

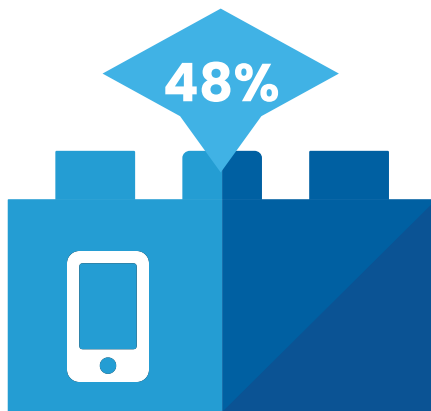
FORDELING AF **CLICKS** MAJ/JUNI/JULI 2020

EVENT/TRAVEL B2C



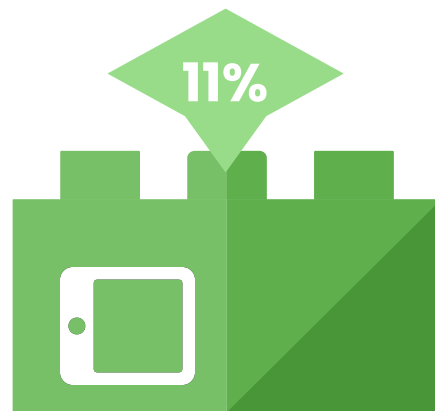
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

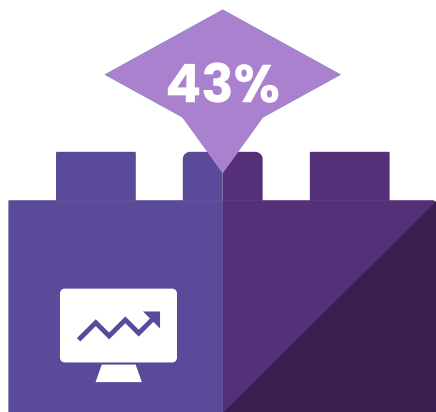


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

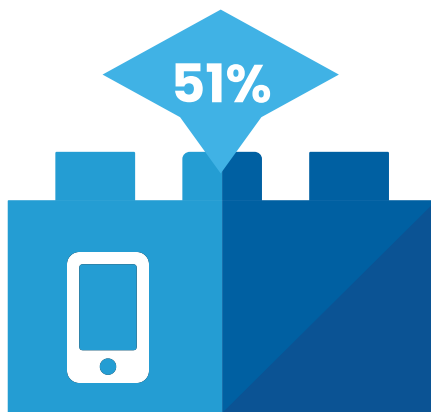
FORDELING AF UNSUBS MAJ/JUNI/JULI 2020

EVENT/TRAVEL B2C
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)



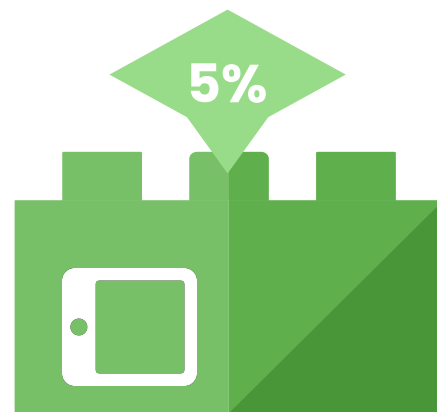
DESKTOP

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
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)

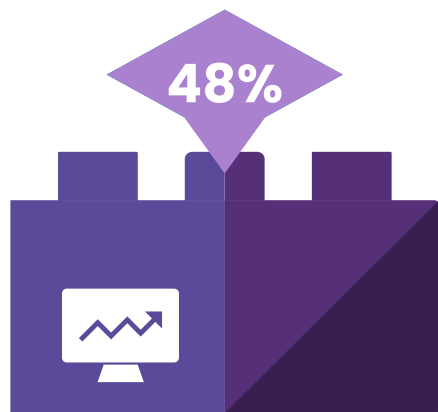


EVENT/TRAVEL B2C

Maj/juni/juli måned 2020 i forhold til List Size

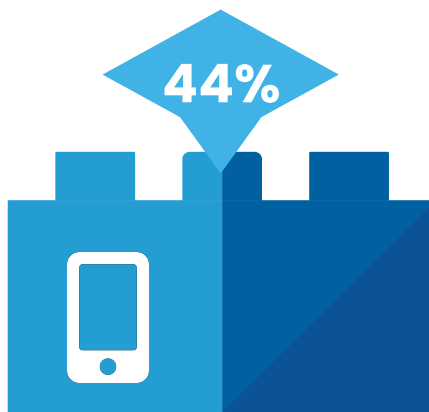
FORDELING AF **OPENS** SENESTE 9 MDR

ONLINE B2C



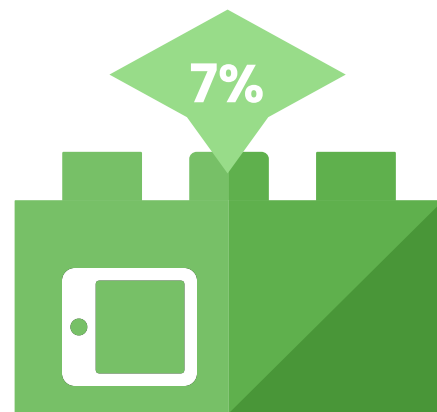
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

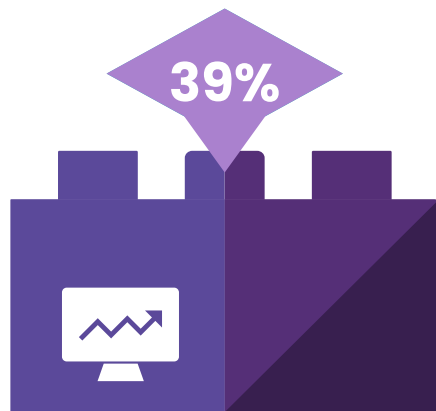


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

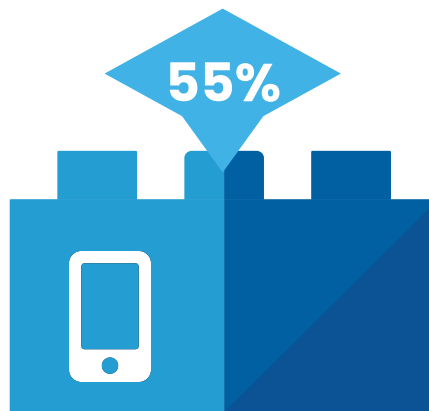
FORDELING AF **CLICKS** SENESTE 9 MDR

ONLINE B2C



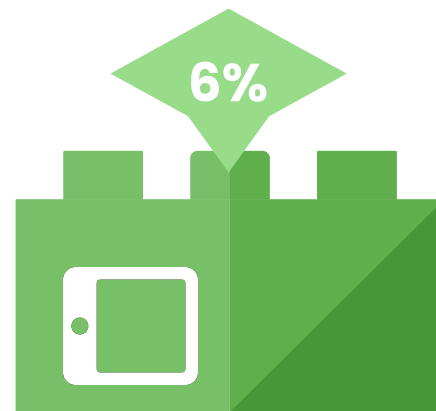
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

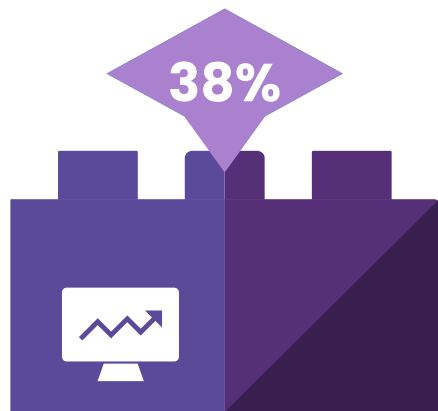


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

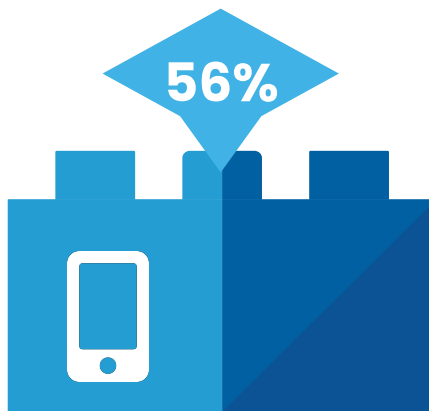
FORDELING AF **OPENS** SENESTE 9 MDR

OFFLINE B2C



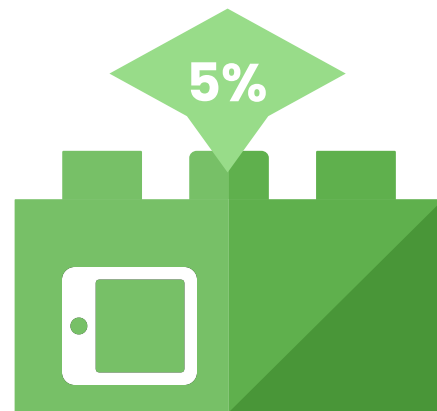
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

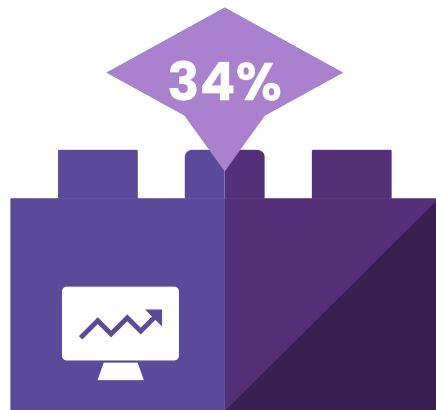


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

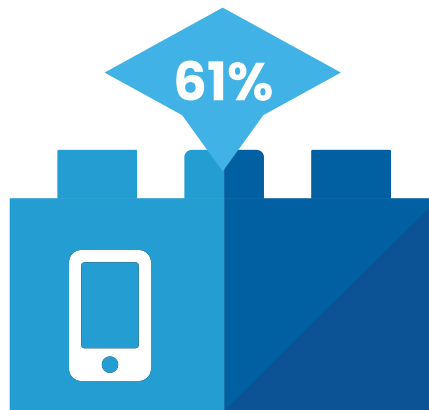
FORDELING AF **CLICKS** SENESTE 9 MDR

OFFLINE B2C



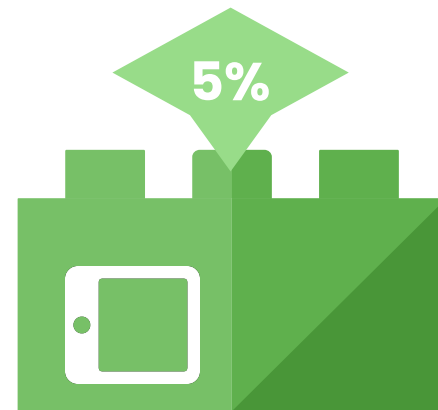
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

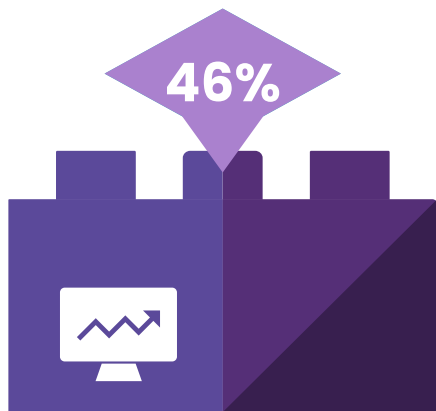


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

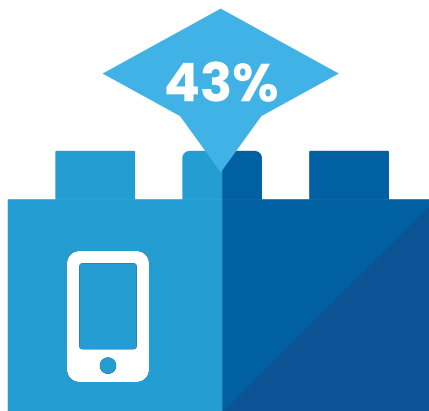
FORDELING AF **OPENS** SENESTE 9 MDR

EVENT/TRAVEL B2C



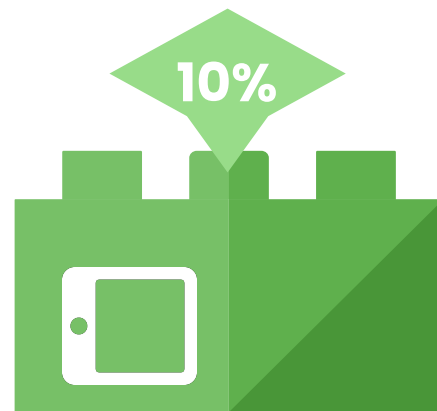
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

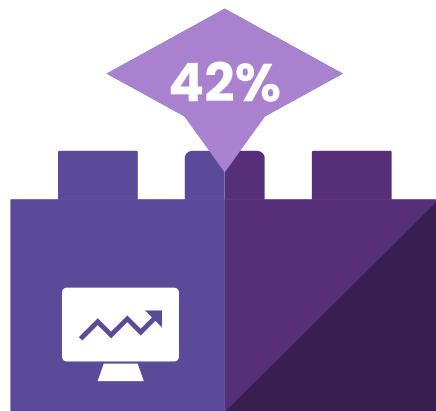


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

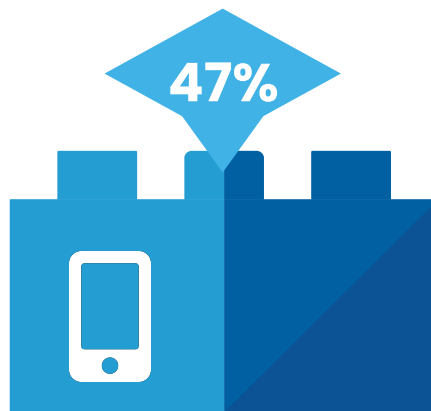
FORDELING AF CLICKS SENESTE 9 MDR

EVENT/TRAVEL B2C



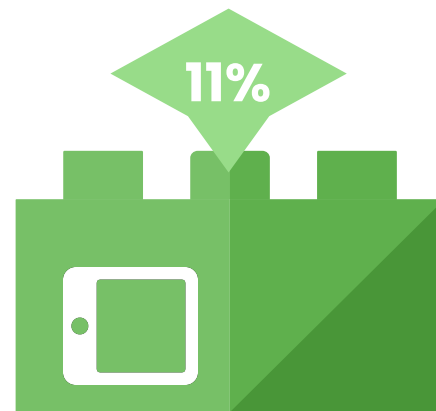
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

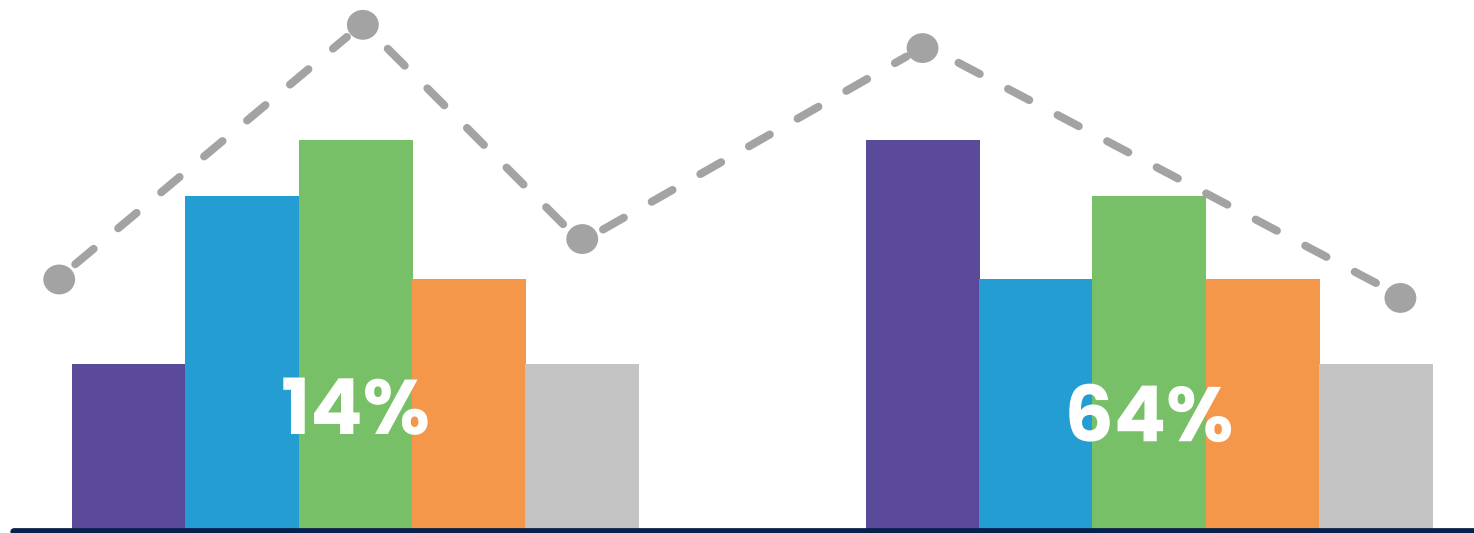


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG OPEN RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER



LOW TIER

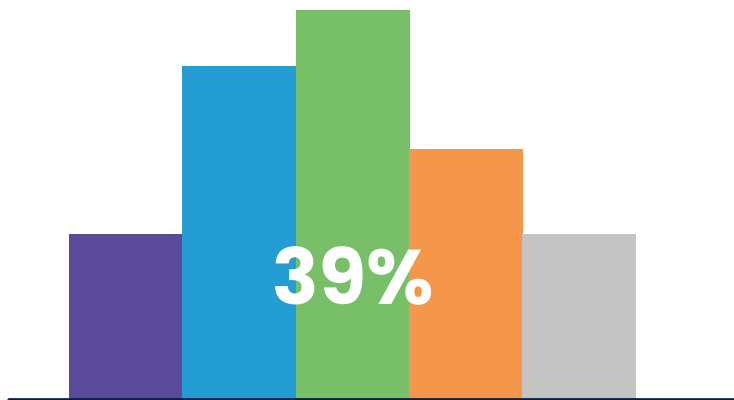
Gennemsnitlig værdi af de lavest performende udsendere på tværs af udsendelser

HIGH TIER

Gennemsnitlig værdi af de højest performende udsendere på tværs af udsendelser

GENNEMSNITLIG OPEN RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

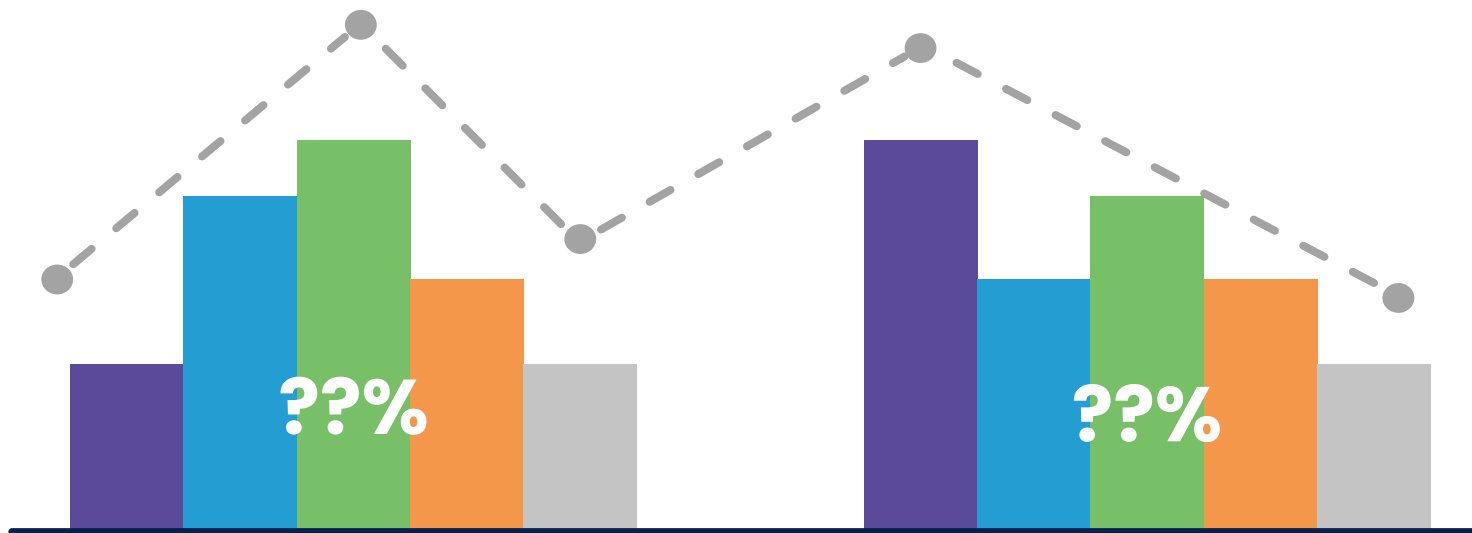


ALLE KUNDER

På tværs af alle kunder de seneste 9 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.

OBS: Afmeldingsraten er akkumuleret for en hel måneds udsendelser

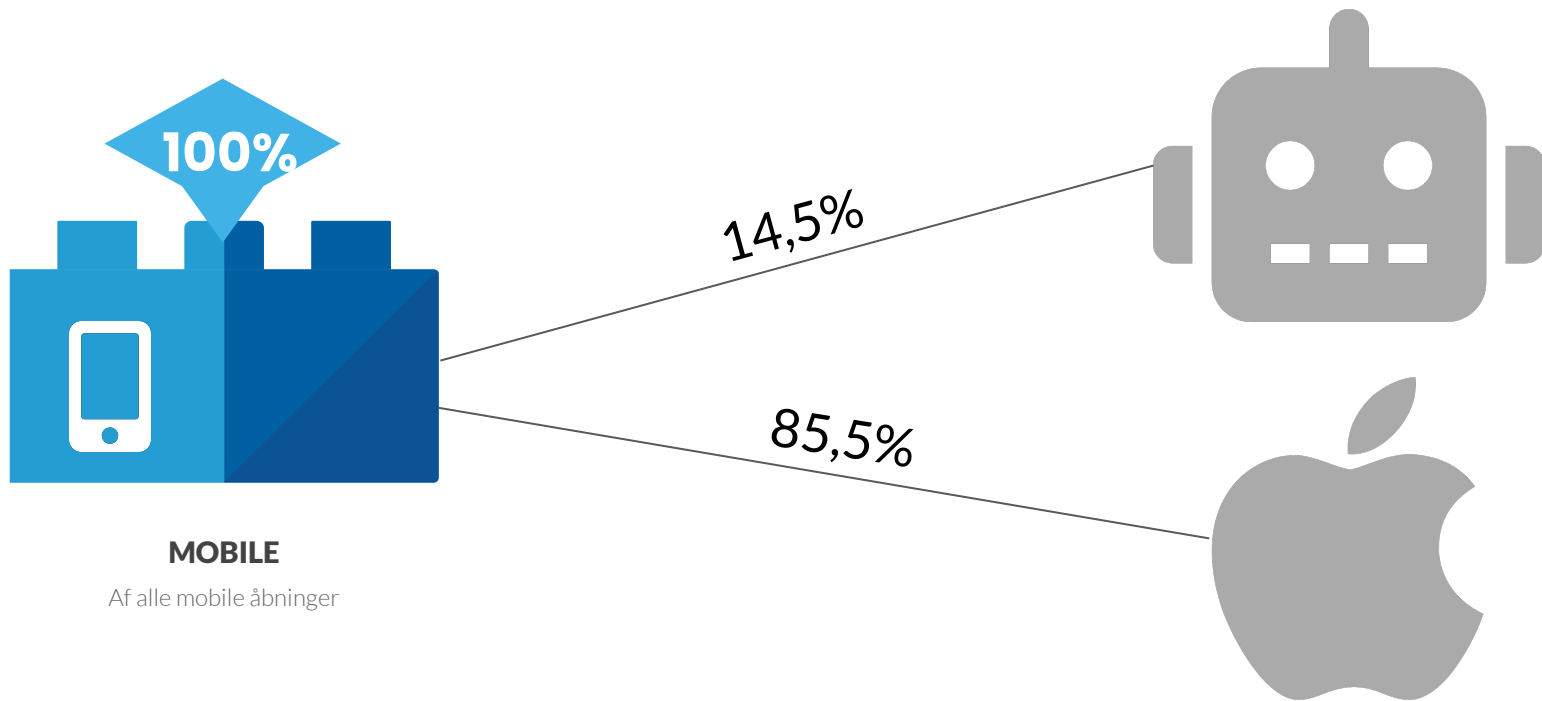


Fordelingen af mobile enheder



DISSE ENHEDER ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER

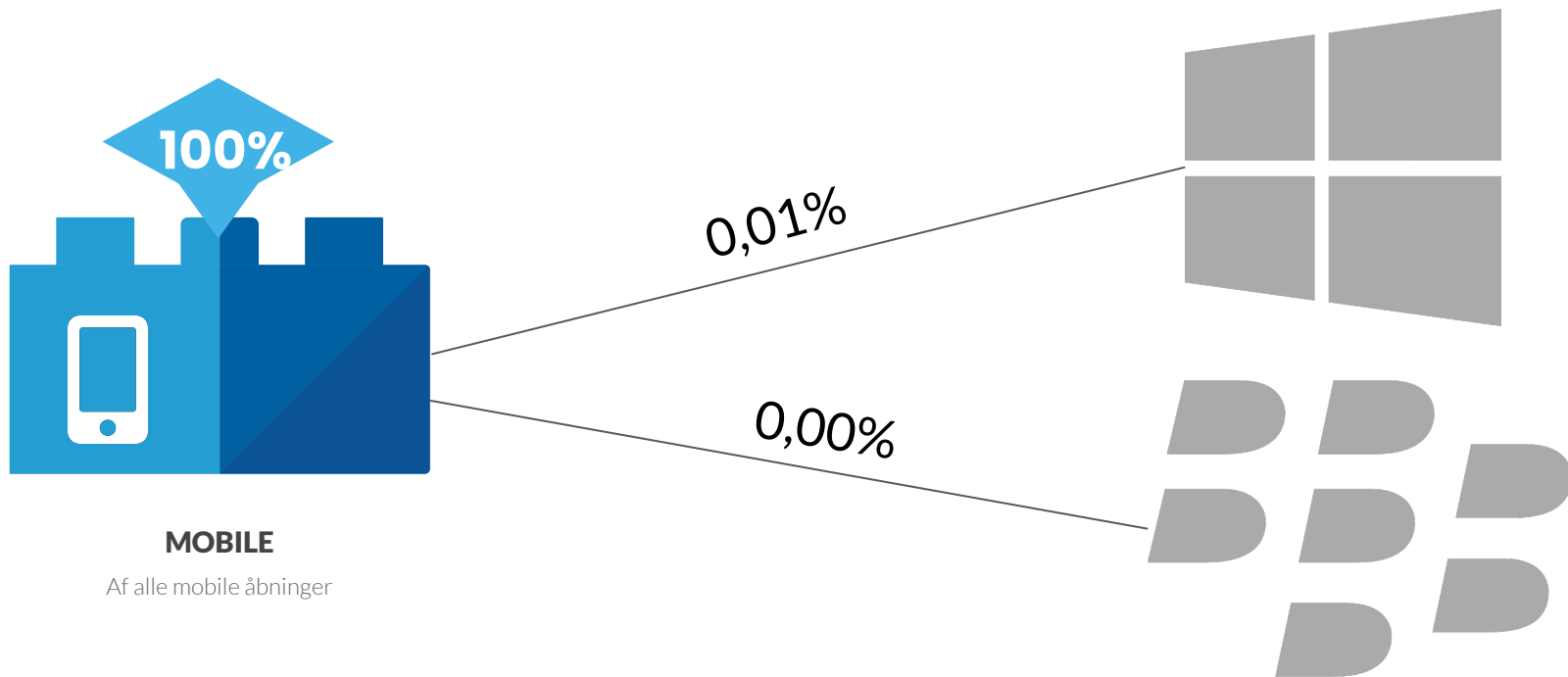


MOBILE

Af alle mobile åbninger

DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER

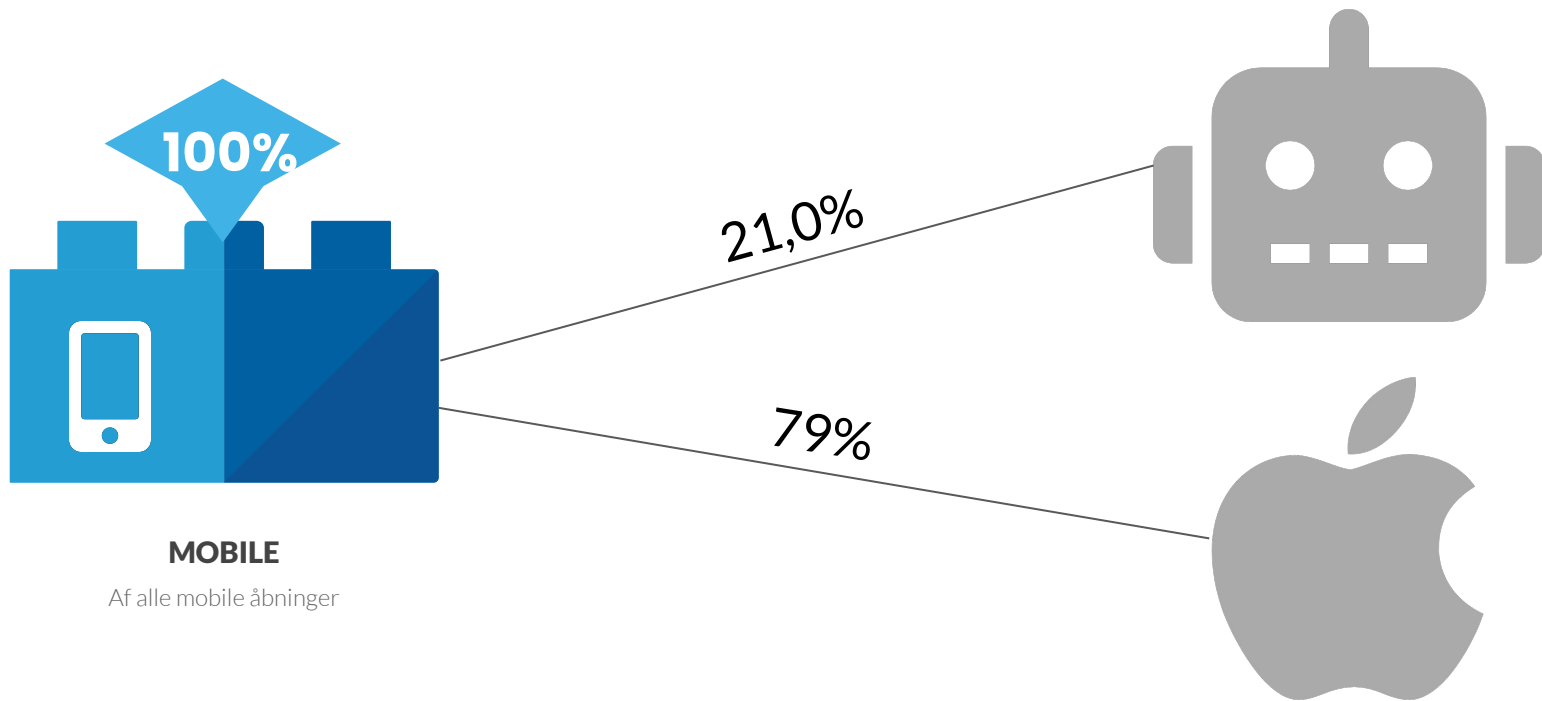


MOBILE

Af alle mobile åbninger

DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER

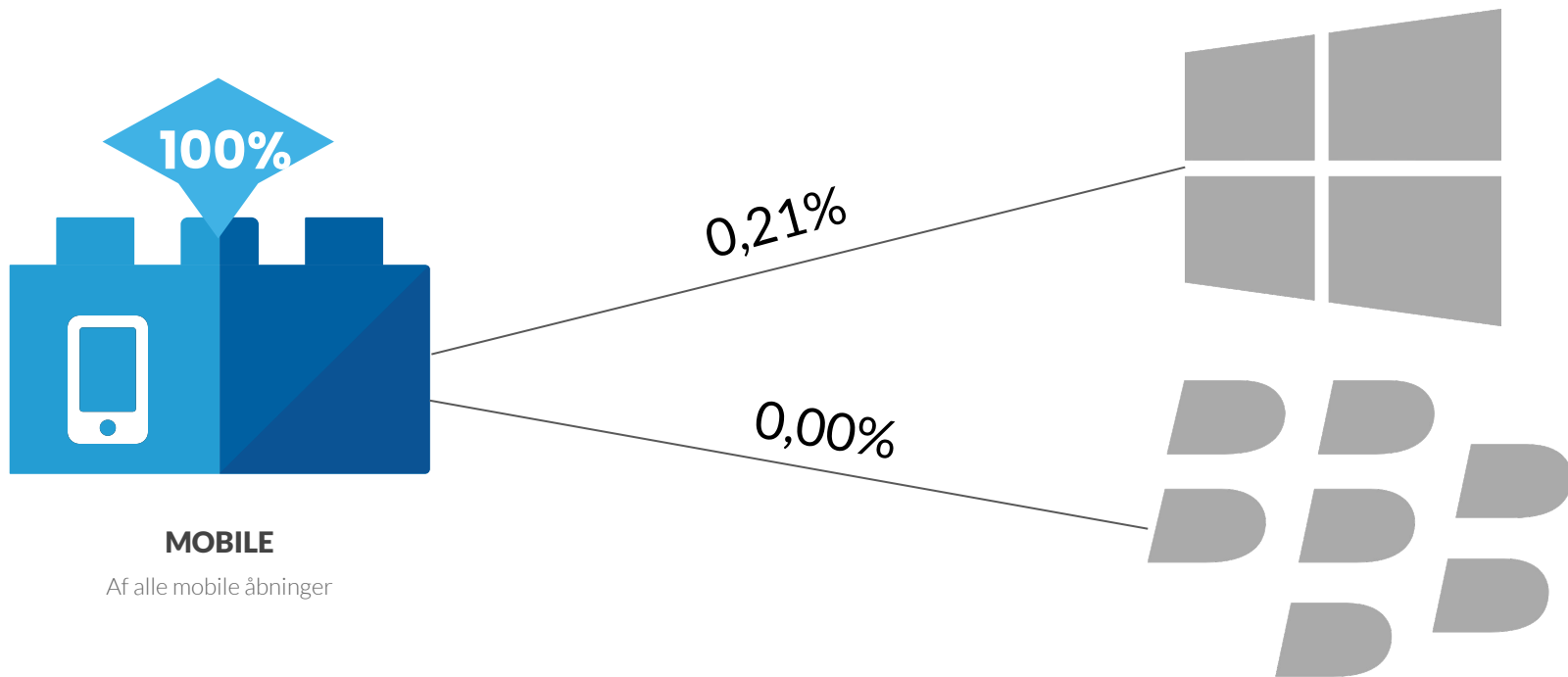


MOBILE

Af alle mobile åbninger

DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER



MOBILE

Af alle mobile åbninger



OPSUMMERING **ENHEDER MOBIL**

APPLE

Danmark er et iPhone land - længere er den vist ikke.

ANDROID

Danmark er MEGET atypisk med så lille en andel til Android

På verdensplan

På verdensplan er Android en klar vinder med 74,45% af markedet mod Apple med 22,85% (medio 2019)

Telefonerne fra Apple koster væsentligt mere. Danmark er et rigt land, hvor mange har råd til Apple ... og sikkert mange andre grunde.

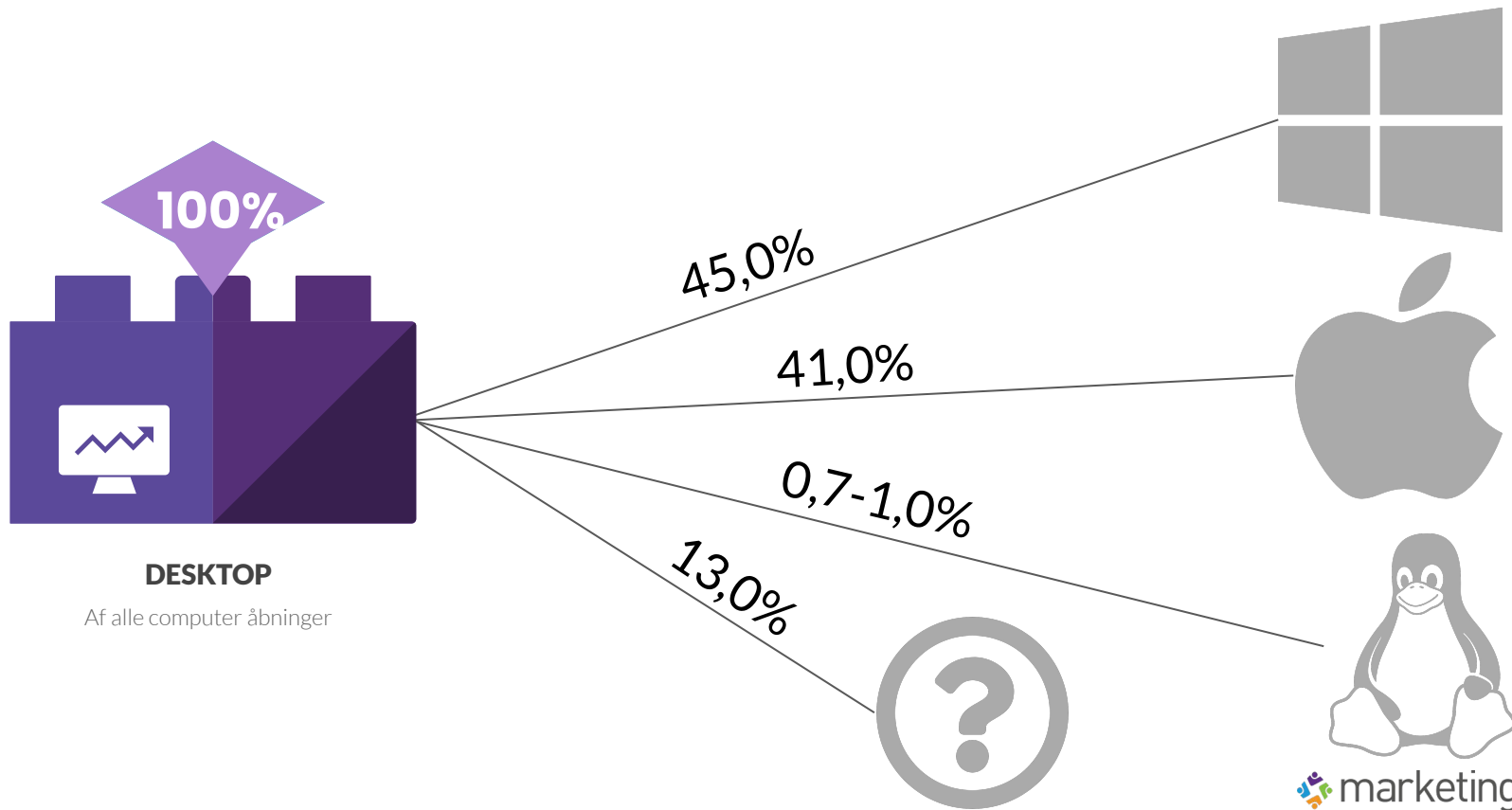


Fordelingen af desktop enheder



DISSE ENHEDER ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER

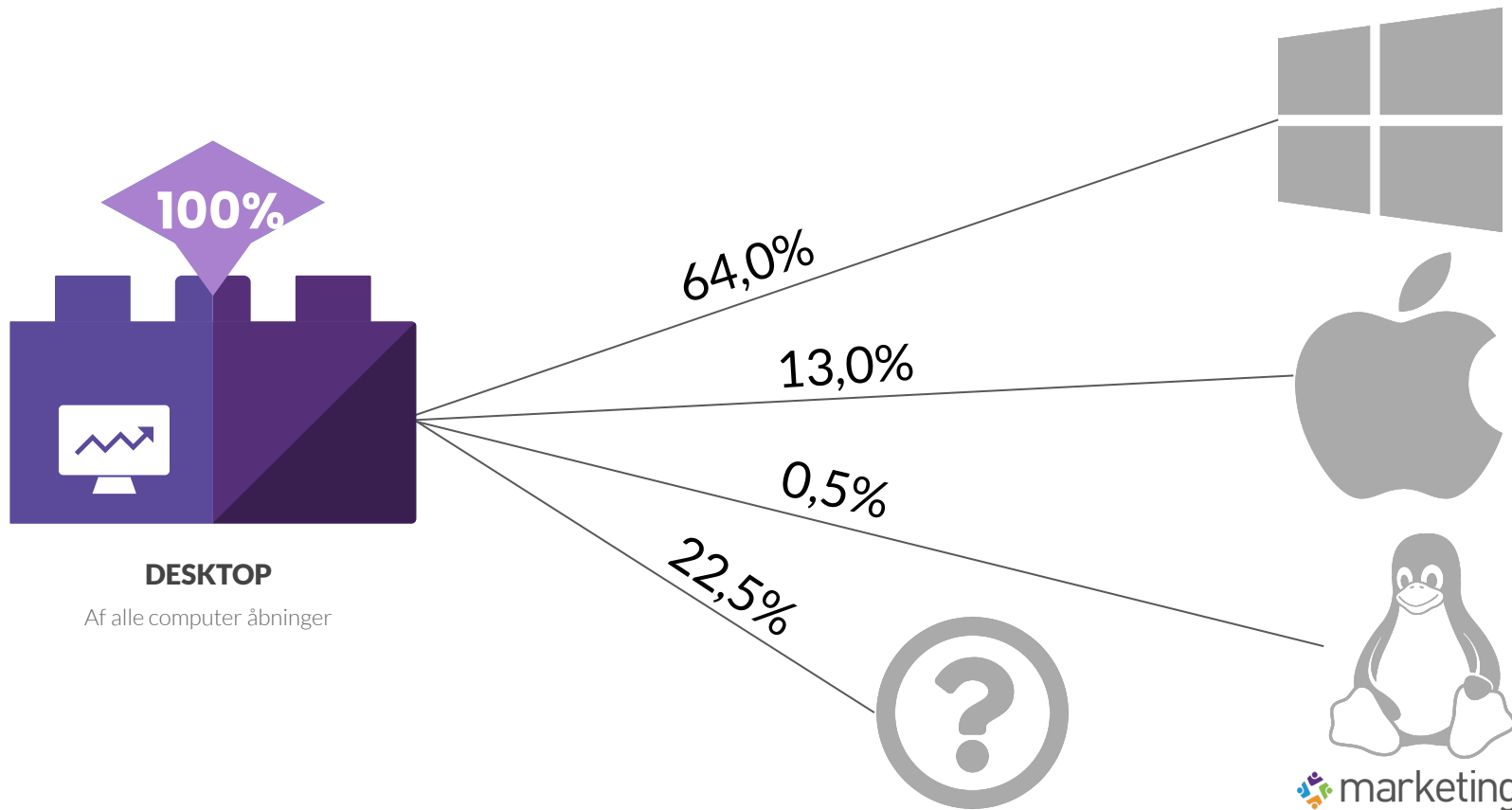


DESKTOP

Af alle computer åbninger

DISSE ENHEDER ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER





OPSUMMERING **ENHEDER DESKTOP**

APPLE versus WINDOWS

Kigger man bredt i befolkningen deler MAC og Windows markedet nogenlunde ligeligt.

For bare få år siden var Danmark klart et Windows land - MAC har altså vundet markedsandele.

LINUX

En lille skare af mere tekniske personer anvender trofast Linux, hvor markedsandele har været de samme i en årrække.

Other

En fordeling mellem Google Chrome styresystemet som vi desværre ikke tidligere har tracket individuelt.

Og styresystemer der ikke giver sig til kende, det kan være forskellige inkognito / firewall's der begrænser hvad vi kan se.



Hvilke mailklienter anvender danskerne

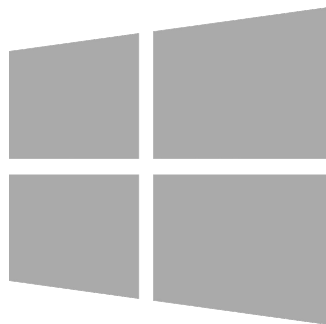


DISSE MAILKLIENTER ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER



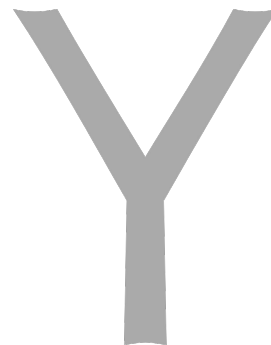
53,0%



39,0%



2,0%



2,0%



2,0%

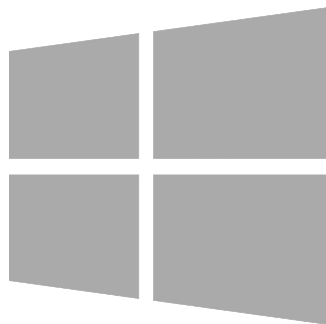
Alle andre har de resterende 2%

DISSE MAILKLIENTER ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER



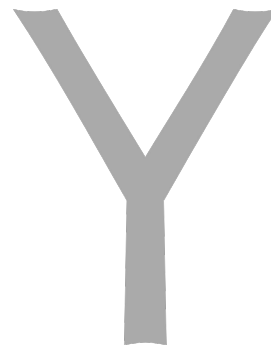
37,0%



43,0%



2,0%



1,0%



5,0%

23% kan vi ikke med sikkerhed detektere udbyder på egne "firmadomæner" med særlige opsætninger



OPSUMMERING **MAILKLIENTER**

Gmail

Ingen tvivl om Gmail har placeret foden tungt på mange menneskers private indbakke.

Et markedet der for år tilbage var domineret fuldstændigt af Hotmail. Dog anvender en del firmaer efterhånden Google Suite med Gmail for virksomheder med eget domæne.

Outlook/Hotmail

Hotmail har på det private marked tabt markedsandele, men har kløgtigt transformeret alt til at være Outlook.com, for at lave en kobling til deres professionelle version, Office 365, der i Danmark har en kæmpe markedsandel. Og sikkert en stor andel af vores usikkerhedstal.

Other

Fordeler sig mellem TDC og deres mail.dk (og ca. 100 andre domæner), Stofa, Apple, Yahoo og lignende mindre aktører.

TDC har tidligere haft 35% af markedet i Danmark - for bare 5 år siden.



Hvordan forbedrer du dine egne tal



RELEVANS SEGMENTERING

4-10x bedre performance

Usegmenterede udsendelser graver langsomt, men sikkert, din performance ned under gulvtæppet.
Hver gang du modtager en irrelevant kampagne, er du mere forbeholden for at åbne næste gang.

Det samme gælder for segmenterede udsendelser med modsat fortegn ... 😊

Segment



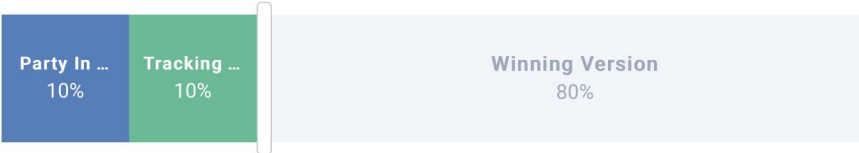
Filter Profiles Where

Purchased X times	▼	KreavillaOTM	is greater than	▼	3	times	+	-
Bought from category	▼	Primary	▼	is	▼	Select Primary Category-fi	+	-
KreavillaOTM	▼	Orders->OrderDate	is more than	▼	40	days	+	-

OPTIMERING **DU SKAL TESTE**

A/B, Split, Multivariant testing

Det er ikke ligegyldigt hvad du skriver i emnelinien. Eller hvem der er afsender på e-mailen - er det en person eller virksomheden. Måske skal emnet eller afsenderen også være afhængig af modtagerens relation til din virksomhed.

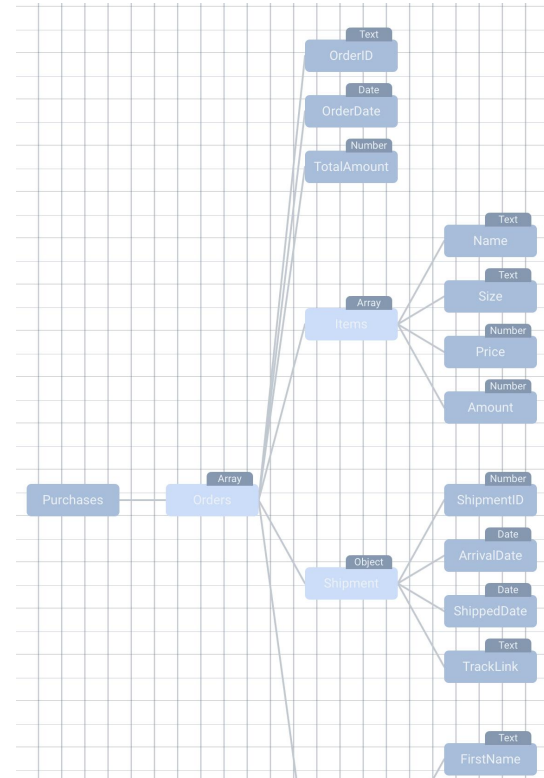
Name	Split Test Type	Win Condition	Sending
Win Condition			
Select a Win Condition:	<input type="radio"/> Open Rate ⓘ	Choose the size of the test groups. The winning Email Content will be sent to the remaining contacts	
	<input type="radio"/> Click to Open Rate ⓘ		
	<input checked="" type="radio"/> Click Through Rate ⓘ		
			

DATA SKAL DER TIL

Uden data ... hvad så lille du ...

Den virkelige segmentering er dybt afhængig af data.

- Interesser
- Adfærd og frekvens
- Købshistorik
- Besøgshistorik
- Spisevaner
- Produktgrupper
- Hotelbookinger
- Rejsevaner
- Familiesammensætning
- og meget meget mere du kender din forretning bedst



INDIVIDUALISERING AI & REGLER

Den enkelte og just-in-time

AI kan målrette beskederne til den enkelte baseret på adfærd, købshistorik og filtreret med det gode købmændskab.

LeadScoring kan sikre just-in-time - så modtagerne får de målrettede budskaber på det rigtige tidspunkt.

Web Output name

Select List

kreavilla - test

Amount of products



Add fallback options

Recommendation type

Recommended for Other items You may Recently viewed Shopping Cart

Filter/Output

like

Expansion

Add More filters

Filter Only In Stock Items

Select Tag to filter

Equal to



Lead Scoring

Setup

Lead Scoring

Define number of days lead score should be calculated before it drops back to zero if no activities are detected.

Number of days

Score points

Define score points for each Profile action. These points will be added to lead score and calculated based on number of days value.

Click in newsletter score

Open newsletter score

Visit product page score

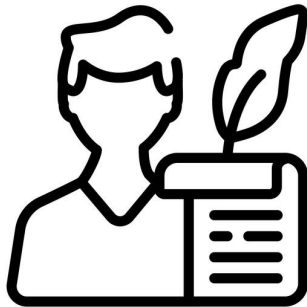
Default lead score value score

MENNESKER MED 3 KOMPETENCER

Copywriter/grafiker - Data - Forretningsforståelse

For at få succes med datadrevet Marketing Automation kræves typisk 3 forskellige kompetencer:

Forståelse for at skabe kampagner, dataforståelse og viden om forretningen.





SPØRGSMÅL?

kim@marketingplatform.com

Mobil: +45 42 555 555