

# Content Upgrade – Den komplette guide med 25 idéer

---

 [marketingplatform.com/da/ressourcer/content-upgrade-den-komplette-guide-med-25-ideer/](https://marketingplatform.com/da/ressourcer/content-upgrade-den-komplette-guide-med-25-ideer/)



Kunne det ikke være rart, hvis du kunne finde nye, stærke måder at skaffe flere leads til dit nyhedsbrev? Content Upgrade giver dig netop denne mulighed! Det er en ofte lidt overset metode til leadgenerering, men metoden er relativt let at gå til og bør være noget, de fleste har tænkt med ind i deres marketing. Hvis brugt rigtigt kan man se en ganske betydelig fremgang i antallet af høstede leads.

## Hvad er Content Upgrade?

---

Content Upgrade er et relativt nyt begreb, som begyndte at florere i 2018, da Brian Dean beskrev begrebet.

Således kunne Brian Dean fra SEO virksomheden Backlinko berette om nogle ret vilde tal, da han tog Content Upgrade i brug i sin markedsføring. Brian Dean påviste, at han hævede sin conversion rate ift. tilmeldinger til nyhedsbrevet fra 0,54% til 4,82% – altså en fremgang på hele 785%!

Primary Dimension: **Landing Page** Source Keyword Other ▾

Secondary dimension ▾		Sort Type: Default ▾	
Landing Page		Goal Conversion Rate	↓
			<b>785.01%</b> ↑ 4.82% vs 0.54%
1.	/google-ranking-factors		
	Jun 1, 2014 - Jun 9, 2014		4.82%
	May 1, 2014 - May 31, 2014		0.54%

At alle vil kunne lave en lige så voldsom fremgang som Brian Dean er nok tvivlsomt. Han er knalddhamrende dygtig og ved lige præcis, hvad han laver, og hvordan han skal gøre det. Men hvorom alting er: Det kan virke virkelig godt!

Content Upgrade kan altså betragtes som en slags leadmagnet, som er lavet specifikt til en bestemt artikel eller blogopslag.

Og det kan blive nødvendigt at producere noget virkelig godt Content Upgrade, for vi lever i en alder, hvor man bliver bombarderet med content overalt... På blogs, YouTube, Facebook Ads... You name it!

Folk forventer mere og mere. Og for at få folk til at reagere og ville afgive deres email adresse for at få adgang til dit content og den upgrade, du laver til det, skal du være skarp. Dit content skal være spot on og give en betydelig merværdi.

## Hvorfor bruge tid på Content Upgrade?

Det kan ved første øjekast virke som spild af tid at skulle bruge endnu mere tid på at uddybe noget indhold, som du måske allerede har brugt en masse tid på. Udover en masse cases der beviser, at det ofte kan være besværet værd, så viser flere undersøgelser også, at mange marketingfolk verden over ser det at skaffe leads som noget af det mest udfordrende overhovedet – både i antallet af leads men også i kvaliteten.

- Kun 57% af virksomheder som har en blog har oplevet at få en kunde blandt de, der læser bloggen (Kilde: [Impact](#))

- 63% adspurgte i marketingafdelinger siger at generere leads er den største udfordring (Kilde: [HubSpot](#))
- 59% adspurgte i marketingafdelinger siger at email marketing og content marketing skaber leads af bedste kvalitet sammenlignet med [outbound marketing](#). (Kilde: [Ironpaper](#))

Der kan derfor være masser af grunde til at gøre en ekstra indsats for at skaffe endnu flere leads af højere kvalitet.

Og netop det at opgradere på den eksisterende content marketing kan være en god idé fordi

- 47% af leads som man ender med at lukke har set 3-5 forskellige typer content inden de overvejer at købe (Kilde: [Hubspot](#))
- Den gennemsnitlig B2B marketingansvarlige bruger 13 forskellige content marketing taktikker for at generere leads (Kilde: [Content Marketing Institute](#))
- 96% af alle købere siger, at de gerne vil se mere content som inkluderer input og indsigt fra 'thought leaders' (Kilde: [HubSpot](#))

## Hvilket indhold skal jeg upgradere?

---

Noget af dit content giver formentlig noget mere mening at lave upgrader til end andet. Men det kan være spild af tid at lave Content Upgrade til noget indhold, som ikke har særlig mange besøgende. Du er interesseret i at få så mange som muligt til at afgive deres email adresse for at få adgang til din upgrade, så det er vigtigt at få identificeret noget af det indhold, som har flest besøg, eller hvor indholdet er af høj kvalitet.

## Step-by-step guide til Content Upgrade

---

### 1. Find indholdet som skal opgraderes

Tag et smut ind i Google Analytics eller Facebook Analytics og kig på hvilke websider, der modtager mest trafik. Det behøver ikke være som landingpage, altså hvor folk lander på indholdet som det første på websitet. Kig på "all pages/alle sider" og identificer dine sider med content. Det kan være de alle ligger under din blog i et /blog/ bibliotek eller som her ved MarketingPlatform, hvor vores content primært ligger under /ressourcer/ biblioteket.

▼ Websiteindhold	
Alle sider	
Indhold i detaljer	
Landingssider	
Afslutningssider	
▶ Websitehastighed	
▶ Site Search	
▶ Hændelser	
▶ Udgiver	
Eksperimenter	
Konverteringer	
Indsæt række	Sekundær dimension
Sorteringstype	Standard
Side ?	Sidevisninger ?
	% af total
<input type="checkbox"/>	1. <a href="/da/ressourcer/leadgenerering/">/da/ressourcer/leadgenerering/</a>
<input type="checkbox"/>	2. <a href="/da/ressourcer/marketing-automation-eksempler/">/da/ressourcer/marketing-automation-eksempler/</a>
<input type="checkbox"/>	3. <a href="/da/ressourcer/hvad-er-multichannel-marketing/">/da/ressourcer/hvad-er-multichannel-marketing/</a>
<input type="checkbox"/>	4. <a href="/da/ressourcer/25-gode-ideer-til-nyhedsbrevet/">/da/ressourcer/25-gode-ideer-til-nyhedsbrevet/</a>
<input type="checkbox"/>	5. <a href="/da/ressourcer/">/da/ressourcer/</a>
<input type="checkbox"/>	6. <a href="/da/ressourcer/5-raad-til-gode-emplinjer-i-nyhedsbreve/">/da/ressourcer/5-raad-til-gode-emplinjer-i-nyhedsbreve/</a>
<input type="checkbox"/>	7. <a href="/da/ressourcer/100-power-ord-til-dine-emplinjer/">/da/ressourcer/100-power-ord-til-dine-emplinjer/</a>
<input type="checkbox"/>	8. <a href="/da/ressourcer/opsaet-den-perfekte-velkomstmil/">/da/ressourcer/opsaet-den-perfekte-velkomstmil/</a>
<input type="checkbox"/>	9. <a href="/da/ressourcer/marketing-automation-eksempler/?utm_source=facebook">/da/ressourcer/marketing-automation-eksempler/?utm_source=facebook</a>
<input type="checkbox"/>	10. <a href="/da/ressourcer/7-ideer-til-personliggoerelse-af-emails/">/da/ressourcer/7-ideer-til-personliggoerelse-af-emails/</a>

Gå siderne med mest trafik igennem og se, om nogle af dem virker oplagte at lave opgrader til. Læs indholdet igennem og brug noget tid på at overveje hvad du ville kunne gøre for at berige indholdet med noget materiale, der er så relevant og så godt, at folk vil ønske at afgive deres email adresse for at få adgang. Det kan være svært i nogle tilfælde, mens det andre gange er noget mere lige til.

Det er dog vigtigt at vælge noget indhold som i forvejen er meget udførlige beskrevet. Jo mere ‘in-depth’ din artikel er, desto mere bedre vil det virke. Specielt indhold med ‘how-to’ indhold kan være gode at lave Content Upgrade til, fordi det helt i sagens natur giver mening at lave bonus indhold, som folk vil have lyst til at downloade.

Har du en strategi om at bruge dit content i din betalte markedsføring, er mængden af trafik til dine artikler naturligvis i princippet underordnet. Her gælder det i så fald om at udvælge noget indhold, som er meget stærkt og gennem den betalte annoncering via eksempelvis Facebook Ads kan virke som en god lead-magnet.

## 2. Find indhold som vil kunne berige dit content

Hvis du er heldig, vil dine besøgende selv efterspørge det ekstra indhold, som de mener er brugbart.

Har du en blog med kommentarsektionen slået til, eller deler du dit indhold på sociale medier med mulighed for at kommentere, så hold øje med, om der er forespørgsler på ekstra information. Eksempelvis om nogle efterspørger en PDF version af dit indhold eller en guide til hvordan man bedst kommer i gang.

## Kristen



Great list – just what I needed for an SEO Audit I'm working on.

You don't happen to have this information in a handy dandy PDF format, do you??? 😊

Måske er det ikke på din egen webside, at du skal finde inspiration til berigelse af dit indhold. Det kan være du har fundet en spændende ressource på nettet omkring et givent emne, og du kan se, at folk her har efterspurgt en liste, en video, en checkliste, en fil, noget at printe eller andet. Brug dette som hint til selv at skabe noget godt tilsvarende (men selvfølgelig bedre) content med tilhørende Content Upgrade, der kan skaffe nye leads.

| TIP! Du kan sagtens tilføje mere end én Content Upgrade til samme artikel

Find i øvrigt inspiration i vores liste nedenfor med [25 idéer til Content Upgrade](#).

### 3. Opret din Content Upgrade

Det kan tage lang tid at finde det ekstra indhold, som du kan berige dit indhold med. Specielt hvis du har identificeret, at du er nødt til at lave en brancheundersøgelse for at få den perfekt lead-magnet. I andre tilfælde kan du slippe noget billigere med at lave en infografik eller lignende, som til dels vil kunne outsources.

Du slipper dog ikke for selv at skulle gøre *noget* af arbejdet. Der skal indsamles information og data og indholdet skal stykkes sammen. Der findes en masse værktøjer der kan hjælpe dig godt i gang (se længere nede i artiklen), og har du ikke adgang til grafiske ressourcer, kan du finde en freelancer på [Fiverr](#), [Freelancer](#), [Upwork](#) eller en af de mange andre freelancetjenester, der er tilgængelige.

**Hire expert freelancers for any job, online**

Millions of small businesses use Freelancer to turn their ideas into reality.

[I want to Hire](#) [I want to Work](#)

### 4. Del din lead-magnet

Du har nu oprettet din opgradering til dit indhold, og det er tid til at få det præsenteret på en god måde, så dine besøgende har lyst til afgive deres email adresse mod at downloade dit indhold.

Det kan være forskelligt hvordan folk reagerer på en opfordring til at downloade noget. Prøv derfor både at lave tekstlinks og grafikker, som gør opmærksomme på det herlige stykke ekstra indhold, de kan få fingre i. Lav en A/B test for at finde ud af, hvad performer bedst. Og sørg for at det er muligt flere steder i dit indhold at få adgang til din Content Upgrade.

Brug en opt-in form fra f.eks. LeadPages eller Instapage eller en form som din email marketing udbyder med stor sandsynlighed giver mulighed for.

## 5. Mål antallet af leads

Du har nu oprettet og delt din Content Upgrade. Husk at få sat tracking på din downloadboks/link, så du kan måle effektiviteten af din lead-magnet. Har du oprettet flere downloadlinks, skal du huske at tracke dem alle. Du kan bruge det som dokumentation til marketingchefen, hvis du kæmper med at få frigivet ressourcer til at få lavet flere opgraderinger af dit indhold.

Når du forhåbentlig har fået grønt lys til at arbejde videre gælder det om at gå step 1-5 igennem igen med andre artikler, så du løbende kan høste flere og flere stærke leads.

TIP! Hvis du registrerer at folk trods forskellige forsøg ikke klikker for at få adgang til din Content Upgrade og i stedet blot forlader dit website, kan du overveje at trigge en exit-popup, hvor de får en sidste mulighed for at hente dit indhold.

## 25 idéer til Content Upgrade

---

Det kan være svært at få idéerne eller inspirationen, så lad os kigge på nogle af de mange muligheder der foreligger, når du skal lave din Content Upgrade.

1. Checkliste
2. Download af fil
3. Templates eller manualer
4. Video
5. Scripts
6. Udlodde prøveadgang eller prøvemedlemskab
7. Noget printervenligt
8. Transcript
9. PDF
10. Email serie

11. Beregner/regnemaskine
12. Cheat sheet
13. Uddybning af indhold
14. Tools og ressourcer
15. Rabatkode eller tilbud
16. Podcast eller webinar
17. Quick start guide
18. Brancheundersøgelse
19. Konkurrencer eller udfordringer
20. Case story
21. Whitepaper eller e-bog
22. Infografik
23. Excel eller spreadsheet fil
24. Teaser
25. Test

BONUS! Download listen med eksempler gratis



Du kan sagtens vælge at lave mere end én Content Upgrade på en artikel. Man kan f.eks. godt forestille sig en how-to artikel, som både har en check-liste, en template og en video som Content Upgrade.

TIP! Man kan i nogle tilfælde komme langt alene ved at gøre en PDF version af artiklen tilgængelig til download.

Jo længere en artikel, desto mindre tid har folk til at læse hele artiklen på én gang. Og der kan være mange detaljer som er svære at overskue og huske. Derfor kan en PDF version af artiklen ofte også have god effekt. Eksemplet nedenfor er fra Grow and Convert bloggen, hvor en læser selv efterspørger en PDF version af artiklen, som han har læst:



Michael Pozdnev · a month ago

Excellent article! I am very glad that you share such useful information, confirmed with data and your own experience, with the readers.

In fact, it is really important to approach all your actions correctly and keep track of them from the very beginning. Conversion settings, CTA are indispensable parts of a successful blog nowadays.

According to my own experience of using various CTA, several options based on user's preferences worked well. Sometimes there are fewer downloads of my bonuses than of the pdf versions of my posts. The same concerns your article: I would rather save it for the future as a pdf file, so that to be able to take advantage of the advice later on.

I wish success to your blog! I keep track of your development, since I'm interested in the subject matter of your posts and since I launched my own blog at the same time with you.

1 ^ | v · Reply · Share ›

---

## Hvad vil virke bedst som Content Upgrade for mig?

---

Det kan være svært at vide hvilken type upgrade, man skal lave, og der er ikke nogen decideret facitliste.

Der er formentlig for langt de fleste af dine artikler eller blogindlæg muligheder for at lave en upgrade på den ene eller den anden måde.

Der er ingen decideret regel om hvilken type upgrade, der passer bedst til noget bestemt indhold, omend man kan argumentere for, at det ikke giver megen mening at lave en how-to guide, hvis man har en artikel som er baseret på en liste for eksempel.

Et par eksempler på indhold der passer sammen er eksemplificeret her:

- Artikel med lister -> Cheat sheet
- En serie af blogindlæg -> eBook
- Artikel med instruktioner -> How-to guide enten på skrift eller video
- Case study -> Slideshow eller brancheundersøgelse

Prøv at overveje: Hvad ville du *selv* synes var en fantastisk bonus til noget indhold, som du ville være interesseret i?

---

## Hvilke formater skal jeg bruge?

---

Når du laver dit Content Upgrade, er det vigtigt at lave i et format, som alle kan bruge. Det vil sige, at det skal skabes i formater som per default kan ses på desktop, tablet og mobil uanset hvilket styresystem, som bliver brugt.



Eksempler er JPG, GIF eller PNG billeder, PDF filer, WAV og mp3 filer med videre. Indholdet kan også være lavet som noget, der ligger i en online tjeneste som stream eller læsning som f.eks. YouTube, Vimeo eller Ipaper.

Du skal derfor være påpasselig, hvis du eksempelvis vil lave et regneark eller et tekstdokument. Ikke alle har Excel eller Doc installeret men alle kan gratis tilgå Googles alternativ Google Spreadsheets og Google Docs. I dette tilfælde kan anbefales at lave Content Upgrade i begge formater.

## Content Upgrade eksempler

---

### Brian Dean / Backlinko

Vi omtalte i starten af artiklen her Brian Dean, som havde oplevet en 785% fremgang i antallet af leads.

Brian Dean havde en artikel kaldet The Social Squeeze page, som omhandler hvordan man med en enkelt side kan vækste sine antal af leads betragteligt. Der var 21,7% sign ups på denne side, men kun 2% af alle besøgende på hans website så denne side. Det fik ham til at tænke på hvad han kunne gøre ift. de 98% af hans besøgende, der ikke så denne side. Det var naturligvis også vigtigt at få så mange som muligt af de 98% til at tilmelde sig nyhedsbrevet.

Han besluttede sig derfor for at lave et eksperiment med siden Google's 200 Ranking Factors: The Complete List. Denne var en velbesøgt og vigtig side for ham og den konverterede leads med 0,54%.


Han lavede derfor en checkliste til artiklen, så alle besøgende mod aflevering af email adresse kunne downloade en checkliste til egen brug baseret på de 200 Google ranking faktorer.

Some are proven.

Some are controversial.

Others are SEO nerd speculation.

But **they're all here.**



**Bonus:** Download a free checklist that will show you how to tap into the 10 most important Google ranking factors listed here.

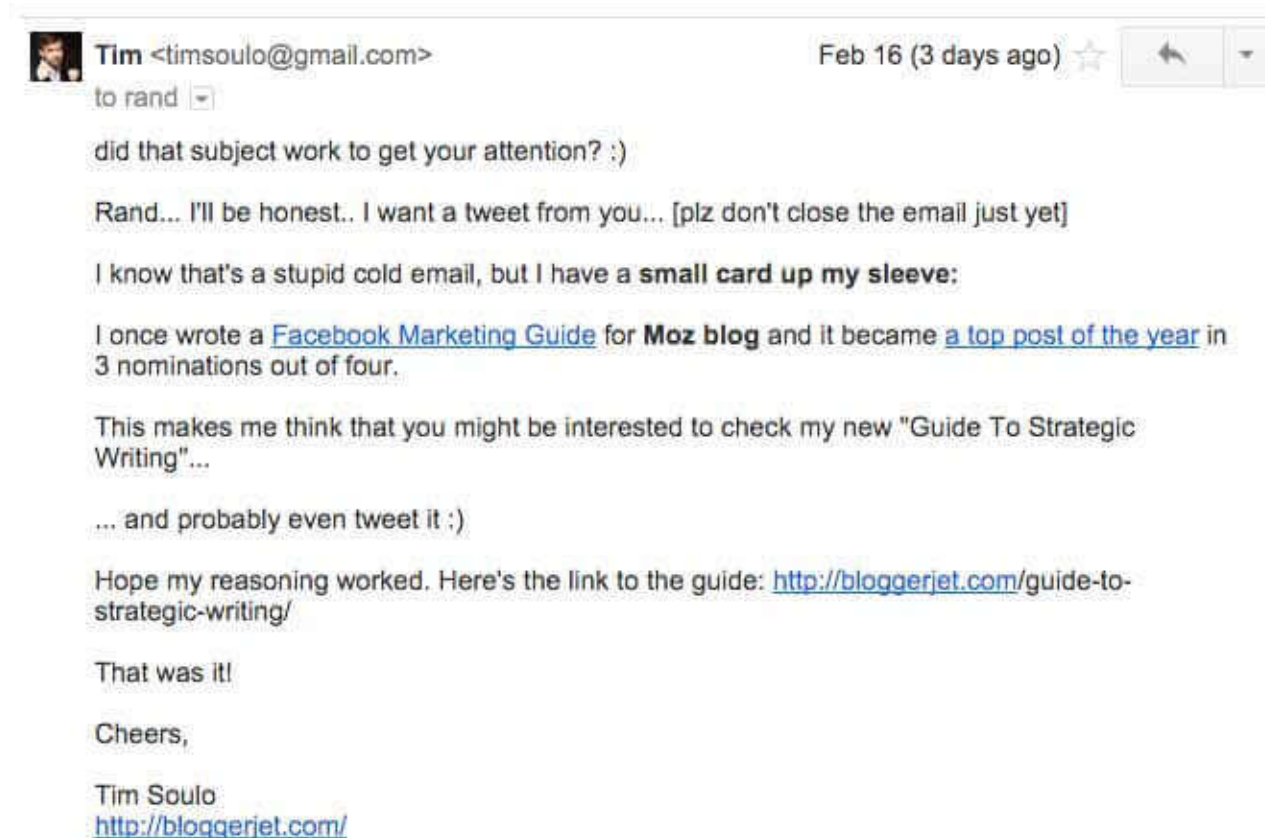
Denne upgrade blev meget populært og antallet af leads steg efterfølgende med 785% fra 0,54% til 4,82%.

## Bloggerjet

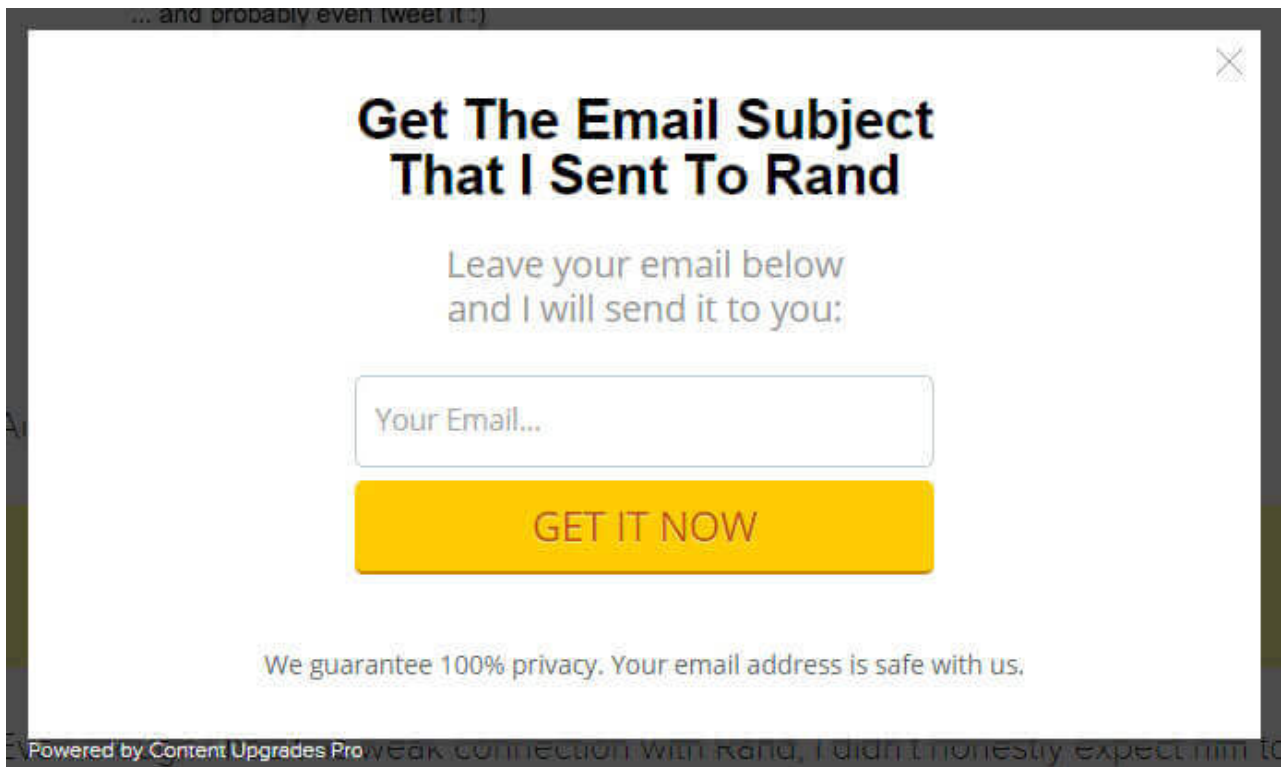
Tim Soulo fra Bloggerjet (og det velkendte SEO tool Ahrefs) fik med brug af Content Upgrade en 300% fremgang i tilmeldinger til nyhedsbrevet.

Hans fremgangsmetode var at lave en artikel, hvor han beskrev, hvordan det lykkedes ham at sende en mail til SEO-guru Rand Fishkin og få ham til at åbne emailen og efterfølgende få et svar. Rand Fishkin fra Moz er efterhånden blevet lidt af en legende, og kan man få ham til at anbefale det content man har lavet gennem et re-tweet eller lignende, er man rigtig godt stillet.

Tim Soulo viste sine besøgende *hvad* de havde skrevet til Rand Fishin.



Men for at se hvilken email emnelinje de havde brugt for at få Rands attention og få ham til at åbne mailen, skulle man downloade svaret og i processen naturligvis tilmelde sig deres nyhedsbrev.



Bloggerjets sædvanlige tilmelding til nyhedsbrev lå på 2% men med denne Content Upgrade steg tilmeldingen til 6% – En fremgang på 300%.

Desværre for Tim Soulo var det indhold, som han sendte til Rand Fishkin, ikke af en karakter, som Rand Fishkin ønskede at re-tweete, som var det primære formål med Tims henvendelse til Rand. Uanset var Tims outreach til Rand dog alligevel en succes, eftersom han kunne notere den flotte fremgang i antal tilmeldinger til nyhedsbrevet.

## Jeff Bullas

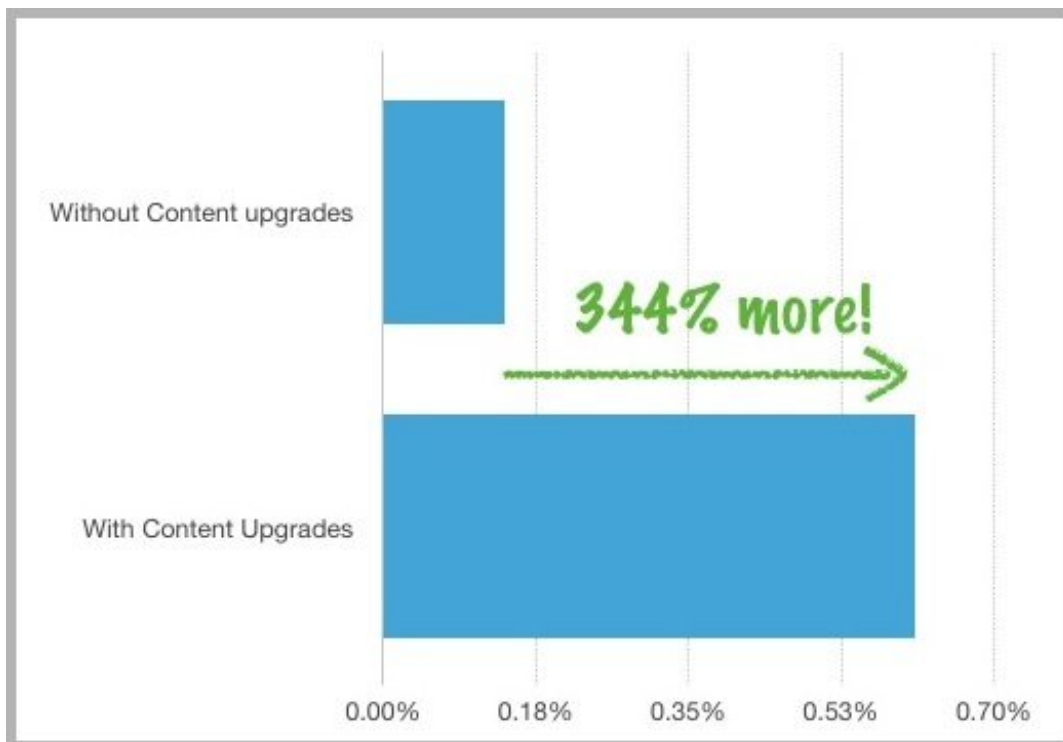
Jeff Bullas er en anerkendt Chief Marketing Officer, som blandt andet ofte optræder som keynote speaker på diverse marketing summits.

Jeff valgte i sit forsøg at gøre brug af en checkliste som Content Upgrade. Jeff havde en artikel kaldet '15 Step Guideline To Create Your Perfect 2015 Digital Marketing Strategy'. En artikel der allerede var ganske populær.

For at gøre indholdet endnu mere attraktiv og få flere folk til at tilmelde sig nyhedsbrevet, valgte han at lave bonus indhold i form af en checkliste, som tog udgangspunkt i de 15 punkter i artiklen, ligesom der var yderligere 10 Facebooks tips og 6 SEO tips.

**Jeff's Bonus:** Get my 2015 Perfect Digital Marketing Strategy Checklist that summarizes the techniques in this post, plus my 10 tips for increasing engagement on Facebook and my 6 tips for ranking higher in Google. [Click here to get these bonuses sent to you.](#)

Sammen med denne Upgrade lavede Jeff Bullas 3 andre Content Upgrades på tværs af sin blog, og resultatet var ikke til at tage fejl af.



Antallet af email konverteringer steg med 344%.

## Ressourcer til opbygning af Content Upgrade

Vi har i vores artikel med [værktøjer til nyhedsbreve](#) beskrevet en række gode tools, som kan bruges til email marketing formål, og som således også kan bruges i arbejdet med at lave Content Upgrades. Men lad os prøve at dykke ned i nogle af de væsentligste her alligevel.

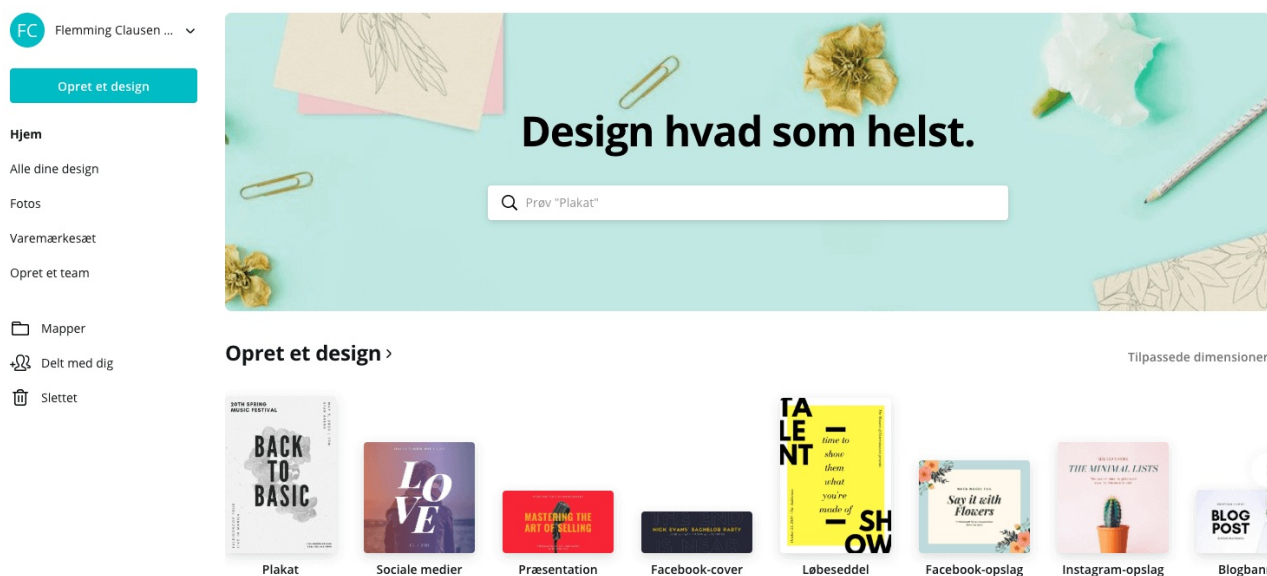
### Gratis billeder

Det kan være meget dyrt at skulle betale sig fra gode billeder til marketingbrug fra tjenester som iStockphoto og Shutterstock. Heldigvis er der gratis alternativer. Tjenester som Pexels, Pixabay, Iconfinder og Unsplash tilbyder tilsammen mere end 1.000.000 gratis billeder, ligesom det også er muligt at finde videoklip. Det er værd at hæfte sig ved, at eftersom der er tale om gratis billeder, så vil man ofte kunne støde på

andre, som bruger samme materiale. Så vil man lave noget lidt mere unikt, er der ingen vej uden om at betale sig fra at få billeder. Læs vores artikel om [gratis billeder](#) for mere info.

## Canva

[Canva](#) er et meget handy lille tool som de fleste indenfor marketing kender til. Canva er et online design tool, hvor du kan bygge grafikker blandt andet med baggrund i prædefinerede templates, formater, farver og fonte.



## Photopea

Har man ikke adgang til Adobe Photoshop, og har man ikke lyst til at betale den forholdsvis høje licens, kan et online grafik tool som [Photopea](#) være en god hjælp. Selvsagt vil der være funktioner, som ikke vil være tilgængelig sammenlignet med Adobe Photoshop. Et andet godt, gratis alternativ er Pixlr Editor.



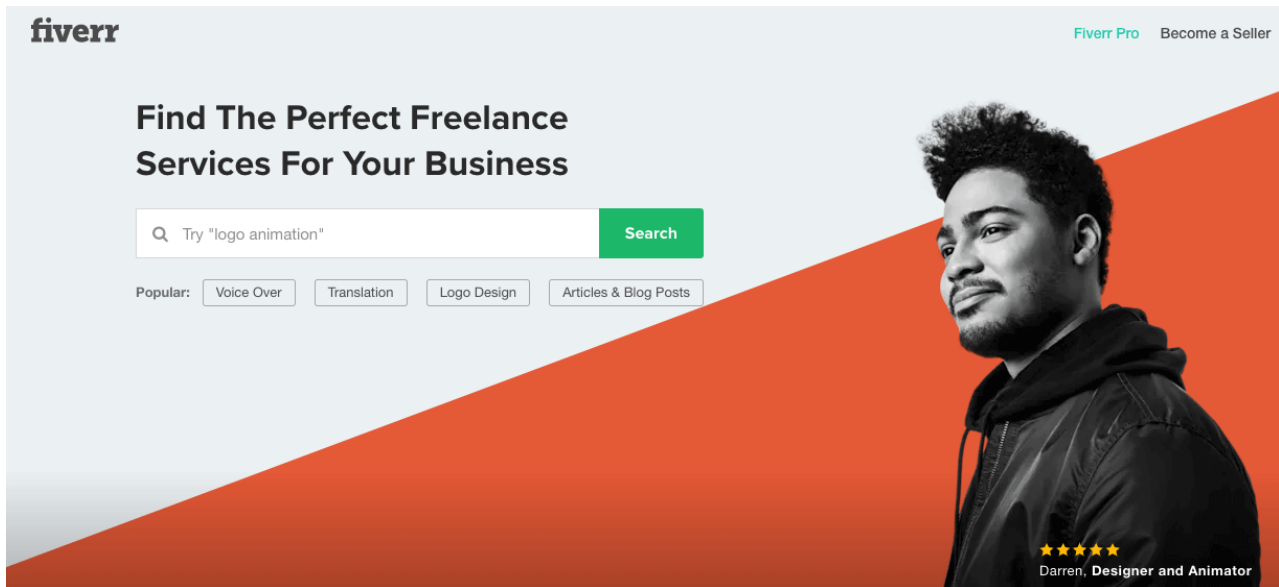
## Google Docs

Som nævnt er det langt fra alle der har adgang til Microsofts office pakke med blandt andet Excel. Overvej i stedet at bruge Googles suite, hvor du har adgang til f.eks. Docs (Doc), Spreadsheet (Excel) og Slides (PowerPoint). Programmerne er tilgængelig online for alle, og det er endvidere muligt at eksportere i Doc, Excel og PowerPoint formater således, at man kan glæde både de der bruger Microsoft og de, der bruger Google.

## Fiverr, Freelancer.com m.v.

Du kan vælge at outsource din Content Upgrade. Der findes efterhånden mange gode muligheder for at få skabt content meget billigt og meget hurtigt. Et eksempel er den efterhånden legendariske Fiverr.com, som oprindeligt startede som en tjeneste, hvor alt kostede 5 dollar. Dette er nu gradbøjet på mange måder så man ofte kommer over dette beløb.

Men faktum er at en tjeneste som [Fiverr](#) eller [Freelancer.com](#) er oplagte steder at få produceret eksempelvis en infografik. Ofte kan man i løbet af 1-2 dage have noget materiale klar. Der er stort set ingen opgaver som ikke kan blive løst et af de nævnte steder.



## Piktochart

Ønsker man ikke at betale en freelancer på Fiverr eller Freelancer.com for at lave en PDF eller infografik, kan man selv gå i krig med programmet Piktochart. Programmet er lavet til at oprette infografikker med. Der findes en lang række templates som man kan tage udgangspunkt i, og herefter kan man så tilpasse til ens behov, som man ønsker.

## Lydfiler og videofiler

Skal du lave en lydfil, hvor du som Content Upgrade præsenterer et interview, er Audacity et godt værktøj. Der er tale om et open source og dermed gratis værktøj, som blandt andet kan bruges til at fjerne baggrundsstøj, ligesom man kan beskære eller mixe lydfile.

Skal du arbejde med videofiler, er man ofte rigtigt godt stillet med de programmer, der per default ligger i på en PC (Movie Maker) eller Mac (iMovie).

## Konklusion

---

Der findes et utal af måder hvorpå man kan forbedre sit indhold i arbejdet på at skaffe endnu flere leads. Hvis gjort rigtigt kan Content Upgrade være en fantastisk effektiv lead-magnet.

Der er ikke nogen decideret facitliste på, hvad der vil give mest værdi for dig. Tænk på hvad du selv ville synes gav god merværdi for dig selv og prøv dig frem for at se, hvad der er mest effektivt.

Det er muligt at opgradere stort set al indhold, og det behøver ikke være tidsmæssigt

eller økonomisk krævende. Noget så simpelt som at give mulighed for download af en PDF version af en artikel kan nogle gange være nok. Utvivlsomt vil mere gennemarbejdet materiale, der giver en værdi ud over det, du har præsenteret i det indhold der er tilgængelig på websitet, dog virke absolut bedst.

Har du ikke selv evnerne eller tiden, er det muligt at outsource opgaver for relativt beskedne penge.

Så hvad venter du på? Kom i gang og få testet hvordan Content Upgrade kan hjælpe med at vækste antallet af leads på jeres website!

[BONUS! Download vores gratis liste med 25 idéer til Content Upgrade](#)

## **Prøv MarketingPlatform gratis i 14 dage**

---

Prøveperioden er gratis, helt uforpligtende og udløber efter 14 dage, hvis du ikke ønsker at fortsætte.

Ved tilmelding modtager du samtidig vores uddannelsesflow på en serie af mails – og vores nyhedsbrev.