

# Hvorfor bruge Email Marketing?

---

 [marketingplatform.com/da/ressourcer/hvorfor-bruge-email-marketing/](https://marketingplatform.com/da/ressourcer/hvorfor-bruge-email-marketing/)



## Been there, done that?

---

I en verden som er oversvømmet i et væld af kanaler, enheder og platforme, og i betragtning af at det gennemsnitlige menneske fra det 21. århundrede nu har et opmærksomhedsspænd på blot 2 sekunder, er det måske alt for let at antage, at e-mail marketing er et overstået kapitel.

Dette ville være en enorm fejltagelse, fordi intet kunne være længere væk fra sandheden.

Undersøgelser fra Statista viser, at der i 2017 var 3,7 mia. E-mail brugere globalt, og dette tal forventes at vokse til 4,3 mia. I 2022. Antallet af e-mails, der blev sendt og modtaget pr. Dag i 2017 var så meget som 269 mia. men forventes at stige til 333 svimlende milliarder i 2022.

Disse e-mail brugere er også utroligt aktive. I USA alene tjekker 82% af alle ansatte deres arbejds e-mail mindst hver anden time – uden for normal arbejdstid. Og 90% af dem kontrollerer regelmæssigt deres personlige e-mail, mens de er på arbejde.

Altså er brugen af e-mails på ingen måde ved at uddø.

## Er Email Marketing er fremtidssikret?

---

De platforme som e-mails vises på bliver konstant ændret til at passe til det digitale landskab, som det ændrer sig – f.eks. ud fra det faktum, at der vil være 4,78 milliarder mobiltelefonbrugere i verden i 2020 – men det faktum, at 59% af e-mails bliver åbnet på mobiltelefoner viser, at engagementet med Email Marketing er lige så stærkt, som det nogensinde har været – hvis ikke stærkere.

Forenklet sagt er Email Marketing i dag stadig et så kraftfuldt, fleksibelt og levende værktøj til at forbinde med dine potentielle og eksisterende kunder, som det nogensinde har været. Måske endda endnu mere med de spændende muligheder med Marketing Automation og Artificial Intelligence. Email Marketing er stadig den mest personlige, direkte og relevante måde at engagere sig i dem på. For hvis du bruger dine data godt, kan du skræddersy hver email til at reflektere dit publikums adfærd og sikre, at enhver kommunikation er relevant for deres specifikke ønsker og behov.

Men alt dette er kun set i helikopterperspektivet. Der er nogle meget overbevisende grunde til, at du skal bruge Email Marketing som essentiel del af at sikre din virksomheds succes.

---

## **Email Marketing er en magnet til kundeopkøb (og fastholdelse)**

---

Emails har ikke kun den største brugerbase samlet set. Den har den største brugerbase i alle aldersgrupper. Mens publikumsstørrelsen for både Email Marketing og sociale medier stort set er den samme, og markedsføring af sociale medier formentlig også integreret del af din samlede markedsføringsstrategi, hænger sociale medier stadig i bremsen i forhold til Email Marketing på tværs af alle metrics med hensyn til konverterings- og åbningsrater, CTR og engagement.

- Konverteringsfrekvensen for Email Marketing er gennemsnitligt over 6% sammenlignet med knap 2% for sociale medier.
- Åbningsrate og CTR for Email Marketing ligger på henholdsvis 23% og 3,7%, mens engagementsprocenten for sociale medier gennemsnitligt ligger på 0,58%

Og det er ikke for at tale sociale medier ned, overhovedet. Tværtimod, det kan være et fremragende værktøj, du kan bruge til rejsen mod konvertering, og sociale medier tilbyder nogle værktøjer, som Email Marketing ikke har. Den største udfordring ved sociale medier vs. Email Marketing er velsagtens, at sociale medier kan være endog meget dyr at bruge i din betale markedsføring. Sociale medier er et vigtigt værktøj i værktøjsskassen sammen med dine mange andre vigtige kanaler, og ligesom Email Marketing, skal sociale medier bruges på bedste og mest effektive måde, der passer til din målgruppe.

Man kan sige, at sociale medier kan være en fremragende måde at åbne døren for dine kundeemner, mens Email Marketing skal 'seal the deal' og omdanne dem til aktive medlemmer eller kunder.

EMarketer-undersøgelser i 2016 viste, at med både med hensyn til at fastholde og skaffe kunder topper Email Marketing listen med hensyn til effektivitet og omkostningseffektivitet. Henholdsvis 81% og 80% af de adspurgte sagde, at Email Marketing er den bedste kilde til at skaffe kunder samt fastholde dem.

## Email Marketing er virkelig omkostningseffektivt

---

Uanset størrelsen på din organisation er Email Marketing en af de mest billige måder at engagere og motivere dit publikum på. Den brede pakke af meget intuitive værktøjer i MarketingPlatform, og mange andre Email Marketing platforme, giver dig mulighed for at nå dit publikum let, effektivt og billigt, især når det ses i sammenligning med andre mere traditionelle marketingkanaler som radio, tv og direct mail.



I mere end 10 år har Direct Marketing Association (DMA) rapporteret, at Email Marketing er den kanal, der genererer den højeste ROI for marketingfolk. DMA afslører endvidere, at virksomheder i USA alene i 2018 havde et gennemsnitligt afkast på \$ 38 for hver \$ 1, der blev brugt på email markedsføring. Det stemmer meget godt overens med en række andre undersøgelser på området, som ofte viser ROI på omkring 1:40 via Email Marketing.

Den helt klare fordel ved at bruge en Email Marketing platform som MarketingPlatform er, at du kan sende nøjagtigt de samme elementer (og faktisk mere) som du ville med en traditionel direct mail kampagne, dog uden de betydelige omkostninger til design, print af materiale og distribution.

Afsendelse af en email kampagne kan ofte koste mindre, end du ville bruge på din frokost.

## Det giver dig mulighed for at indgå ægte en-til-en-samtaler

---

Som vi har beskrevet i vores artikel [Kreativ segmentering – Tag segmenteringen til næste niveau](#), giver Email Marketing dig mere end nogen anden kanal mulighed for at tale med individuelle medlemmer af din målgruppe på en helt personlig og unik relevant måde.

De oplysninger, du har samlet fra en række datapunkter på hver enkelt bruger, kan bruges kreativt og giver dig mulighed for at præsentere dem for indhold, der er perfekt tilpasset deres ønsker og behov.

Fordelene ved at personalisere Email Marketing kampagner er helt uden diskussion. Undersøgelser viser, at virksomheder, der leverer personaliserede tilbud og indhold baseret på deres brugeres browsing og shoppinghistorik, ser en gennemsnitlig stigning i salget på 20%. Og ved blot at automatisere email kampagner med personligt indhold, vil man meget sandsynligt se op til 6 gange højere transaktionsrater.

Dette vil samtidig sikre, at dit indhold aldrig betragtes som spam – faktisk vil dit publikum begynde at se frem til at modtage, åbne, læse og svare på dine emails. Fordi du tydeligt har vist, at du lytter til dem.



**Det tilskynder til handling**

---

Folk er altid meget mere tilbøjelige til at købe noget, når de føler de har investeret noget af sig selv i et brand, produkt eller service.

Med din engagerende og relevante email emnelinje opfordrer du til at man skal klikke og åbne en email. Opfordring til endnu et klik efter at have læst emailen er det næste trin på stien mod en konvertering.

Selvom et klik måske ikke sker med det samme, skal du huske, at email er transaktionel af natur, og fortsatte emails til modtageren vil have effekt som en drip-kampagne, der slutteligt kan føre til konvertering.

Hold fast i det. Interaktion der opfordrer til handling *vil* ende med at give resultater. Nogle med det samme, andre efter noget tid.

## **Det er målbart**

---

Email Marketing i sin grundessens er målbart. Du kan spore alt, lige fra hvem der åbnede hvad og hvornår, hvilke links de klikkede på, og hvor de efterfølgende landede, og hvad de gjorde som resultat af din kampagne.

Hurtigt og nemt kan du opbygge et billede af, hvad der fungerer og ikke fungerer. Især inden for individuelle kampagner med A/B-test, hvor du både direkte og dynamisk kan tilpasse dit indhold for at sikre, at den rigtige meddelelse bliver sendt, modtaget og handlet på.

## **Det fungerer på tværs af platforme**

---

I gennemsnit kontrollerer det digitale menneske telefonen 80 gange om dagen, og 3 ud af hver 5 menneske bruger deres mobilenhed til at læse og svare på emails.

Som vi forklarede tidligere, er vi tjekker de fleste af os ivrigt vores indbakker, hvad enten det er arbejdsrelateret eller af personlig karakter, hvorfor Email Marketing er så vigtig en del af enhver forretningsvækststrategi.

Hvis du vil placere dit brand, produkt eller tjeneste lige foran dine potentielle og eksisterende kunder, kan din Email Marketing sikre, at det rent faktisk sker.

## **Det kan integreres på omnichannel niveau**

---

Fordi Email Marketing er så fuldt ud funktionel, kan det let integreres i en automatiseret omnichannel marketing kampagne.

Meddelelser, du sender i en Email Marketing kampagne, kan ændres dynamisk baseret på en brugers handlinger i en anden kanal (f.eks. en fysisk butik), ligesom indholdet, der leveres i en anden kanal, kan justeres baseret på brugerens opførsel som resultat af din Email Marketing kampagne.

## **Det er en helt essentiel del af din markedsføring**

---

Email markedsføring er påviseligt den foretrukne kanal for forbrugere, når de kommunikerer med mærker om kampagner og opdateringer. For dig som brand er det enormt omkostningseffektivt, hvor du kan producere og sende personligt, relevant og engagerende indhold, der leverer med den højeste Return on Investment.

Løsninger som MarketingPlatform giver dig mulighed for markant at øge din en-til-en kommunikation med potentielle og eksisterende kunder, samtidig med at du reducerer den tid, du eller dit team skal bruge på at gøre det.

Det er let at optimere og forbedre, fordi det er målbart, sporbart og testbart. Det er delbart, meget effektivt og ikke mindst – det er miljøvenligt! Noget, der kan virke lidt søgt, men noget som vi idag ganske enkelt ikke kan se bort fra eller underkende.

Så hvorfor bruge Email Marketing? Nu hvor vi er på vej ind i det tredje årti af det tredje årtusinde, er Email Marketing ikke kun relevant; det er en vital og meget reel del af fremtiden for enhver professionel, ambitiøs og effektiv marketingstrategi.

## **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.