

Marketing Automation Best Practices

 marketingplatform.com/da/ressourcer/marketing-automation-best-practices/

5 gode idéer til Marketing Automation flows

Med Marketing Automation kan du opstille en række automatiserede processer med forskellige budskaber og handlinger, som vil blive eksekveret på et nærmere bestemt tidspunkt. Her følger en række eksempler på best practice inden for Marketing Automation, der kan hjælpe med at få det bedste mulige engagement fra kunder uden at du skal bruge tiden på det. Lad intelligente, automatiserede flows gøre hele arbejdet for dig med disse Marketing Automation eksempler.

1. Opsæt et velkomst flow

Det første Marketing Automation eksempel vi kigger på er et tilmeldingsflow. Når folk har tilmeldt sig dit nyhedsbrev er det vigtigt at få dem til at føle sig velkommen fra første færd. Og et velkomstflow er uden diskussion den mest effektive type af Marketing Automation flows.

Det gælder om at opbygge en god relation fra første interaktion, så du gør, hvad du kan for at sikre, at den tilmeldte forbliver på listen og fra starten får et godt indtryk.

Undersøgelser har vist at mails fra et velkomstflow typisk har en Open Rate der typisk er 4 gange højere end en normal rate, og en Click Through Rate der er 5 gange højere.



Et par idéer til opsætning af et godt velkomstflow er:

1. Tilbyd en belønning for at tilmelde sig nyhedsbrevet. Giv en rabatkode på 10%, tilbyd fri fragt på første ordre eller andet.
2. Fortæl modtageren hvor ofte de kan forvente at modtage nyheder og info fra jer samt hvilken type indhold de kan forvente at modtage.
3. Giv modtageren noget godt og brugbart indhold og ikke bare en sludder for sladder. Indhold som kan hjælpe den tilmeldte på den ene eller anden måde virker altid godt, og kan hjælpe med at fastsætte en position for din virksomhed som en "trusted source". Altså at man kan regne med og stole på at I er de rette at gå til inden for det felter, som I handler med.
4. Giv en klar indsigt i hvem I som virksomhed er. Brug muligheden for at sætte et menneskeligt ansigt på virksomheden. Det er den oplagte måde at bygge et godt forhold kunden og virksomheden imellem.

2. Skab et loyalitets program

Folk elsker at føle sig specielle og værdsatte. Invitér de mest engagerede kunder til at deltage i et VIP loyalitetsprogram, hvor de får helt specielle tilbud og muligheder.

Når en VIP kunde så udfører en handling som at købe noget eller lave en anmeldelse, kan du via Marketing Automation automatisk sende dem en opfølgning som f.eks. ved at tilbyde en rabat, hvis de har lavet en anmeldelse.

3. Lav dynamiske segmenter

Skab nogle meget kraftfulde emails ved at lave dynamiske segmenter, der samtidig sparer dig for en masse arbejde, mens de generer en god indtægt. Jo mere målrettede mails du kan lave, desto større chancen for mere salg samt at dine modtagere bliver ved med at åbne og læse dine mails.

Opsæt dynamiske segmenter ud fra f.eks. købsadfærd, så du automatisk kan sende mails med

- Relaterede produkter
 - Nye versioner eller opgraderes af allerede købte produkter (GoPro 5 kamera der bliver til GoPro 6)
 - Lignende produkter
 - Målrettede rabatter
-
-

4. Kom i kontakt med sovende kunder

Med dette menes folk på din liste som enten slet ikke reagerer, eller som f.eks. ikke har købt inden for det sidste års tid. Forsøg at hive dem tilbage ind i varmen.

Der kan være mange grunde til at kunder pludselig ikke reagerer mere. Måske har de ikke fundet dine mails interessante nok, måske er de begyndt at handle hos konkurrenten, måske synes de dine priser er for dyre, måske er de rykket ud af den målgruppe de tidligere var i.

Uanset grunden har du altid en chancen for at vinde dem tilbage. Med et Marketing Automation kan du sætte et flow op som henvender sig mod disse sovende kunder, og du kan automatisk forsøge at vinde dem tilbage.

Når du forsøger at kontakte sovende kunder, er det vigtigt at holde øje med om de efterfølgende reagerer. Gør de ikke det, er det bedst at fjerne dem fra listen, så du får en ren liste, og så det giver mindre chance for at dine mails ryger i SPAM folderen. Du kan og bør også opsætte et automatisk flow til denne del.

5. Sæt ekstra fokus på kundeserviceoplevelsen

Hos MarketingPlatform gør vi ekstra meget ud af kundeservicedelen, da vi ved det er nøglen til succes. Det samme bør du gøre.

I stedet for kun at fokusere på salg med Marketing Automation bør du være mere kreativ og også bruge Marketing Automation til engagerende dialog.

Eksempler på dette er ved f.eks. at

- Bede kunder om at anmelde produkter eller anmelde jer på Trustpilot, Facebook eller Google Reviews
- Sende opfølgende materiale som understøtter de produkter, som kunden har købt
- Sende information om nye produkter og upgrades som kan have interesse for loyale kunder, som kan hjælpe dem med at planlægge fremtidige køb

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.