



39% åbner i gennemsnit



AGENDAEN

- Hvem er MarketingPlatform
 - Vores økosystem
 - Hvad kan vi gøre for din virksomhed
- Covid-19 spørger igen - hvad gør du ...
- 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
 - Mobil: iOS, Android, Windows og BlackBerry
 - Desktop: Linux, Mac, Windows og Unknown
 - Hvilke mailklienter anvender danskerne
 - Hvordan forbedrer du dine egne tal (afprøvet viden)

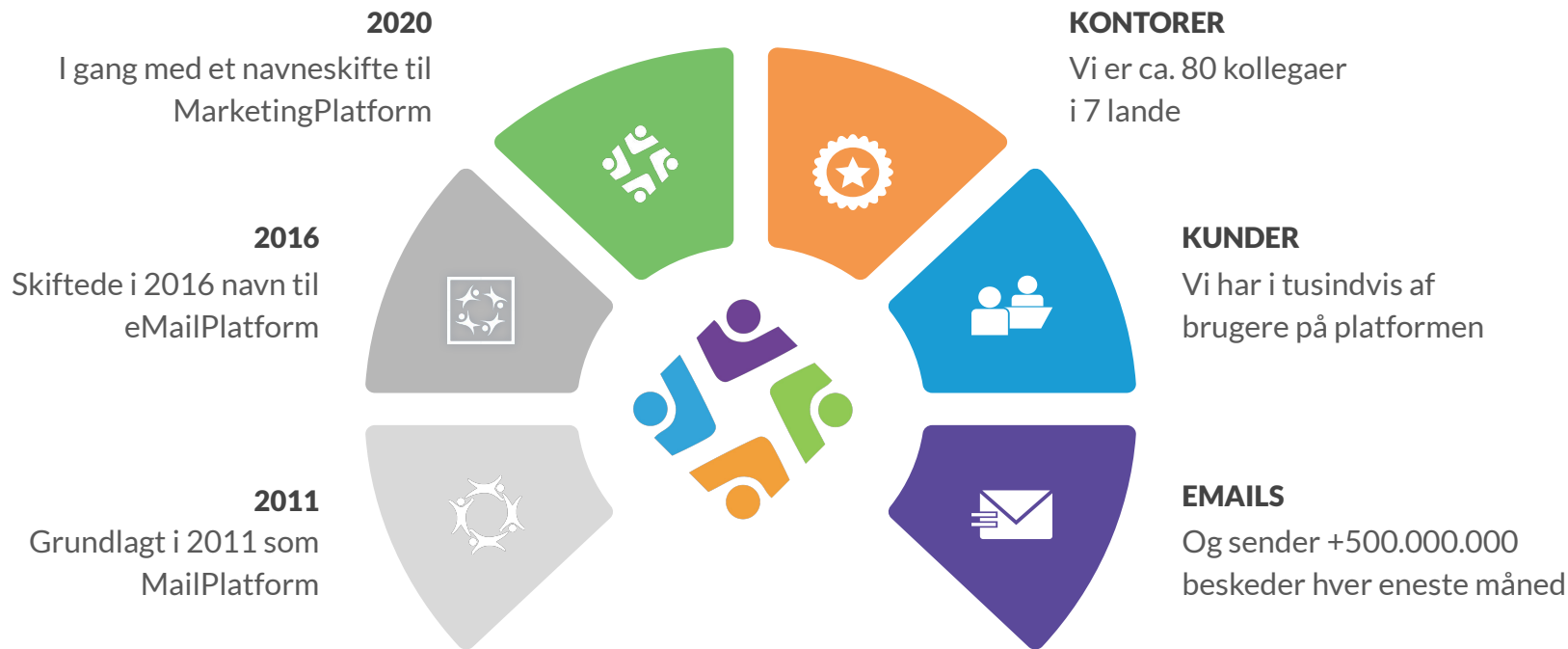
LIDT OM DAGENS VÆRT

- **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



CREATIVE

Byg nemt Omnichannel kampagner ved at bruge vores intuitive Builders

EMAIL KAMPAGNER



BUILDERS

SMS KAMPAGNER



APP KAMPAGNER

FORMULARER OG LANDINGPAGES

FLows & INDHOLD

Kampagneindhold baseret på avancerede regler og feeds med artikler og produkter

FLOW BUILDER



FEEDS



REGLERBASERET INDHOLD



CUSTOMER DATA PLATFORM

Vores indbyggede CDP tilbyder Unified Customer View og vores standardintegrationer gør onboarding meget hurtigt og omkostningseffektiv

GRUNDLÆGGENDE DATA:

Navn, interesser, fødselsdag, butik, sælger og anden type af simpel data

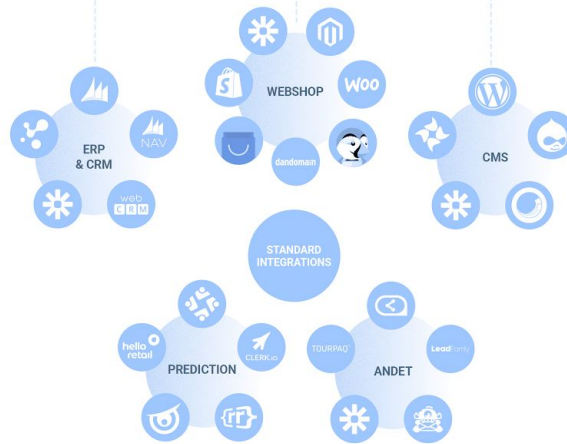
TRACKING:

LeadScore, besøgte sider, besøgte produkter og kategorier, tilføjet til varekurv, fjernet fra varekurv, udført søgning, kampagneaktivitet og meget mere



ONE-TO-MANY:
Købehistorik, struktureret data, BI beriget data og anden transaktionel data (CDP)

CUSTOMER DATA PLATFORM



ORCHESTRATION

Byg kunderejser med vores FlowBuilder og send meget specifik segmenterede kampagner.



PLANLÆGNING

FOLDERE
AD-HOC
KALENDER
FLOWS



SEGMENTERING

REGLERBASERET
AI POWERED
KOMBINERED SEGMENTER
TRACKING
LEADSORE



AI INTELLIGENCE

AI POWERED BY GOOGLE
3. PARTER



AFSENDELSE

MANUEL
GENTAGET
PLANLAGT
DYNAMISK AFSENDER



KUNDEREJSER

FLOWBUILDER
AUTORESPONDERS
TRIGGERS

CHANNELS

Indhold, profiler og data kan bliver outputtet til et væld af kanaler



EMAIL



SMS



WEB



APP



SOCIAL



DATA

API
WEBHOOKS
CONNECTOR

Wiki | Video Guide

i Email Campaigns can be used for manual sending, scheduled sending and any kind of automation using Autoresponder, Trigger and FlowBuilder. Start by selecting List(s) or Segment(s), naming the campaign and selecting a template.

Se her - håndsprit er på lager igen ❤️

Save

Send

Edit recipients

Preview Your Email Campaign

Update Data Fields

Undo Redo Select Tool

Builder Headers Footers Preheader Social

Hvis du ikke kan læse denne email, klik her.

med24.dk Sunde valg, helt enkelt - din helsebutik

Kosttilskud Pleje Medicare Slank & fitness Mad & drikke



Har du husket at købe håndsprit?

For at kunne håndtere den store efterspørgsel kan dette produkt **kun bestilles alene/separat**, således at det ikke blandes sammen med vores øvrige ordrehåndtering. Dermed kan vi prioritere pakning og forsendelse og få din ordre

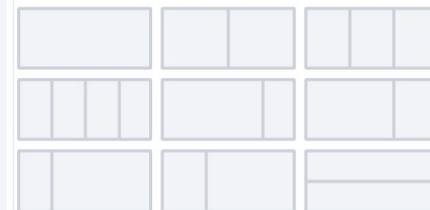
Templates

Global Settings

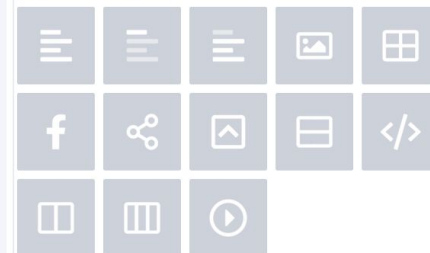
Content

Design

Grid



Content Elements



Icon and Image Stock Photos



Hjælp



COVID-19 spøger igen



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



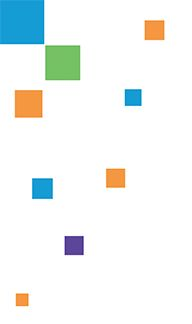
UGERNE FREM

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



HVAD SKER **DER NU MED 2. BØLGE**

1

NETHANDEL

Det er vores bud, at nethandlen bliver styrket igen i anden bølge.

Det samme vil ske med owned media, altså email, sms, push til app, det bliver endnu vigtigere at være relevant

2

BUTIKKER I GÅGADERNE

Kommer afgjort til at få en opblomstring fordi du kan færdes uden mundbind udenfor - og gå direkte ind i butikken.

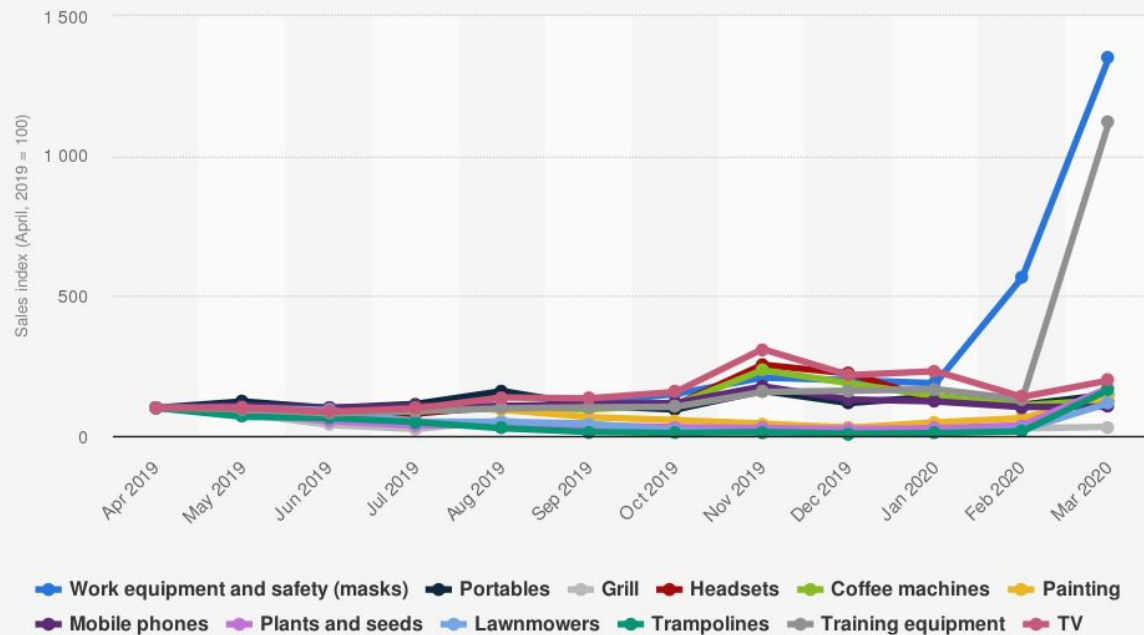
Det bliver endnu vigtigere, at de kommunikerer deres fordele og slår på færre mennesker samlet.

3

STORCENTRE

Vurderer vi vil være taberne i anden bølge af nedlukningerne, hvor kravet om mundbind indenfor afgjort vil gøre det vanskeligheder at tiltrække kunder. Corona bliver meget synlig.

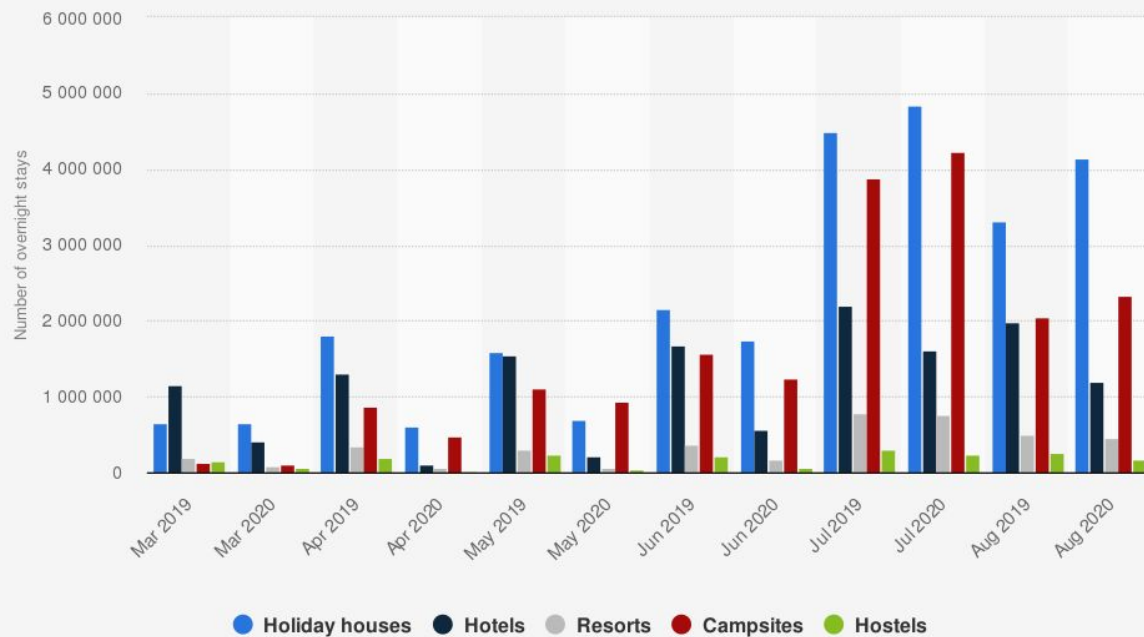
Coronavirus (COVID-19) impact on e-commerce sales in Denmark in 2020, by category



Source
PriceRunner
© Statista 2020

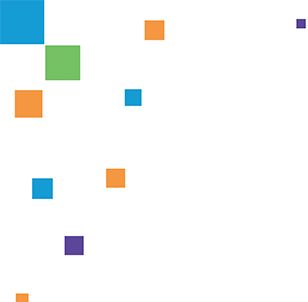
Additional Information:
DR; April 2019 to March 2020; Based on consumers using the PriceRunner website for purchases

Number of overnight stays before and after the coronavirus outbreak in Denmark in March to August 2019 and 2020, by type of accommodation



Source
Statistics Denmark
© Statista 2020

Additional Information:
Denmark; March to August 2019 and 2020



FÅ PLANLAGT **DINE KAMPAGNER OG FLOWS**

til sidst i dette webinar lærer vi dig hvordan du gør

1

DATA

Hvilke data har du i din virksomhed?

Har du ordrededata, besøgsdata, adfærdsdata og statistik fra kampagner?

2

SEGMENTERING

Hvis NEJ - så er du godt i gang med at tabe.

Hvis JA - så skal du virkelig stramme dig an og begynde at anvende alle tilgængelige data.

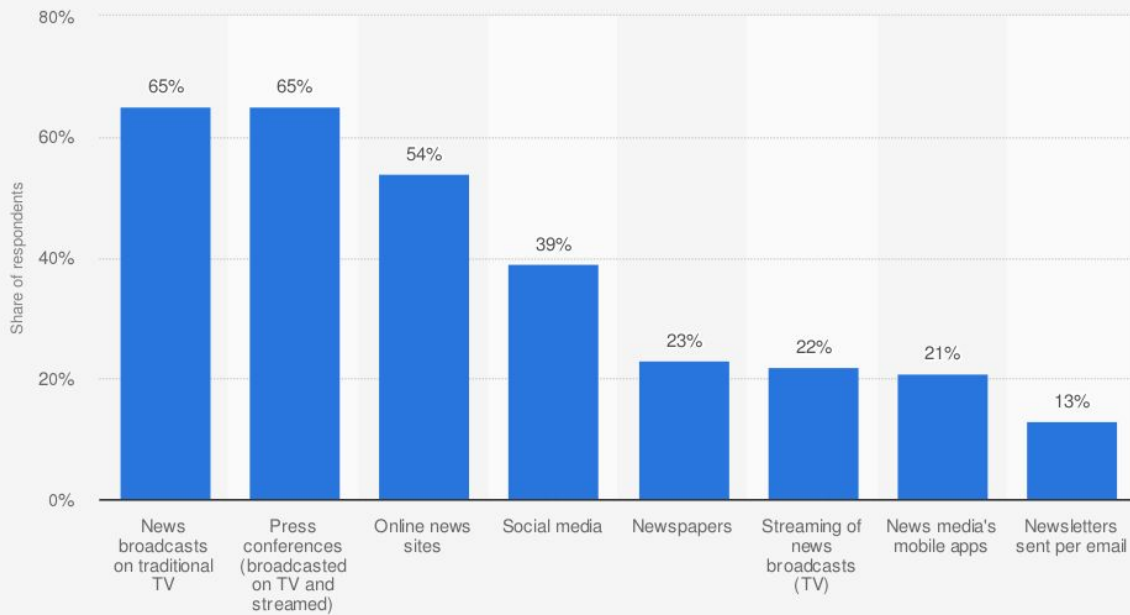
3

EKSEKVERING

Lav en plan for de næste 2 uger. Tilføj 50% mere aktivitet end normalt, men anvend alene meningsfulde segmenter.

Og du vil se en 4-10x højere åbningsrate for de ekstra 50% aktivitet; der i trafik % vil være lille men i udbytte enorm.

Share of people who followed updates about the coronavirus and its consequences in Denmark in 2020, by source



Source
GroupM
© Statista 2020

Additional Information:
Denmark; Norstat; 1,000 respondents; 18 years and older; Online panel

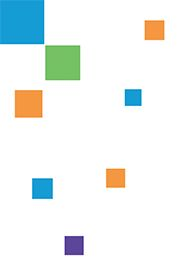


Statistik fra flere milliarder udsendelser



Vi har fjernet Travel/Event

*i forhold til tidligere undersøgelser
der mangler simpelthen relevant trafik og adfærd*



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
51.53% i Q2/2020

02

SØGNINGER

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

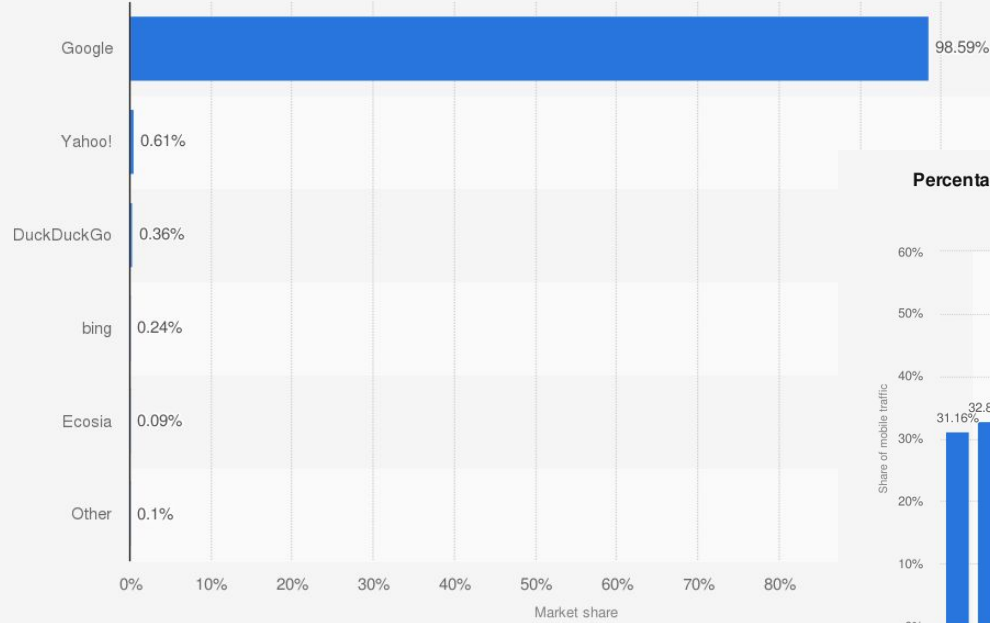
03

MOBIL EMAIL 2020

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

04

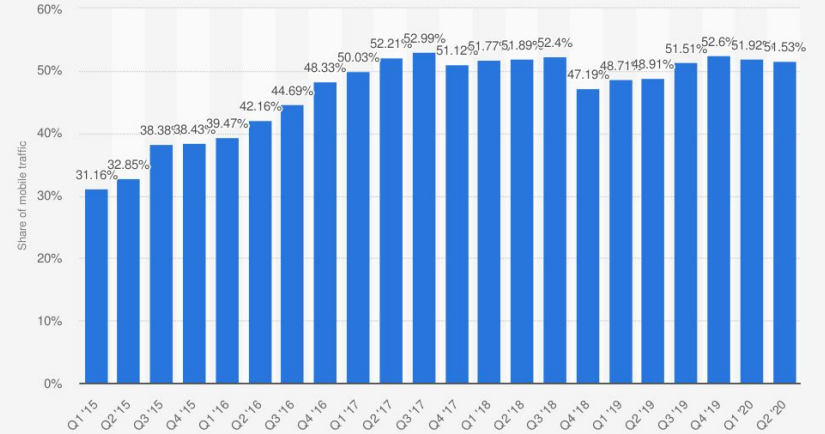
Market share held by the leading mobile search engines in Denmark as of July 2020



Source
StatCounter
© Statista 2020

Additional Information:
Denmark; July 2020

Percentage of mobile device website traffic worldwide from 1st quarter 2015 to 2nd quarter 2020

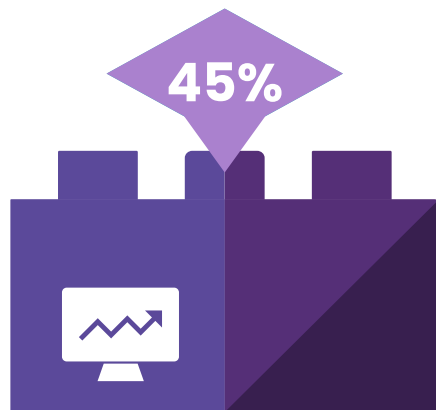


Source
StatCounter
© Statista 2020

Additional Information:
Worldwide; StatCounter; Q1 2015 to Q2 2020; excluding desktop and tablet devices

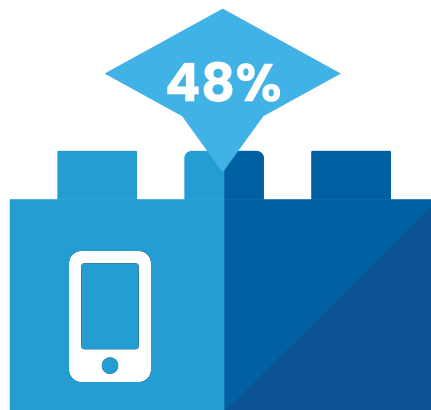
FORDELING AF **OPENS** Q3 2020

ONLINE B2C



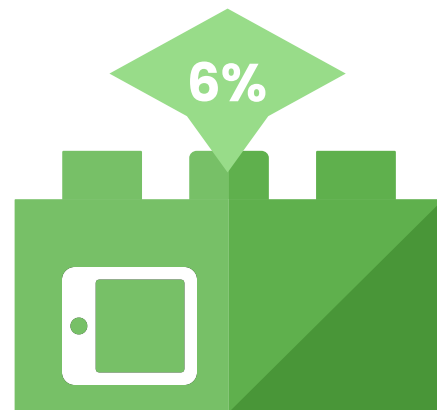
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

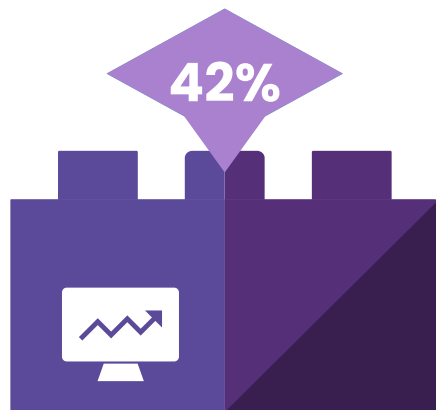


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

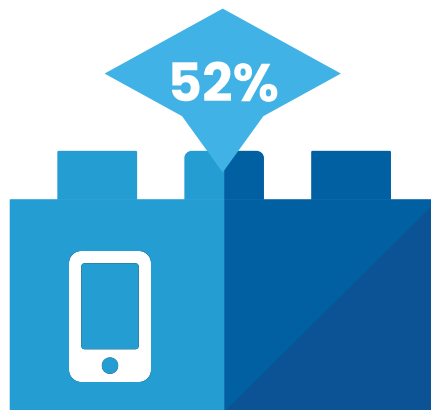
FORDELING AF **CLICKS** Q3 2020

ONLINE B2C



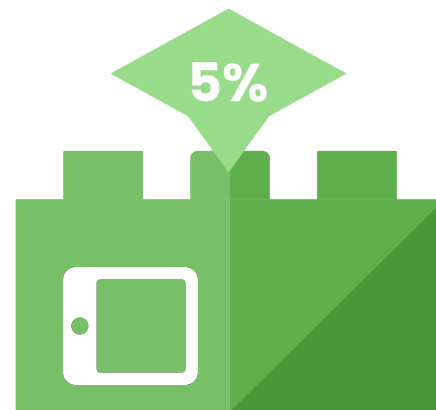
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

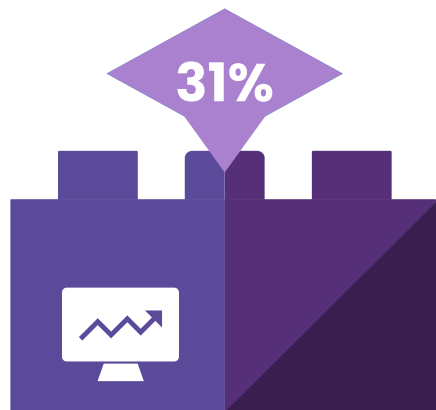


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

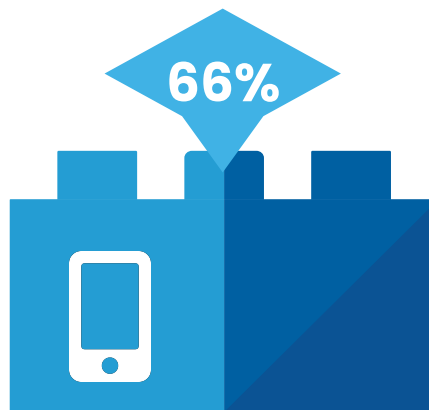
FORDELING AF UNSUBS Q3 2020

ONLINE B2C
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)



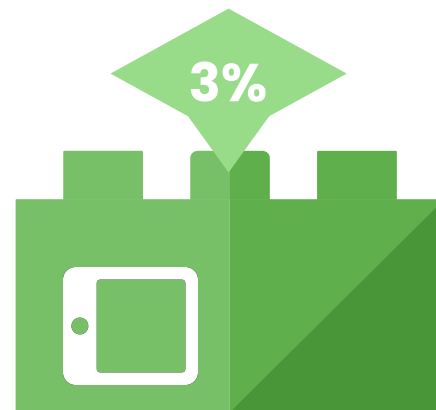
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

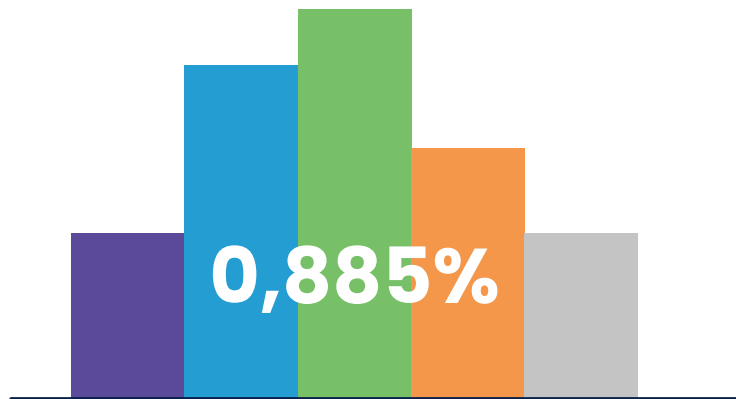


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSITLIG **UNSUB RATE**

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

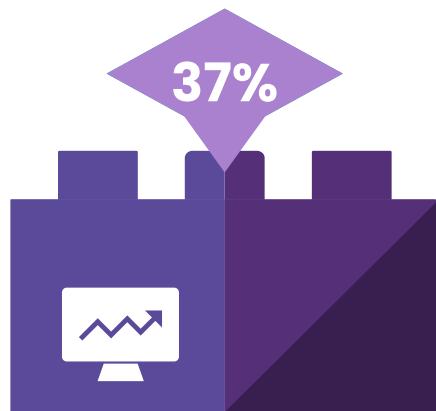


ONLINE B2C

Q3 2020 i forhold til List Size

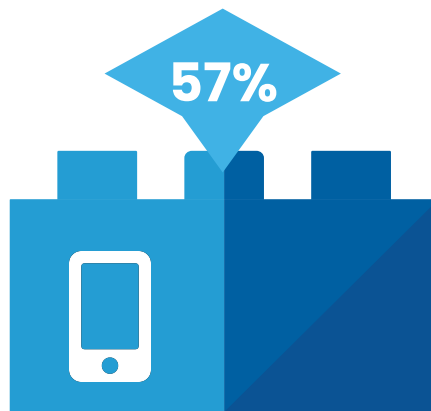
FORDELING AF **OPENS** Q3 2020

OFFLINE B2C



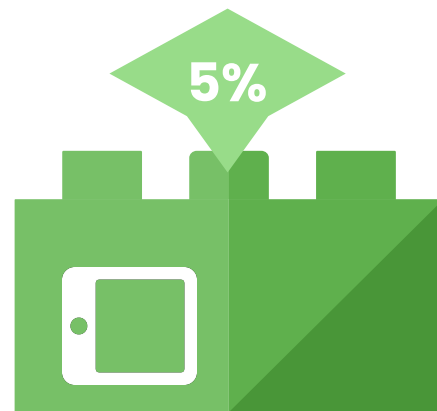
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

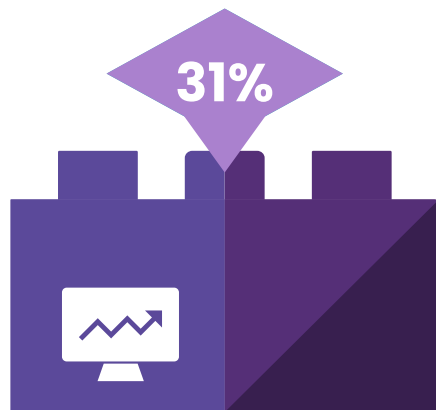


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

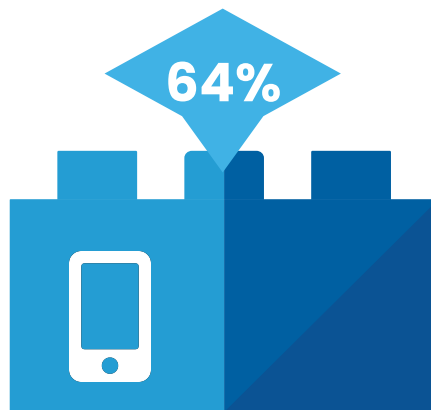
FORDELING AF **CLICKS** Q3 2020

OFFLINE B2C



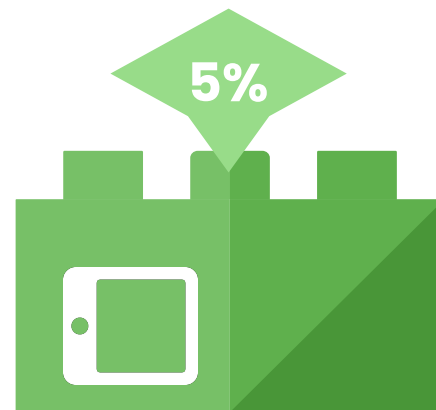
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

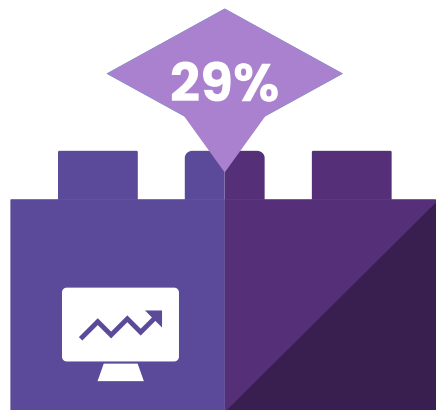


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

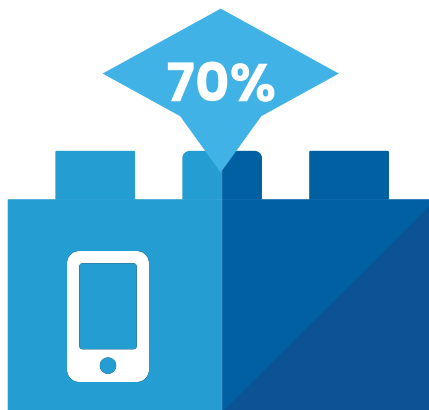
FORDELING AF **UNSUBS** Q3 2020

OFFLINE B2C
(AKKUMULERET FOR EN HEL MÅNEDS UDSENDELSER)



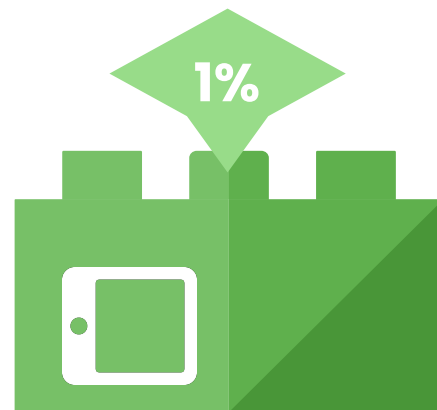
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

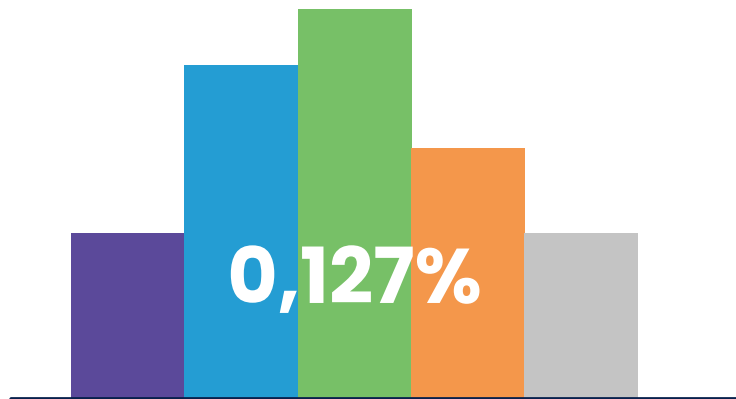


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG **UNSUB RATE**

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

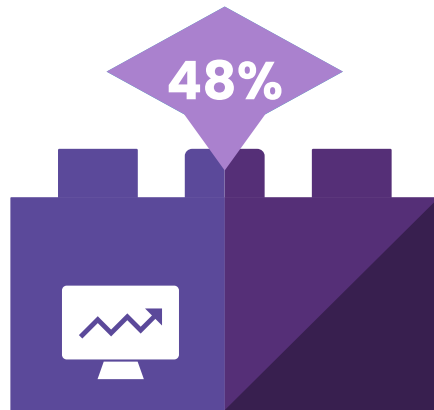


OFFLINE B2C

Q3 2020 i forhold til List Size

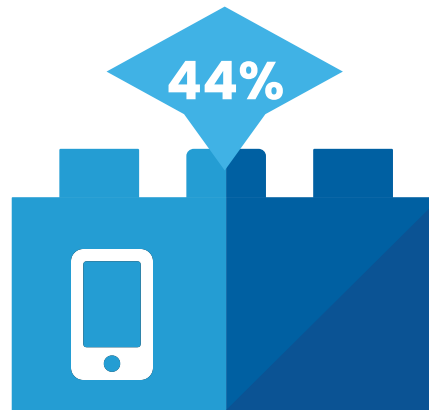
FORDELING AF **OPENS** SENESTE 9 MDR

ONLINE B2C



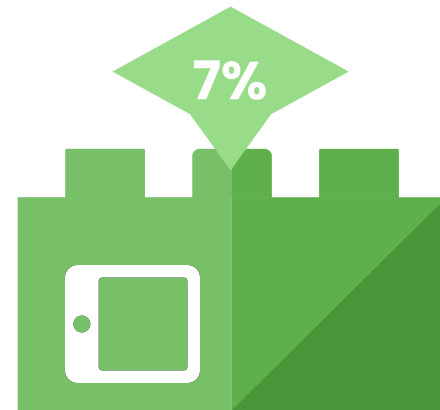
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

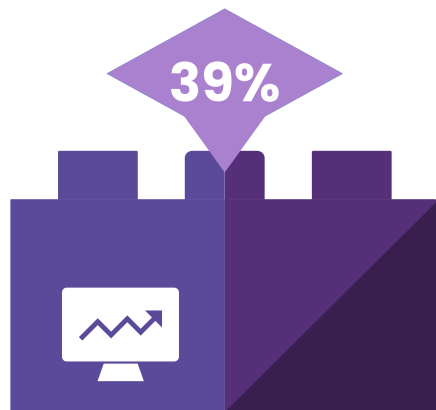


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

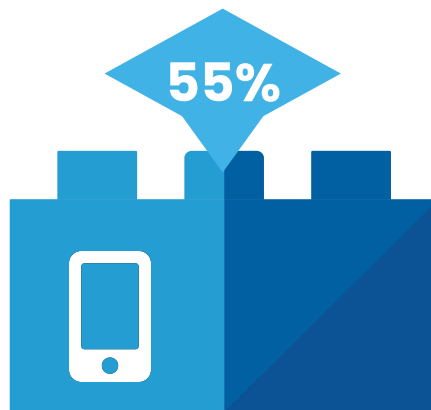
FORDELING AF **CLICKS** SENESTE 9 MDR

ONLINE B2C



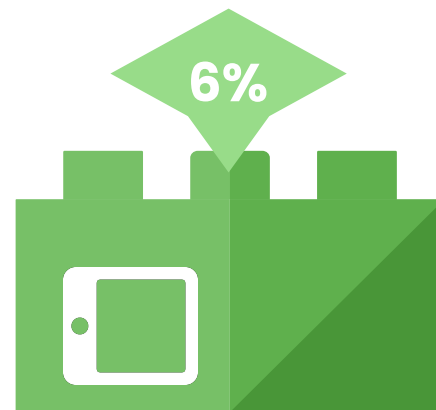
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

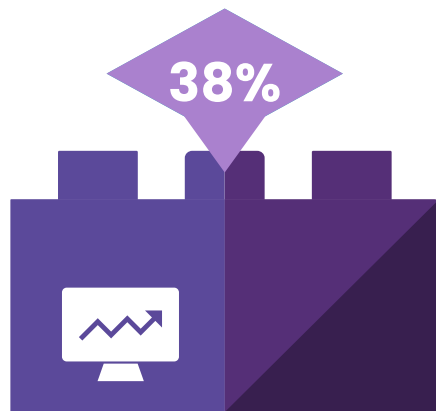


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

FORDELING AF **OPENS** SENESTE 9 MDR

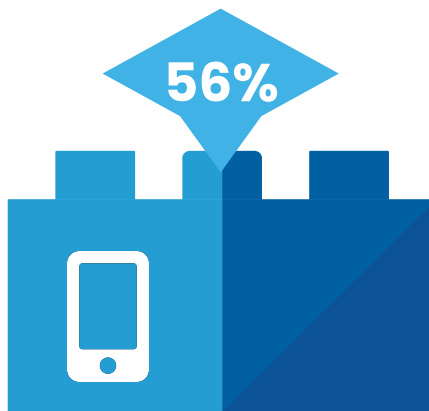
OFFLINE B2C



38%

DESKTOP

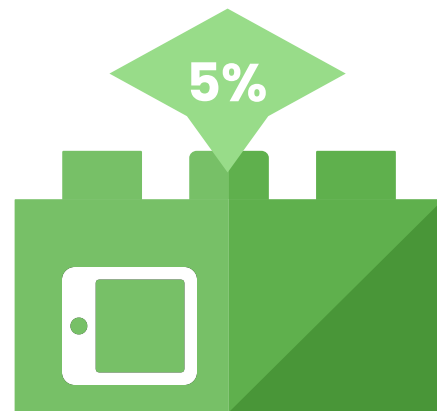
Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



56%

MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen



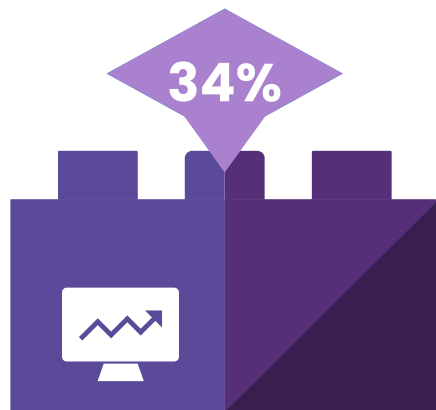
5%

TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

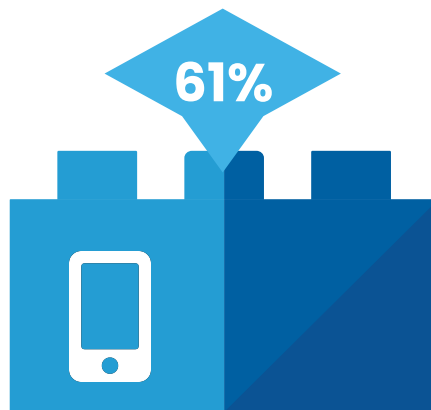
FORDELING AF **CLICKS** SENESTE 9 MDR

OFFLINE B2C



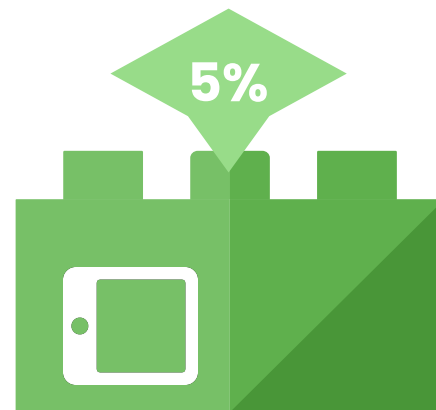
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

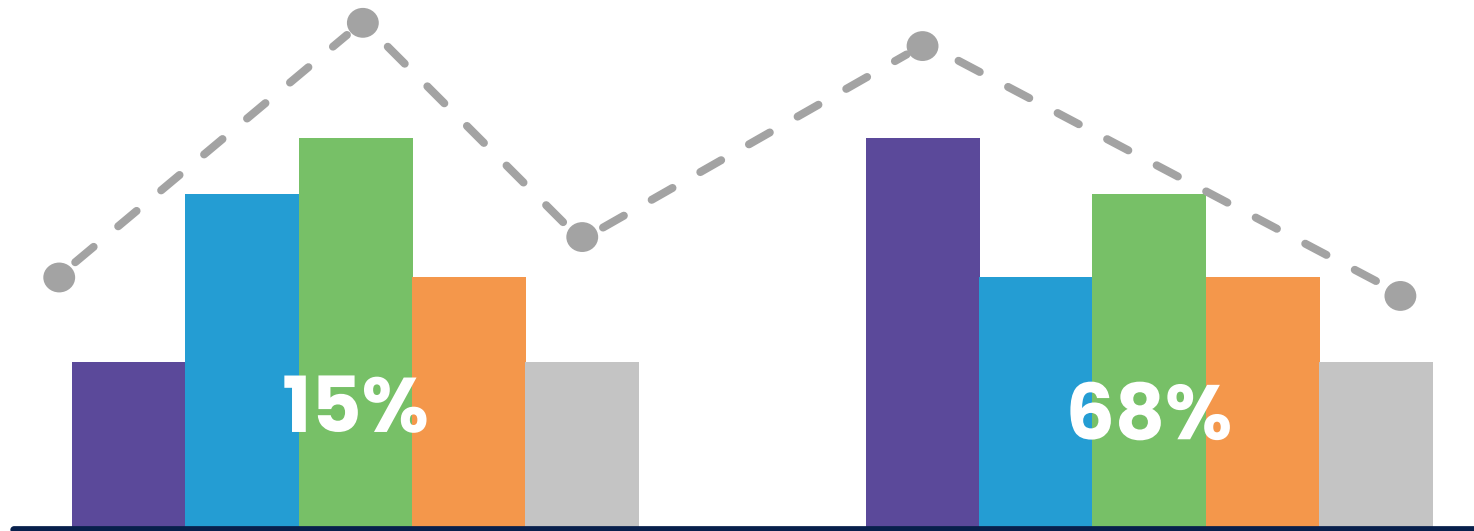


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG **OPEN RATE**

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER



LOW TIER

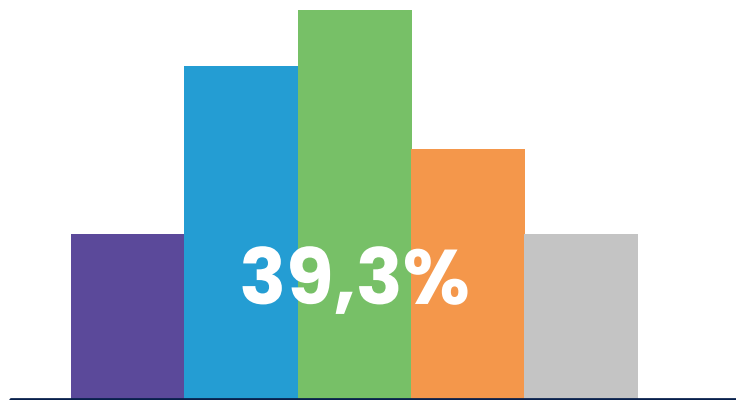
Gennemsnitlig værdi af de lavest performende
udsendere på tværs af udsendelser

HIGH TIER

Gennemsnitlig værdi af de højest performende
udsendere på tværs af udsendelser

GENNEMSNITLIG **OPEN RATE**

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

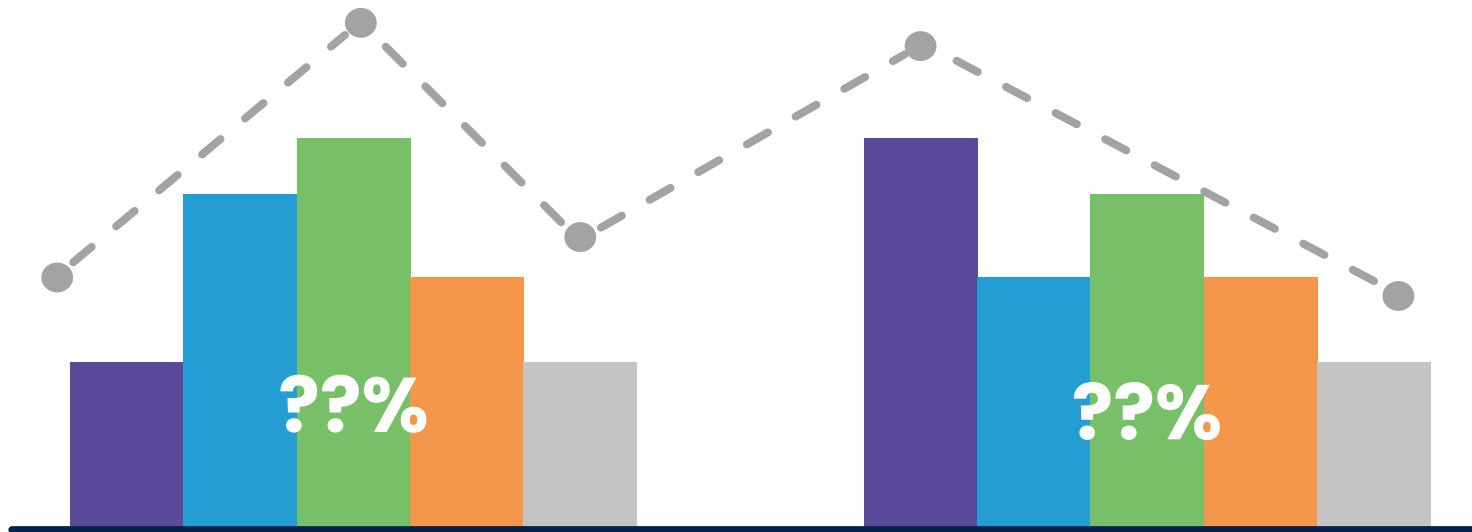


ALLE KUNDER

På tværs af alle kunder de seneste 9 måneder

GENNEMSNITLIG **CLICK RATE**

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

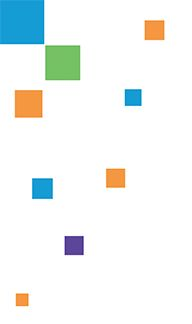


LOW TIER

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

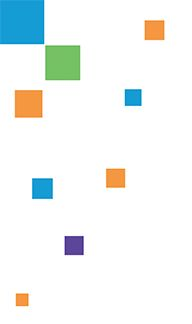
MOBIL

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

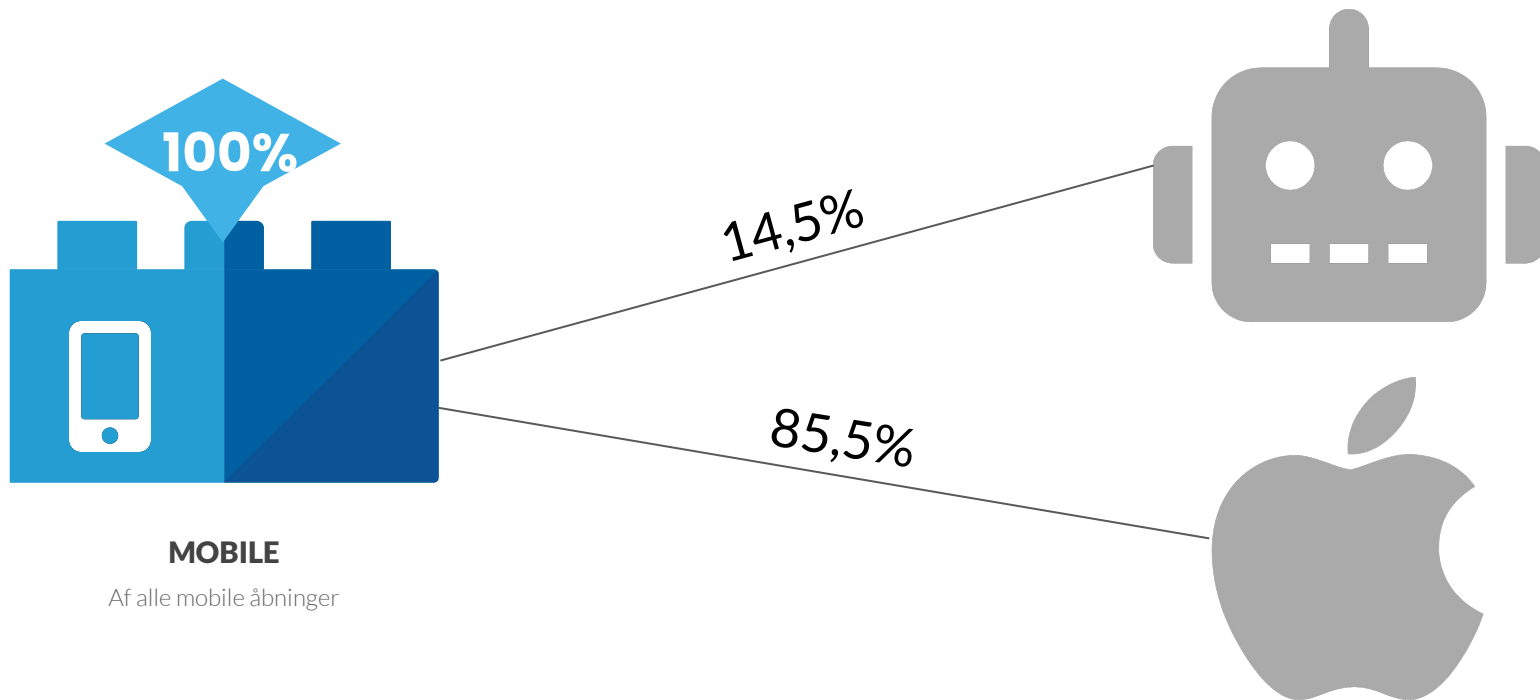


Fordelingen af mobile enheder



DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER

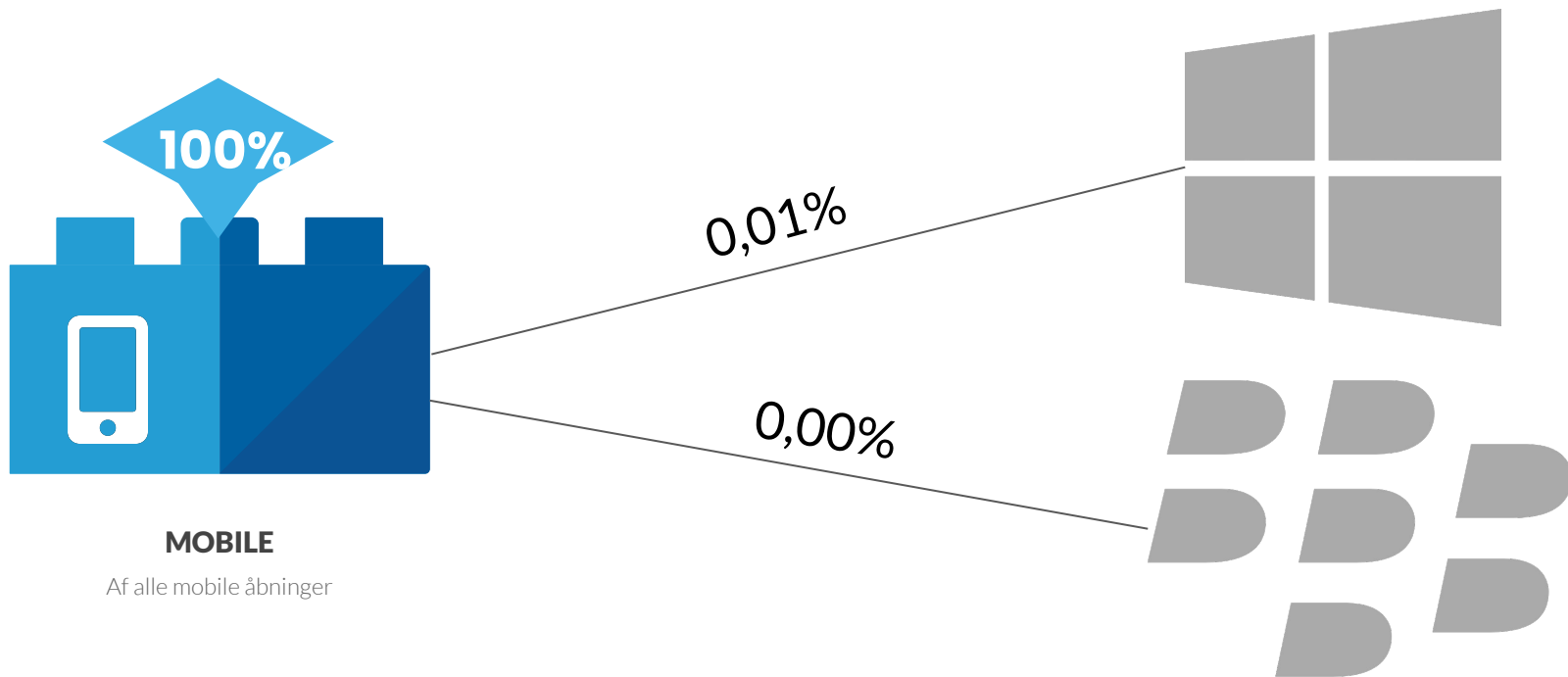


MOBILE

Af alle mobile åbninger

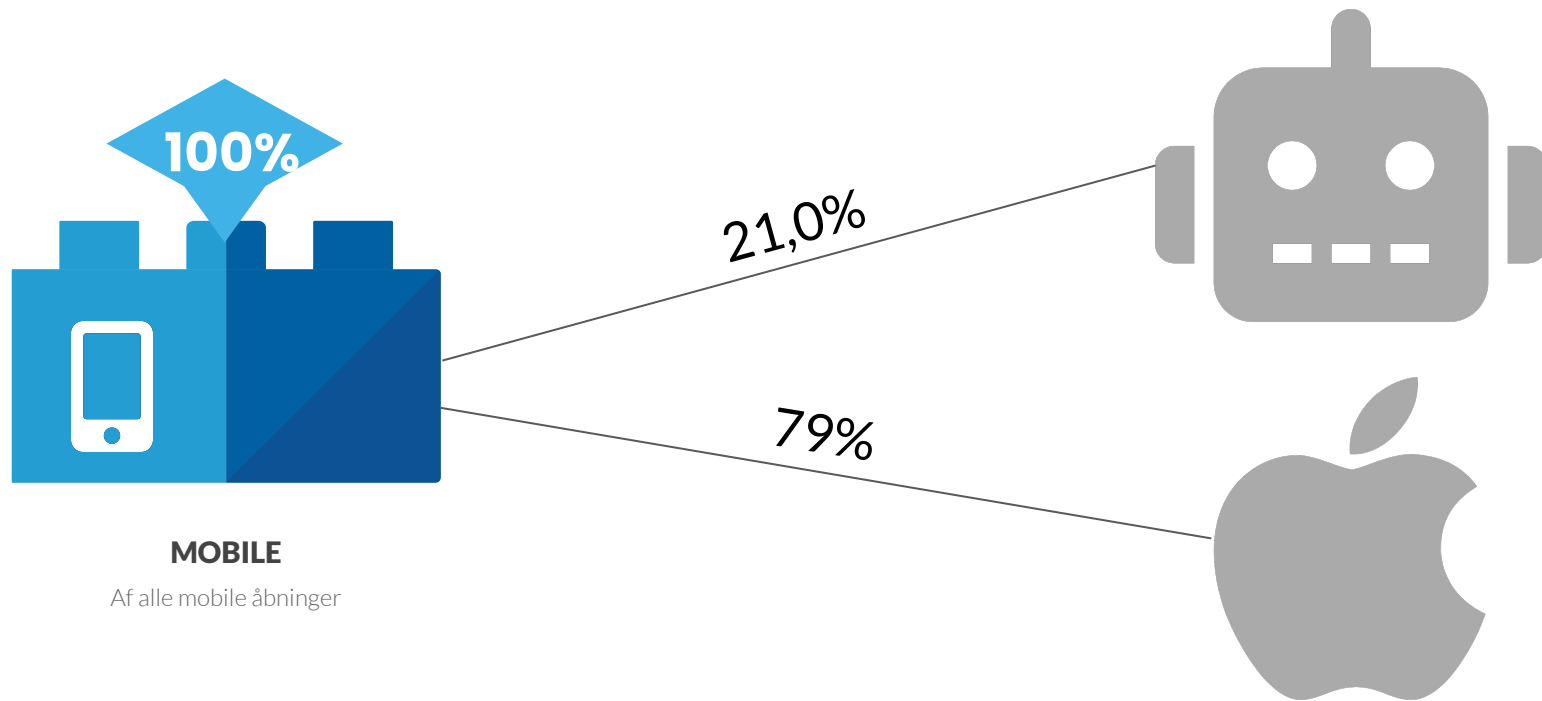
DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER



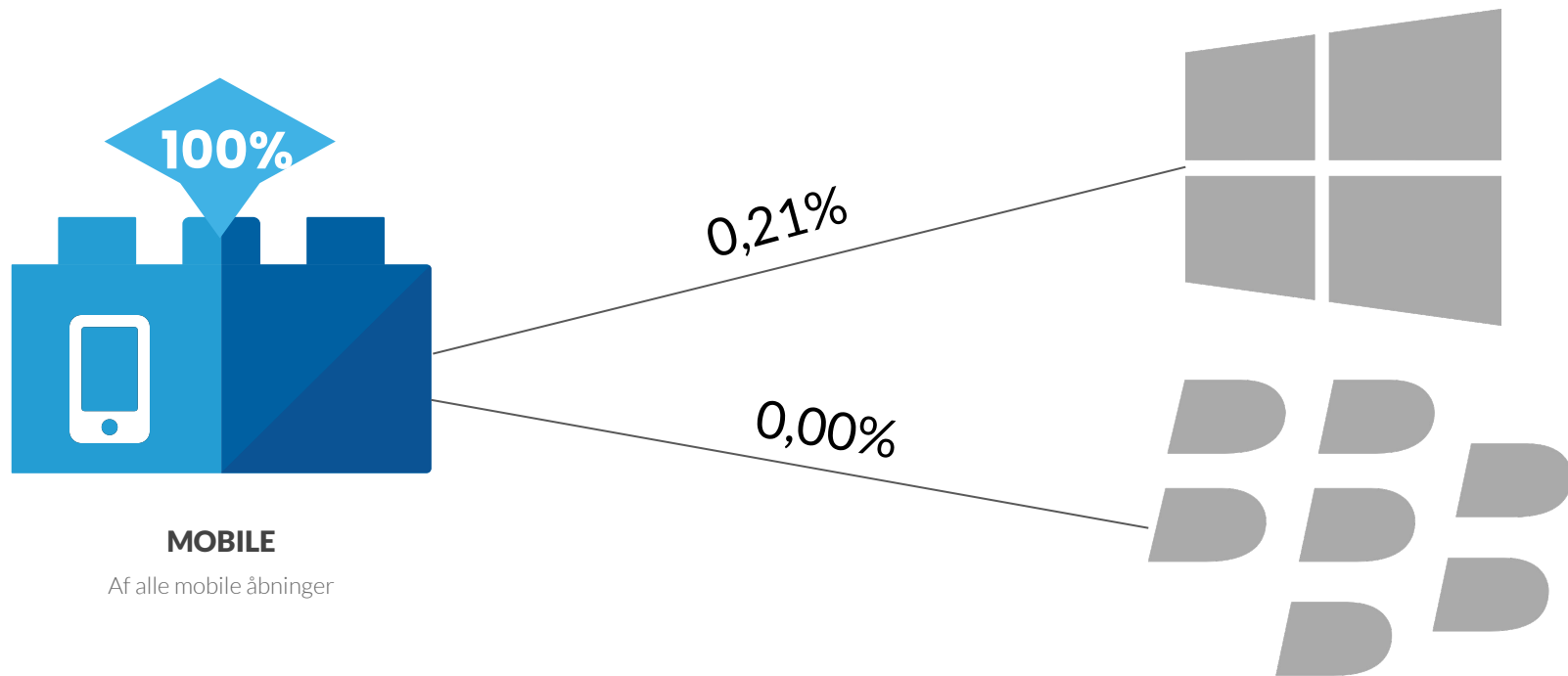
DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

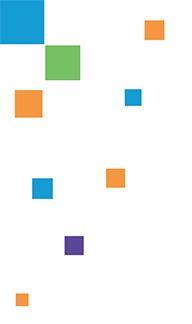
B2B UDSENDELSER



DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER





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.

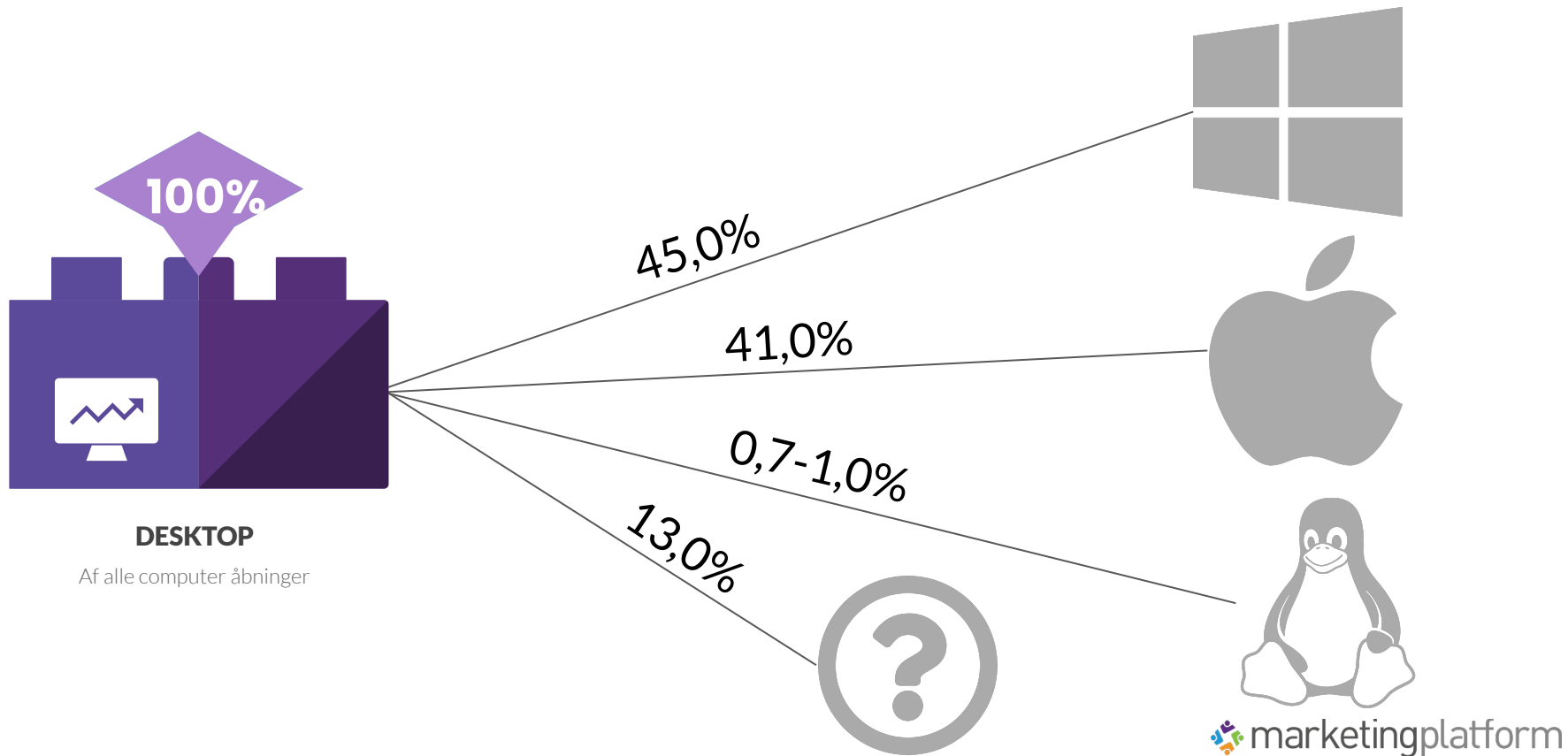
A cluster of small squares in blue, orange, green, and purple in the top left corner.

Fordelingen af desktop enheder



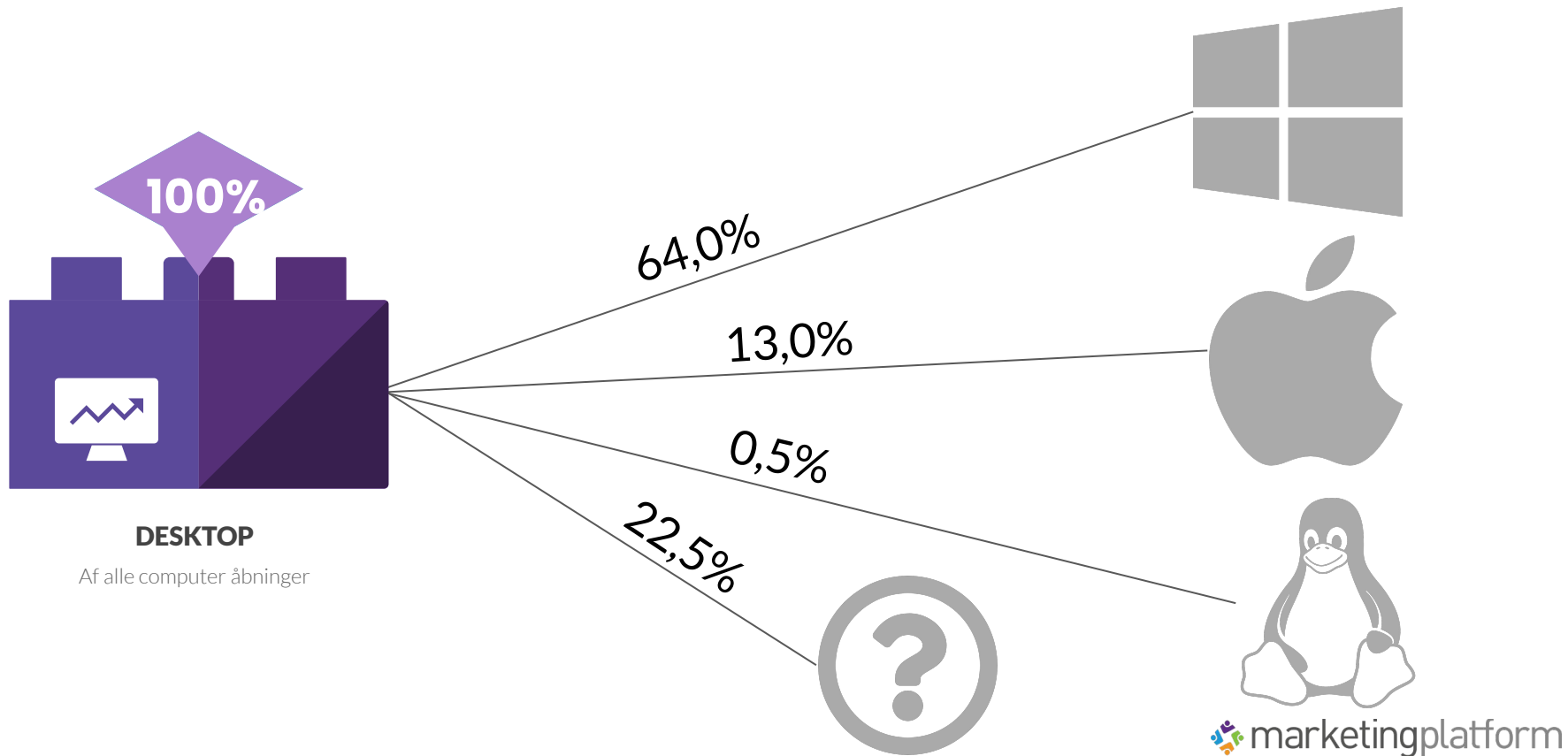
DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

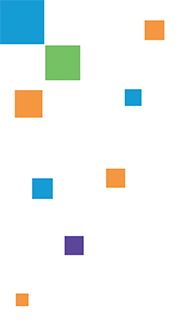
B2C UDSENDELSER



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.

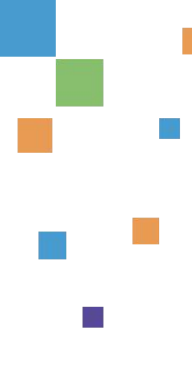
LINUX

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

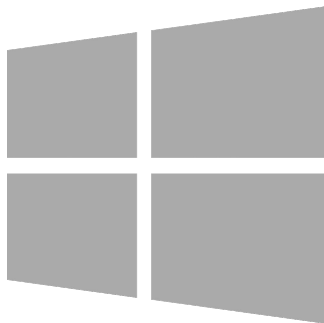


DISSE MAILKLIENTER ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER



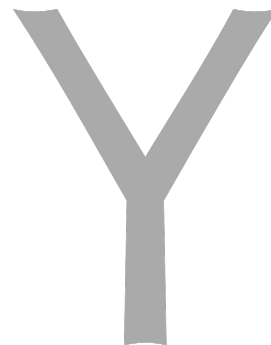
53,0%



39,0%



2,0%



2,0%



2,0%

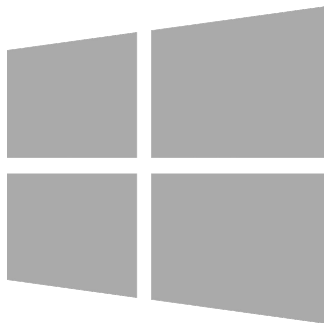
Alle andre har de resterende 2%

DISSE MAILKLIENTER ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDER



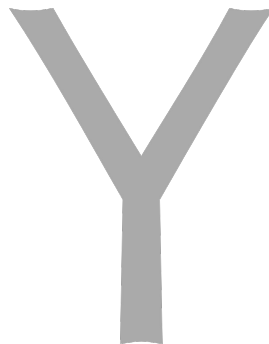
41,0%



52,0%



2,0%

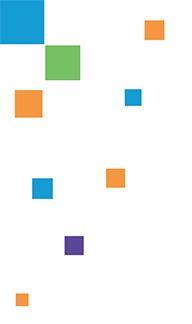


1,0%



5,0%

10% 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.

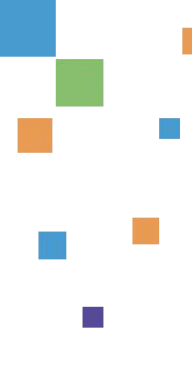
Outlook/Hotmail

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.

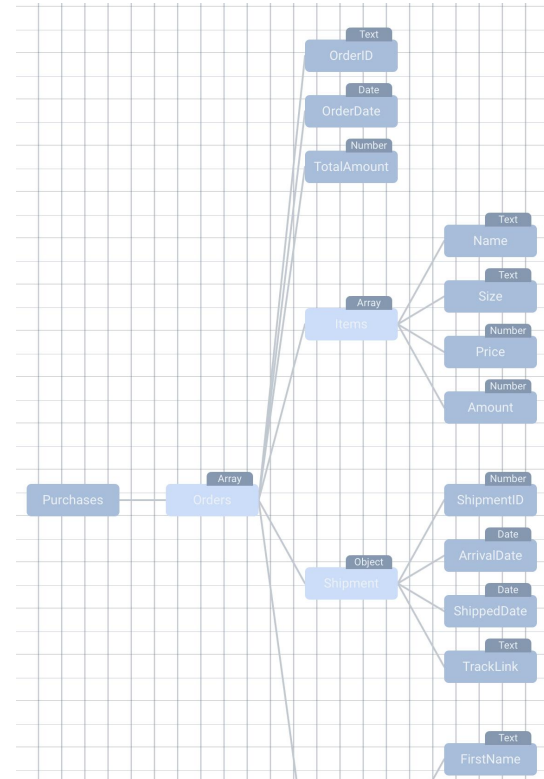
Name	Split Test Type	Win Condition	Sending
Win Condition			
Select a Win Condition:		Choose the size of the test groups. The winning Email Content will be sent to the remaining contacts	
☐ Open Rate ⓘ		Party In ... 10% Tracking ... 10% Winning Version 80%	
☐ Click to Open Rate ⓘ			
☒ Click Through Rate ⓘ			

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

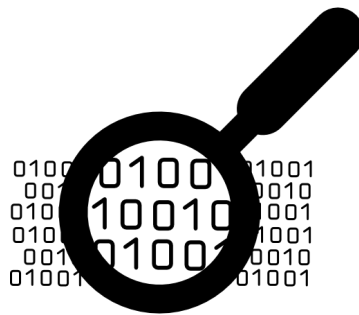
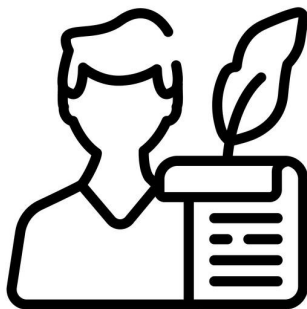
Default lead score value score

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, data forståelse og viden om forretningen.





SPØRGSMÅL?

kim@marketingplatform.com

Mobil: +45 42 555 555