



# CDP skal med i din aftenbøn for 2021

 marketingplatform  
time to be creative

# AGENDAEN

- Hvem er MarketingPlatform
  - Vores økosystem
    - Hvad kan vi gøre for din virksomhed
- Hvad er et CDP
  - The Wikipedia way
  - 3 forskellige typer af løsninger
- Og hvorfor er det vigtigt (strategien)
  - Er det for alle typer af virksomheder
  - Hvilke data fra hvilke kanaler / kilder
- Segmentering på tværs af data (eksekvering)
  - Output af både data og indhold
- Hvad koster det ...

# 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  
beskeder hver eneste måned



**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.



**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 af få din ordre.

**Templates** | Global Settings

**Content** | Design

Grid


Content Elements

☰	☰	☰	🖼️	📄
f	🔗	📷	📄	</>
📄	📄	▶️		

Icon and Image Stock Photos

ICONFINDER
PEXELS
Unsplash
  
pixabay

**Hjælp**

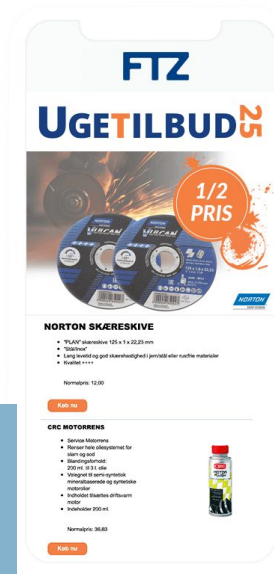
# VINDERE AF EHANDELSPRISEN

## ● FTZ

- Er mangeårig kunde hos MarketingPlatform
- I år vandt de Ehandelsprisen i kategorien bedste store B2B virksomhed
- Udover selve FTZ har vi de fleste af deres frivillige værkstedskæder, bl.a. AutoMester, som glade kunder på vores platform.

## ● Hørkram

- Nr. 2 i samme kategori blev Hørkram, der er leverandør til professionelle køkkener, institutioner, skoler og meget mere.
- Hørkram er også mangeårig kunde hos MarketingPlatform.



Bedste B2B-virksomhed  
med online omsætning  
over 200 mio. kr.





# HVAD ER ET CDP



*“A customer data platform (CDP) is a collection of software which creates a persistent, unified customer database that is accessible to other systems. Data is pulled from multiple sources, cleaned and combined to create a single customer profile”*

[https://en.wikipedia.org/wiki/Customer\\_data\\_platform](https://en.wikipedia.org/wiki/Customer_data_platform)



# DEFINITIONEN OG HVAD BETYDER DET

- **Kerneområder i et rigtigt CDP**

- Kundeevents: Browsing aktivitet, handlinger på website eller i app, klik på banner, mv.
- Transactional data: Data inkluderer køb, returneringer, data fra en POS terminal (kasse).
- Customer attributes: Alder, køn, fødselsdag, dato for køb, segmenterings data, customer predictions (ofte ved anvendelse af AI eller regler).
- Kampagne evalueringsdata: Åbninger, klik, antal udsendte, "engagement" og meget mere.
- Anden historik: Henvendelser til kundeservice, service historik og andet af relevans for din virksomhed

*Kilde: Wikipedia*

## CREATIVE

Byg nemt Omnichannel kampagner ved at bruge vores intuitive Builders

### EMAIL KAMPAGNER



### BUILDERS



### SMS KAMPAGNER



### APP KAMPAGNER



### FORMULARER OG LANDINGPAGES

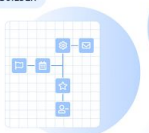
## FLows & INDHOLD

Kampagneindhold baseret på avancerede regler og feeds med artikler og produkter

### FEEDS



### FLOW BUILDER



### REGELBASERET INDHOLD



## CUSTOMER DATA PLATFORM

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

### GRUNDLÆGGENDE DATA:

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

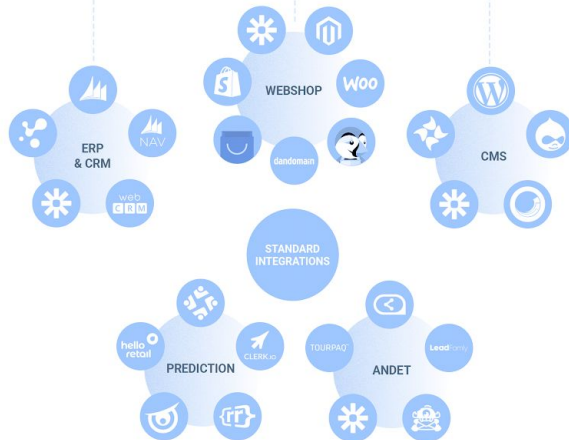
### TRACKING:

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

### ONE-TO-MANY:

Købehistorik, struktureret data, BI beriget data og anden transaktionel data (CDP)

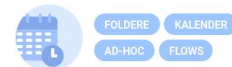
## CUSTOMER DATA PLATFORM



## ORCHESTRATION

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

### PLANLÆGNING



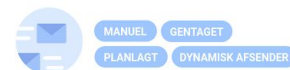
### SEGMENTERING



### AI INTELLIGENCE



### AFSENDELSE



### KUNDEREJSER



## CHANNELS

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

### EMAIL

### SMS

### WEB

### APP

### SOCIAL

### DATA



# CDP 3 FORSKELLIGE TILGANGE

1

## DEN ENORMT DYRE

Der findes en stribe ultra-enterprise CDP løsninger, der koster adskilligede millioner.

De integrerer alle former for data på tværs af alle kanaler. For top 1% af virksomheder vil denne løsning give mening.

2

## DEN INTEGREREDE

Det er vores approach til et CDP, at det sidder i midten mellem input og output.

På den måde undgår man udgifter til integration og stand-alone platforme.

3

## DEN "ALLE MULIGE ANDRE"

Mange forskellige platforme, både analytics, social og lignende har et "CDP" inden for deres niche.

Nogle åbner også op og integrerer på tværs af platforme, hvilket giver nogle fornuftige muligheder.

# BEHOV HVOR MEGET

## Hvilket output

- Hvilke kanaler anvender du
  - Input
  - Output
- Skal du skelne mellem data og indhold
- Hvad med segmentering
- Hvor mange forskellige datasæt skal du kunne kombinere
- Hvilke views har du behov for
- ... og mange andre spørgsmål

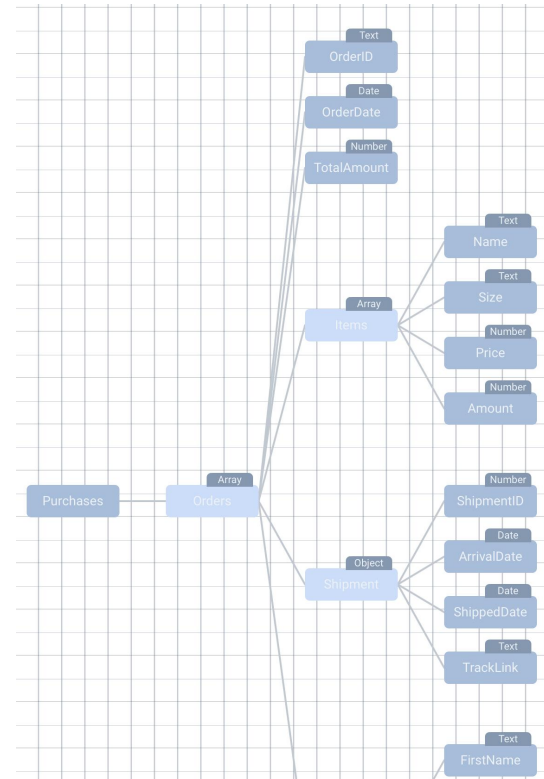


# DATA SKAL DER TIL

## 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





# HVORFOR VIGTIGT



# ER DET FOR ALLE

## Er det for alle typer virksomheder

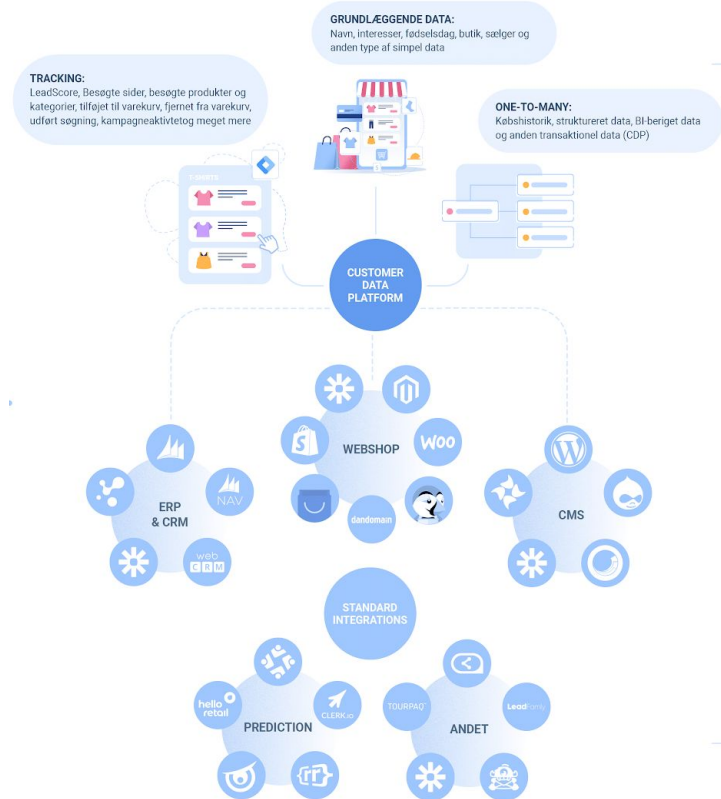
- Nej du skal have en fornuftig mængde data før det giver mening.
- Og du skal have ressourcer til at anvende dataene
- Hvad er den kritiske masse:
  - B2B virksomhed
    - Få hundrede personer
  - B2C virksomhed
    - Afhænger af profitten på de varer der sælges
      - >10.000 personer



# HVILKE DATA FRA HVILKE KANALER

## Adfærdsdata

- Besøgte sider, besøgte produkter, kategorier af produkter eller artikler, tilføjet til varekurv, fjernet fra varekurv, handlinger på siden (f.eks. søgninger eller andre events), kampagneaktivitet og meget mere.
- Ovenstående er et eksempel på adfærdsdata som vi opsamler, hertil kommer adfærd i de enkelte kampagner.
- Den samlede mængde af adfærd udbydes i CDP'et, og kan kombineres i segmenter med alle de andre former for data.

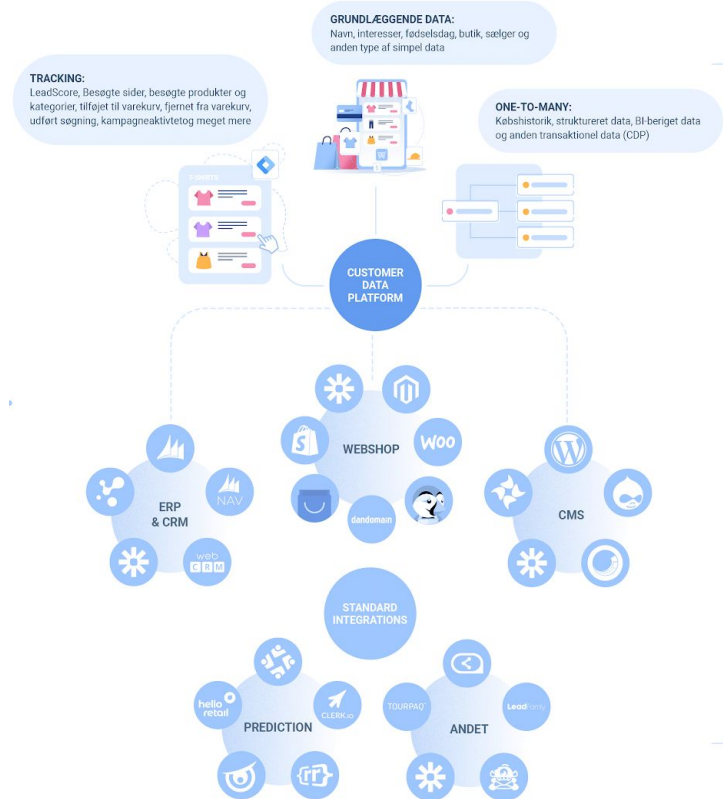




# HVILKE DATA FRA HVILKE KANALER

## Grundlæggende data

- Navn, interesser, fødselsdag (og andre datoer) og alle andre former for simple data.
- Simple data er data uden dimensioner, hvor hvert felt kan holde én værdi ... indtil den overskrives.
- Der findes mange forskellige former for feltyper.
  - Tekst, numeriske, dato, foruddefinerede og felter med mange liniers indhold
- Ofte findes key-felterne også i den simple datamodel
  - Hos os er email og mobile key-felter

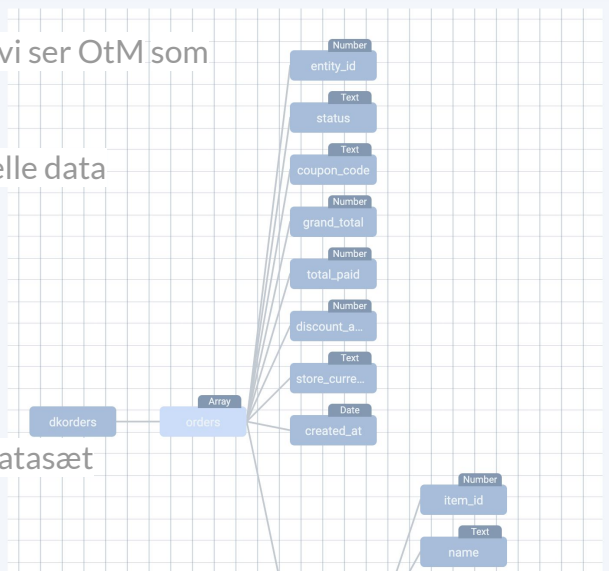


# HVILKE DATA FRA HVILKE KANALER

## Data i relationer (One-to-Many)

- Nogle vil sige dette er det egentlige CDP, vi ser OtM som en del af helheden i et CDP
- One-to-Many kan indeholde transaktionelle data
  - Købshistorik
  - Leveringshistorik
  - BI-berigede datasæt
  - Servicehistorik
  - andre former for transaktionelle datasæt

Edit Details dkorders



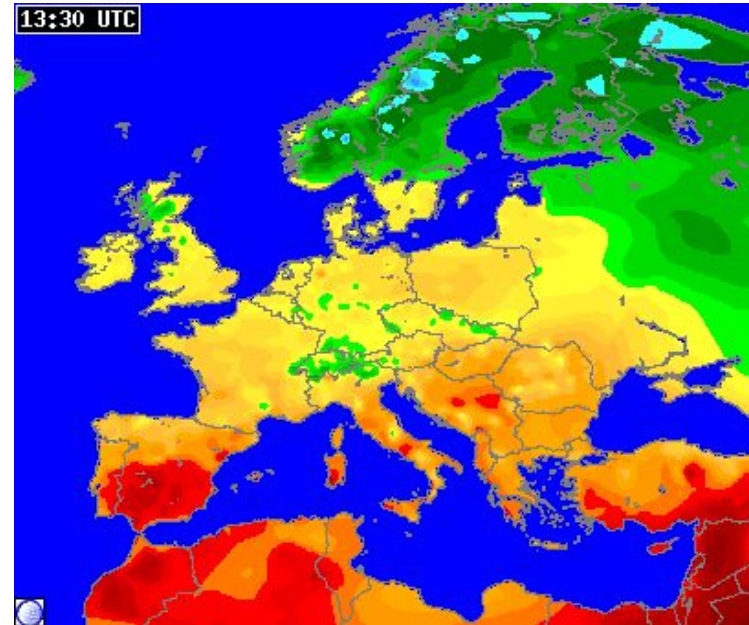
entity\_id

item_id	name	sku	qty_ordered
1269329	Massa	MASSA	1
1269330		SUN	1
1269331	Print - Nej tak	PRINT-NEJ	1
1269332	Gamertag - N	GAMERTAG-N	1
1269333	LED - Nej tak	LED-NEJ	1
1269334	LED - Nej tak	LED-NEJ	1
1269335	Sleeves - Nej	SLEEVE-NEJ	1
1269336	Nej tak	nejtak	1
1269337	Nej tak	nejtak	1
1269338	Intel Core i5-6	BX80684i596	1
1269339	ASUS TUF B3	90MB0WNG-I	1
1269340	ASUS PH GT7	90YV0DT0-M	1

# HVILKE DATA **FRA HVILKE KANALER**

## Eksterne datakilder

- Vi sidder lige nu og arbejder på at integrere eksterne datakilder i vores CDP.
  - Det er allerede nu muligt, men kun for udvalgte platforme som kilder.
- Eksempler på datakilder vi vil integrere og muliggøre
  - Vejr
  - Indkomst
  - ... og en lang række vi ikke vil løfte sløret for 😊





# SEGMENTERING



# 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 + -

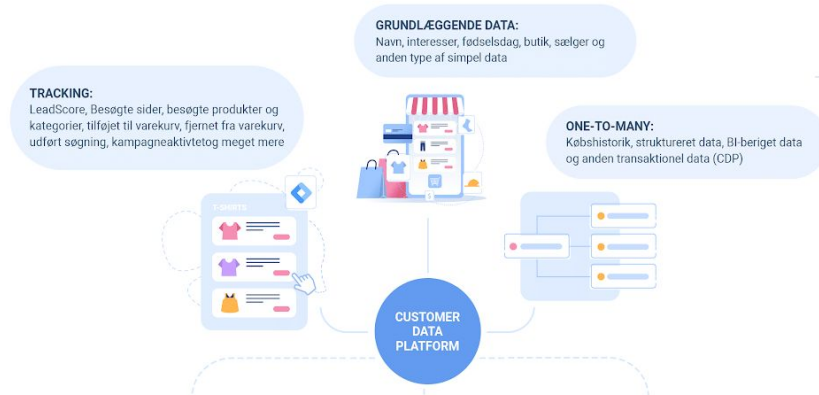
### Filter Profiles Where

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

# SEGMENTERING PÅ TVÆRS

## De forskellige data

- Et CDP skal netop give dig et unified customer view.
- Det betyder oversat til Marketing Automation sprog, at du skal kunne segmentere på tværs af de forskellige data
- I eksemplet til højre har jeg kombineret 5 forskellige typer af data:
  - Købsdata (med opslag i produktfeed)
  - Besøgte sider fra Tracking med Sitemap
  - Lead Score udregnet ud fra adfærd på website / webshop og i kampagner



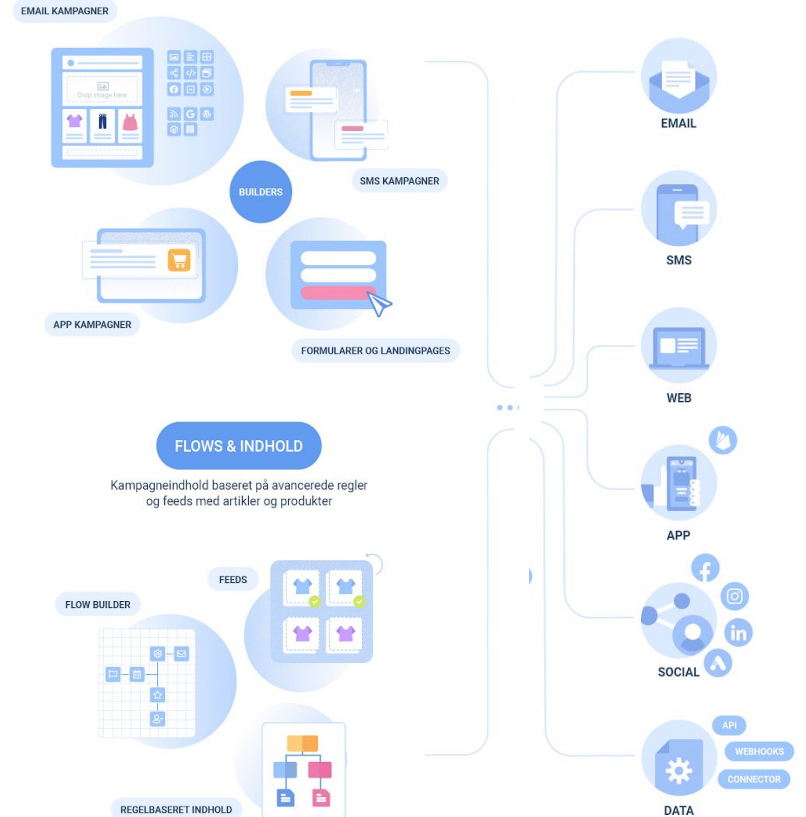
Filter Profiles Where

Bought from category	Primary	is	Harddisk	+	-
Page	has visited	*	'service	+	-
Lead Score	is greater than	40		+	-

# INDHOLD OG DATA

## Hele omnichannel tankegangen

- Essensen i et CDP er at data kan anvendes på tværs af mange forskellige kanaler
  - Det hedder omnichannel eller multichannel
- Vi kigger holistisk på både data og indhold - og blander det også i flæng
  - Objektivt kan du sige at et CDP ikke har voldsomt meget med indhold at gøre, men dataene kan anvendes til fletning i indhold
- Dataene sidder i midten flankeret af input og output





# HVAD KOSTER DET






# TØR DU LADE VÆRE

## Alt skal naturligvis måles og vejes

Nogle platforme er så dyre, at din business case virkelig skal være bundsolid.


Omvendt findes der en række løsninger, der ikke koster meget mere, end et simpelt

Marketing Automation system. Det er vores tilgang til området.



Solution Value

---



Total Cost of Ownership

= ROI

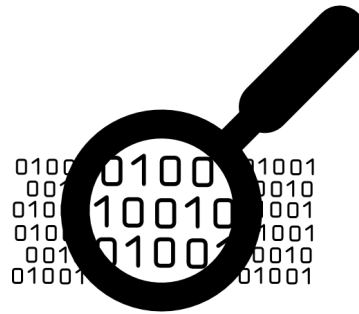
# MENNESKER **SKABER** DIN SUCCES

## At få udbytte af et CDP kræver også kompetencer

Som leverandør kan vi hjælpe med meget, men det bliver først helt godt, når der er et samspil med en kompetent organisation. Typisk ser vi disse 3 kompetencer som nødvendige for succes:



Indhold / kreativ



Data



Kommerciel

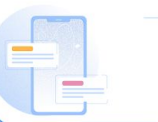
## CREATIVE

Byg nemt Omnichannel kampagner ved at bruge vores intuitive Builders

### EMAIL KAMPAGNER



### BUILDERS



### SMS KAMPAGNER



### APP KAMPAGNER



### FORMULARER OG LANDINGPAGES

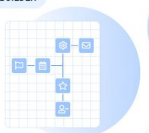
## FLows & INDHOLD

Kampagneindhold baseret på avancerede regler og feeds med artikler og produkter

### FEEDS



### FLOW BUILDER



### REGELBASERET INDHOLD



## CUSTOMER DATA PLATFORM

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

### GRUNDLÆGGENDE DATA:

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

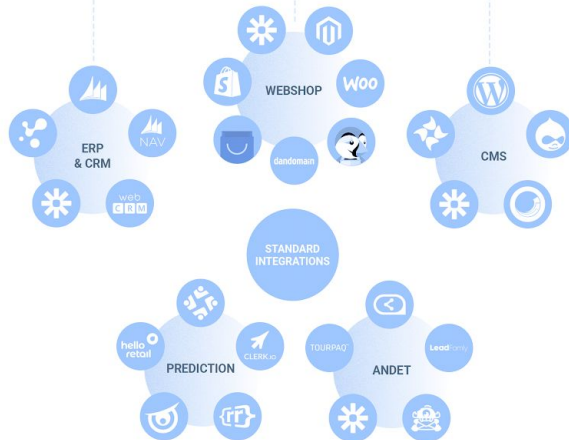
### TRACKING:

LeadScore, Besøgte sider, besøgte produkter og kategorier, tilføjet til varekurv, fjernet fra varekurv, udført søgning, kampagneaktivitetog 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



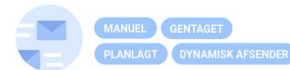
### SEGMENTERING



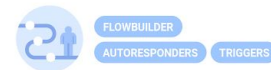
### AI INTELLIGENCE



### AFSENDELSE



### KUNDEREJSER



## CHANNELS

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

### EMAIL

### SMS

### WEB

### APP

### SOCIAL

### DATA





**SPØRGSMÅL?**

**[kim@marketingplatform.com](mailto:kim@marketingplatform.com)**

**Mobil: +45 42 555 555**