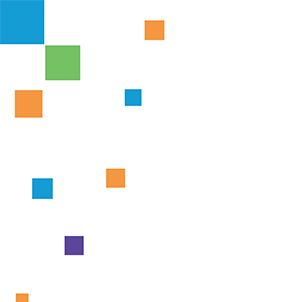




Sådan laver du et nyhedsbrev der konverterer





LIDT AT TÆNKE OVER I DENNE TIME

du bør have dette på din tallerken

1

DATA

Hvilke data har du i din virksomhed? Og er de operationelle for dig og dine kollegaer?

Har du ordredata (og andre transaktionelle data), besøgsdata, adfærdsdata og statistik?

2

SEGMENTERING

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

Hvis JA - hvilke data anvender du til segmentering? I løbet af webinarret fortæller vi om hvilke data vi synes du skal anvende

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.

AGENDAEN

- Hvem er MarketingPlatform
 - Vores økosystem
 - Hvad kan vi gøre for din virksomhed
- Statistik fra flere milliarder udsendelser
- Hvordan forbedrer du dine egne tal (afprøvet viden)
 - Marketing Automation
 - Definition
 - Kunderejsen
 - De bedste flows
 - Segmentering
 - Relevant segmentering
 - Test, test, test
 - Optimering og individualisering
 - Kunstig Intelligens (AI) i Markedsføringen
 - Fra lead til genkøb
- De 3 kompetencer
- Nyt produkt vi lancerer om ganske kort tid
- Spørgsmål?

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 22.000 andre:
 - <https://www.linkedin.com/in/kimostergaard/>





Lidt om vores virksomhed



LIDT OM HVEM VI ER



dao



- Dansk Markedsføring anvender MarketingPlatform
- Artiklerne hentes automatisk med Feeds i det redaktionelle system
 - Med forskellige blokke efter nyhedsværdi og modtager
- Reklamerne indsættes ligeledes automatisk
- Også jobopslag hentes med Feeds og målrettes



Aktuelle job

Leadagency Kreativ seniorrådgiver med speciale i det digitale København	SkiGroup A/S HEAD OF ECOMMERCE Ringkøbing
SkiGroup CONTENT & COMMUNITY MANAGER Ringkøbing	EPOS Social Media Coordinator Ballerup
LEAD Agency KREATIV KVALD MED STYR PÅ KANALERNE? København	EPOS Global Digital Marketing Manager - Maternity Cover Ballerup
Telmore User Experience Specialist / UX Designer København	Telmore Telmore søger Grafisk Designer København

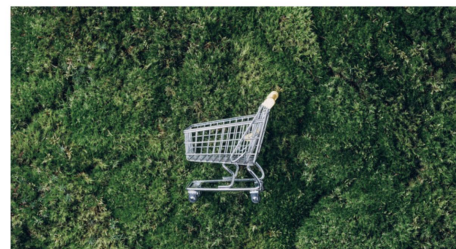
Se aktuelle job



Læs i din browser - klik her



Dagens tophistorier



Nyt studie kortlægger forbrugernes forventninger til bæredygtighed

Bæredygtighed er gået fra at være en differentieringsfaktor for brands til en hygiejnefaktor, konkluderer nyt forbrugerstudie.



CMO om genåbning: Husk nu marketing!

Husk at invitere de dygtige,



Finanskæmpe ny sponsor på Clubhouse

Den nye lyd-samtale app,

CREATIVE

Byg nemt Omnichannel kampagner ved at bruge vores intuitive Builders

EMAIL KAMPAGNER



BUILDERS



SMS KAMPAGNER



APP KAMPAGNER



FORMULARER OG LANDINGPAGES



FLows, INdhold & BRAND KONTROL

Kampagneindhold baseret på avancerede regler og feeds med artikler og produkter

FLOW BUILDER



FEEDS



REGLERBASERET INDHOLD



NEDARV INDHOLD & BRAND KONTROL



RAPPORTERING

Detaljeret statistik, der kan sammenligne intelligent, eksportere resultater og konsolidere data

STATISTIK



SAMMENLIGN



EKSPORT OG KONSOLIDERING



CUSTOMER DATA PLATFORM

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

TRACKING:

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

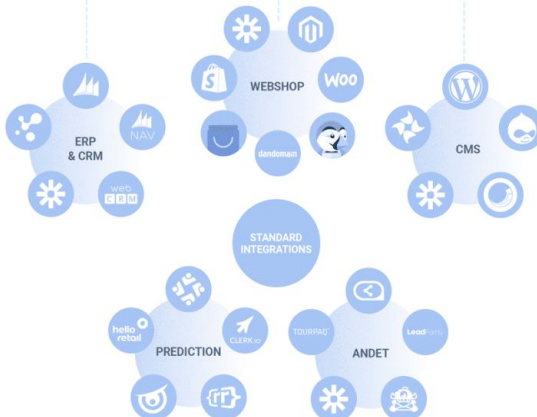
GRUNDLÆGGENDE DATA:

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

ONE-TO-MANY:

Købshistorik, struktureret data, BI-beriget data og anden transaktionel data (CDP)

CUSTOMER DATA PLATFORM



ORKESTRERING

Byg kunderejser med vores FlowBuilder og send meget specifik segmenterede kampagner



PLANLÆGNING

FOLDERE
AD-HOC
KALENDER
FLOWS



SEGMENTERING

REGLERBASERET
AI POWERED
KOMBINERED SEGMENTER
TRACKING
LEADSCORE



AI INTELLIGENCE

AI POWERED BY GOOGLE
3. PARTER



AFSENDELSE

MANUEL
GENTAGET
FEEDS
PLANLAGT
DYNAMISK AFSENDER



KUNDEREJSER

FLOWBUILDER
AUTORESPONDERS
TRIGGERS



OVERSÆTTELSE

GOOGLE TRANSLATE
LANGUAGEWIRE

KANALER

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



EMAIL



SMS



WEB



APP



SOCIAL



DATA

API
WEBHOOKS
CONNECTOR

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.

Med24 Template

Remember to edit the Preheader to increase your opening rate

Save Send Preview Send

Builder Headers Footers Social

Update Data Fields Edit recipients

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 set at vores medlemsklub fylder 15 år

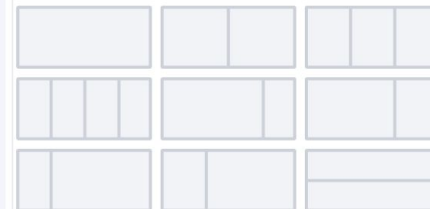
Det fejrer vi med ekstra medlemsbonus på masser af bestsellere og nyheder. Se alle de fantastiske tilbud og SUPER DEALS herunder til dig.

Er du ikke medlem endnu? Bliv gratis medlem - [Klik her!](#)

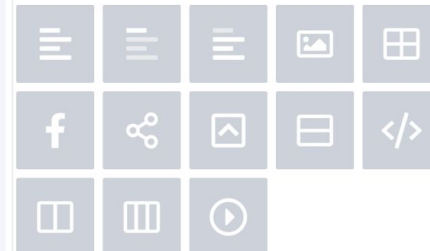
Templates Global Settings

Content Design

Grid



Content Elements



Icon and Image Stock Photos



Feeds

Hjælp



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.

Vi har hentet din pakke.

Save

Send Preview

Send

Remember to edit the Preheader to increase your opening rate

Builder

Headers

Footers

Social

Update Data Fields

Edit recipients



Undo

Redo

Select Tool



vi har hentet...

...din pakke. Tak
fordi du valgte
dao PICKUP.

dao

%otm%128982_mp2%otm% %%navn%%

Vi har afhentet en pakke hos dig og den er nu på vej
til %otm%128982_mp3%otm%.

Pakkenr: %otm%128982_mp4%otm%

Vi giver dig besked, når modtager har fået din pakke.

Ha' en go' dag.
dao

PS: Hvis du vil følge din pakke på dens vej, kan du gøre det
her: www.dao.as/privat/find-din-pakke

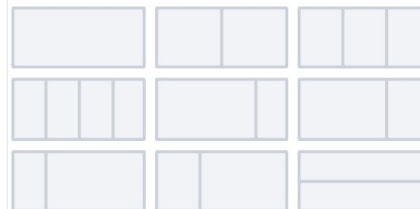
Templates

Global Settings

Content

Design

Grid



Content Elements



Icon and Image Stock Photos



Feeds





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.

Gratis online debat om det arabiske forår 🌟

Save

Send Preview

Send

Remember to edit the Preheader to increase your opening rate

Builder

Headers

Footers

Social

Update Data Fields

Edit recipients



Undo

Redo

Select Tool



Gratis online debat: Fahads Forsamlingshus

Mens Danmark er lukket ned, går Fahads Forsamlingshus online! Vi mødes om den fælles samtale og demokratiske debat, og denne gang kan du være med fra din egen stue helt gratis.

Læs mere

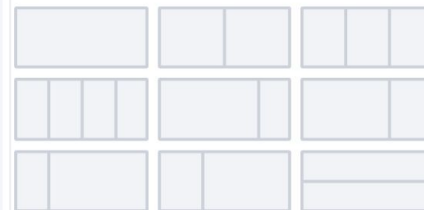
Templates

Global Settings

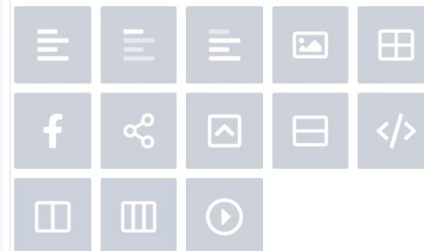
Content

Design

Grid



Content Elements



Icon and Image Stock Photos



Feeds

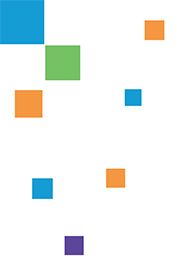


Statistik fra flere milliarder udsendelser



Vi har fjernet Travel/Event

*i forhold til tidligere undersøgelser
der mangler simpelthen relevant trafik og adfærd
(naturligvis grundet COVID-19)*



ÆNDRET TENDENS DE SENERE ÅR

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

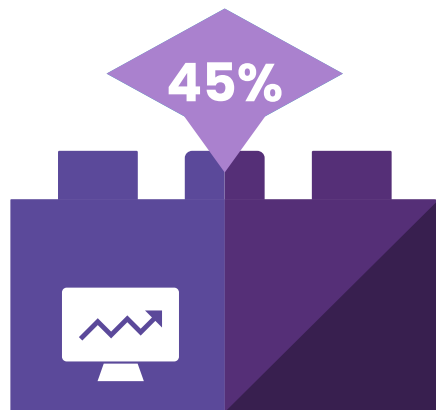
MOBIL EMAIL 2020

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

04

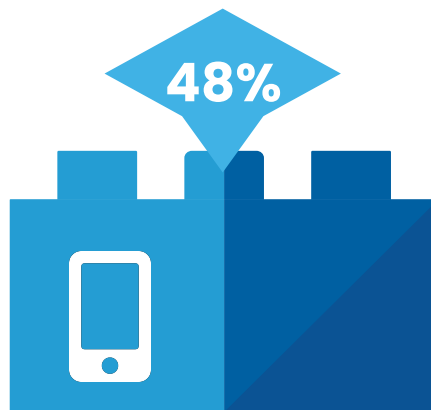
FORDELING AF **OPENS** 2020

ONLINE B2C



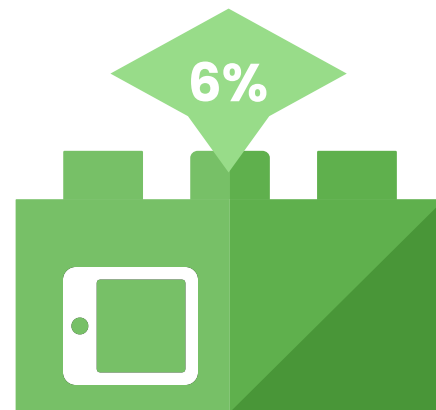
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

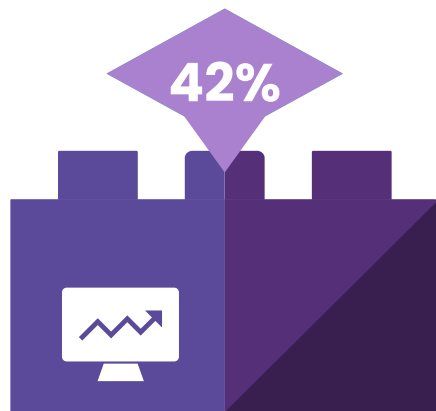


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

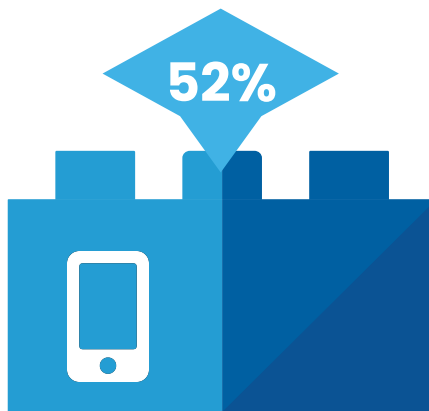
FORDELING AF **CLICKS** 2020

ONLINE B2C



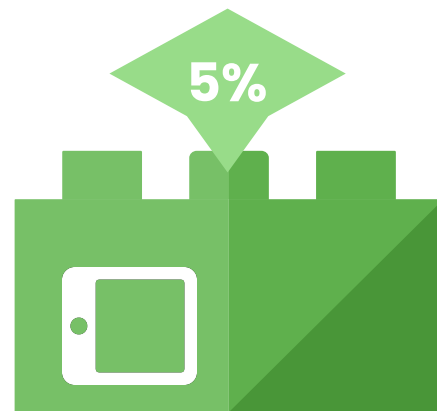
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

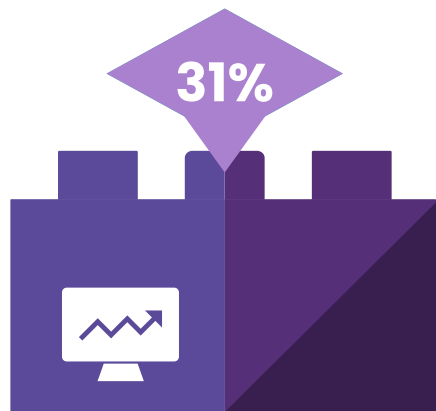


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

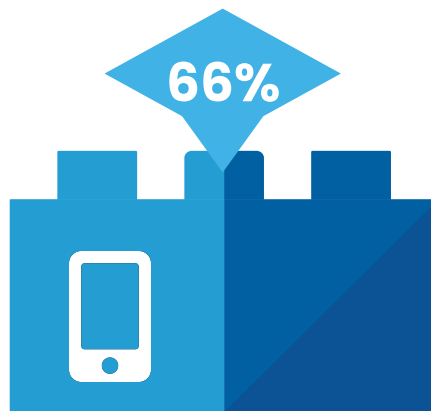
FORDELING AF UNSUBS 2020

ONLINE B2C



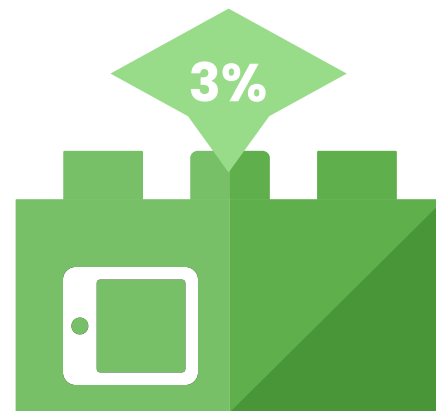
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

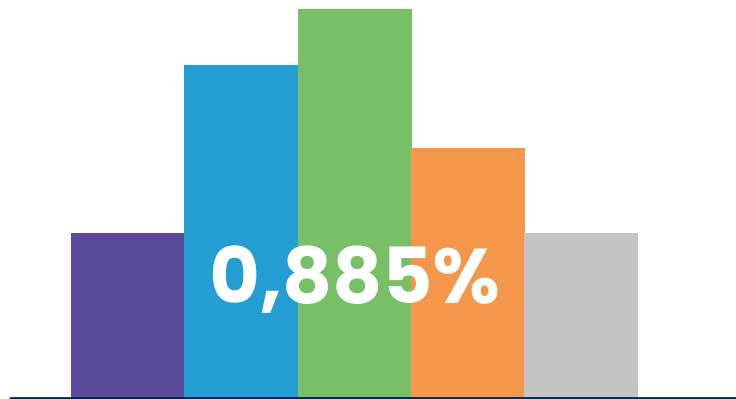


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSITLIG **UNSUB RATE**

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

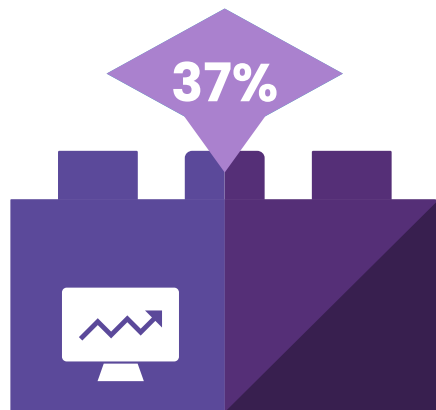


ONLINE B2C

2020 i forhold til List Size

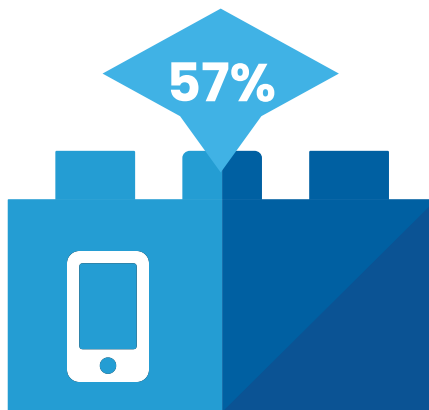
FORDELING AF **OPENS** 2020

OFFLINE B2C



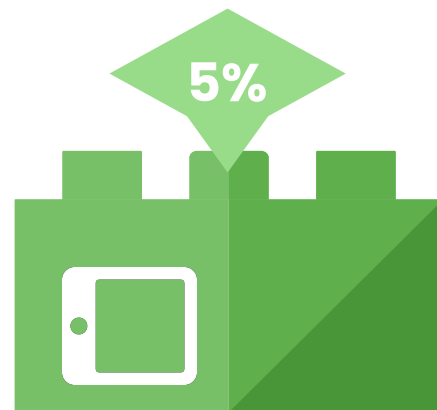
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

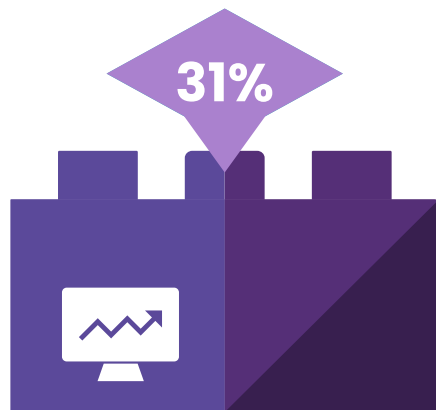


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

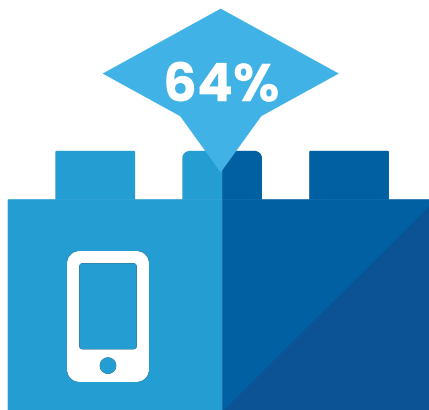
FORDELING AF **CLICKS** 2020

OFFLINE B2C



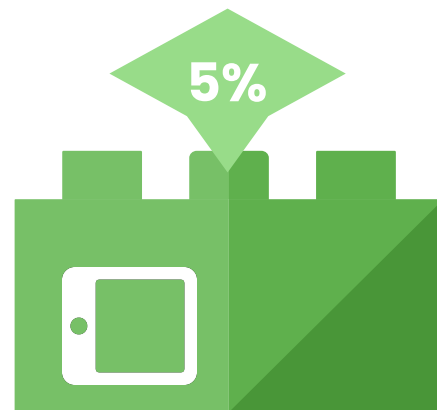
DESKTOP

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



MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen

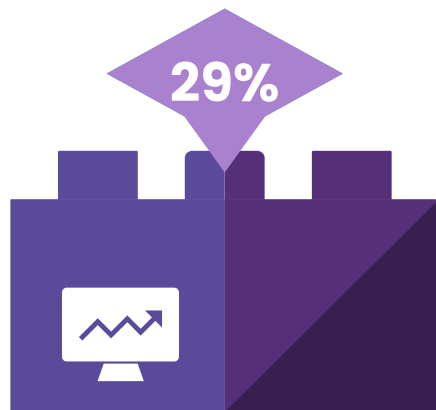


TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

FORDELING AF UNSUBS 2020

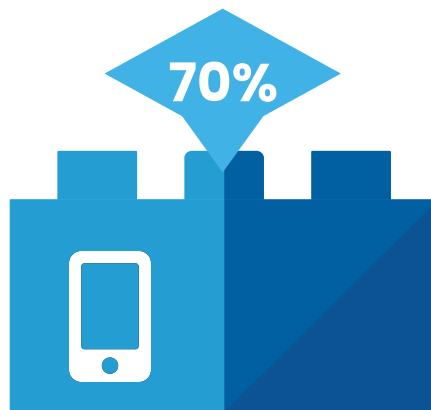
OFFLINE B2C



29%

DESKTOP

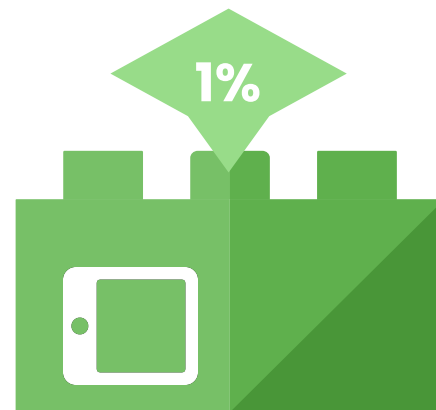
Andelen af åbninger fra desktop
(inkluderer både webmail og en
installeret klient)



70%

MOBILE

Andelen af åbninger fra mobiltelefonen



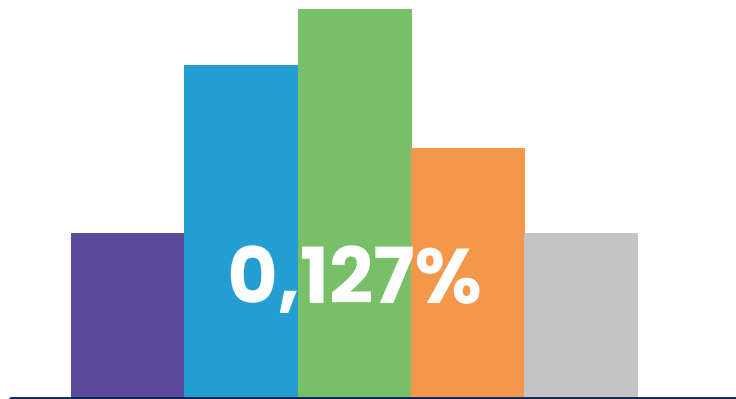
1%

TABLET

Andelen af åbninger fra tablet

GENNEMSNITLIG **UNSUB RATE**

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

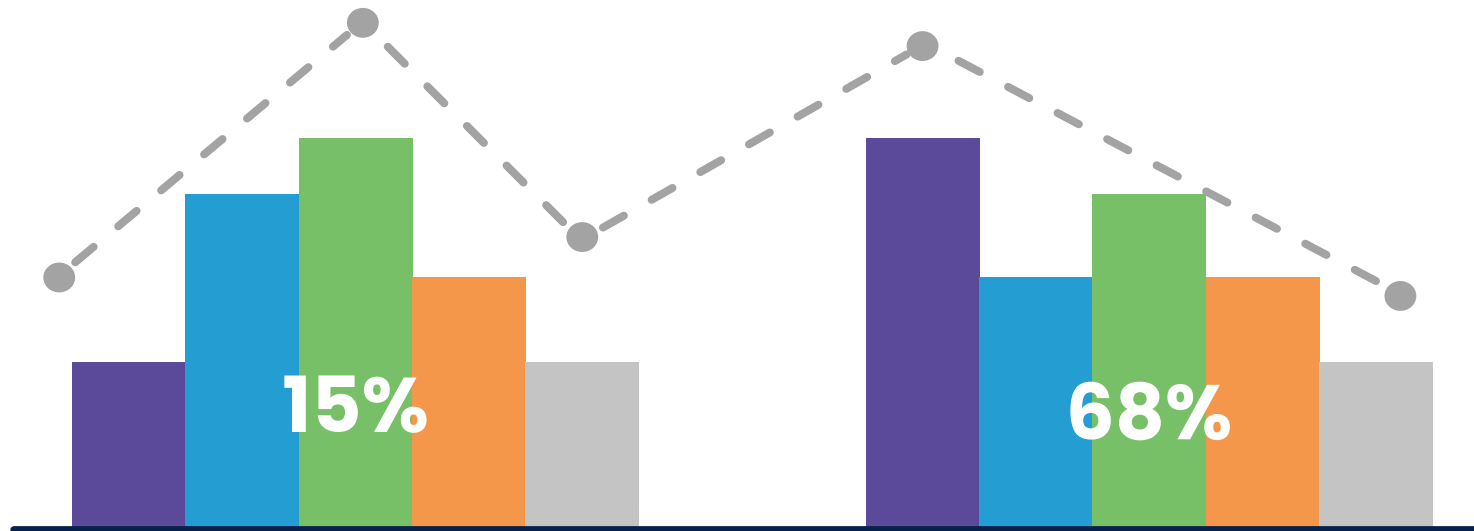


OFFLINE B2C

2020 i forhold til List Size

GENNEMSNITLIG **OPEN RATE**

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER



LOW TIER

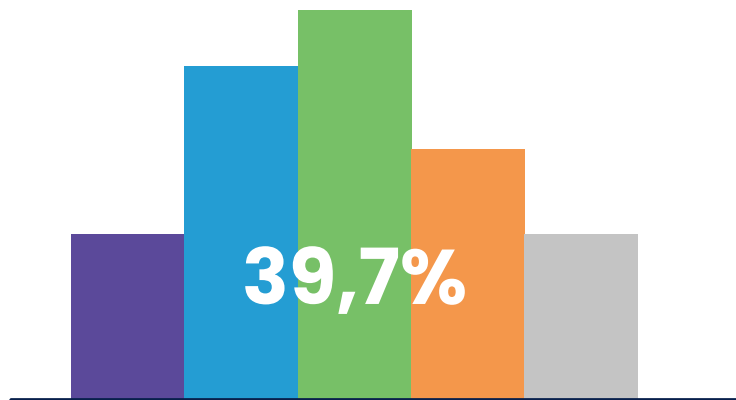
Gennemsnitlig værdi af de lavest performende
udsendere på tværs af udsendelser

HIGH TIER

Gennemsnitlig værdi af de højest performende
udsendere på tværs af udsendelser

GENNEMSNI TLIG OPEN RATE

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDER

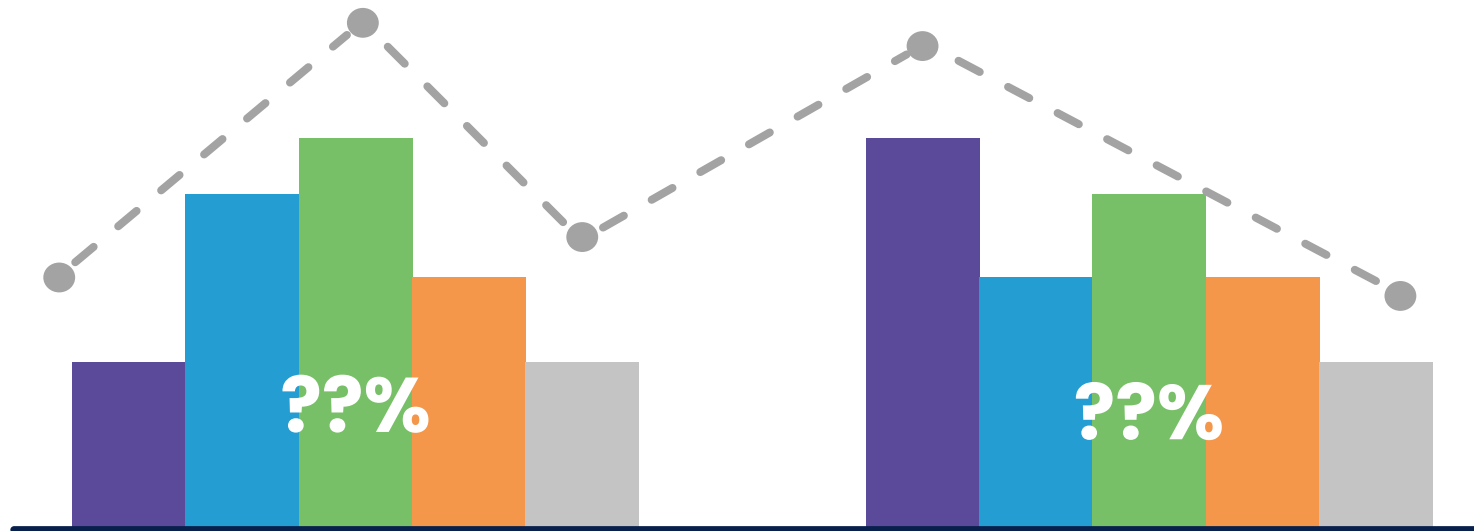


ALLE KUNDER

På tværs af alle kunder i 2020

GENNEMSNITLIG **CLICK RATE**

PÅ TVÆRS AF NOGLE MILLIARDER UDSENDELSER

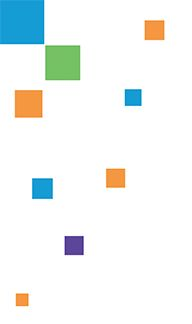


LOW TIER

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

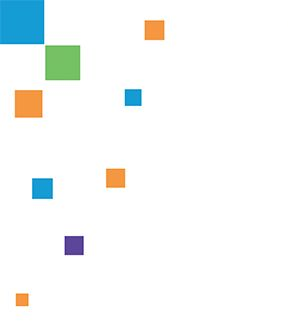
MOBIL

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" mest med mobile afmeldinger.

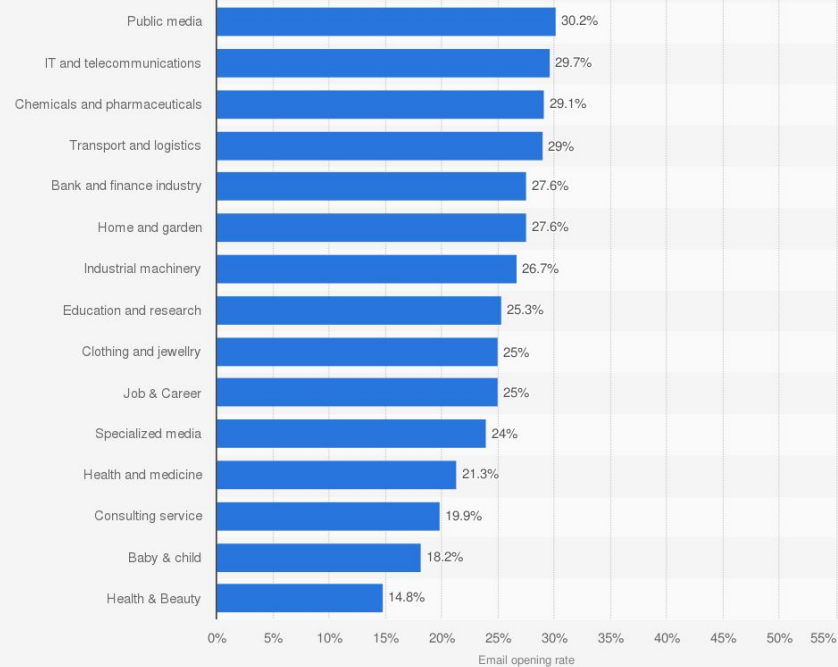
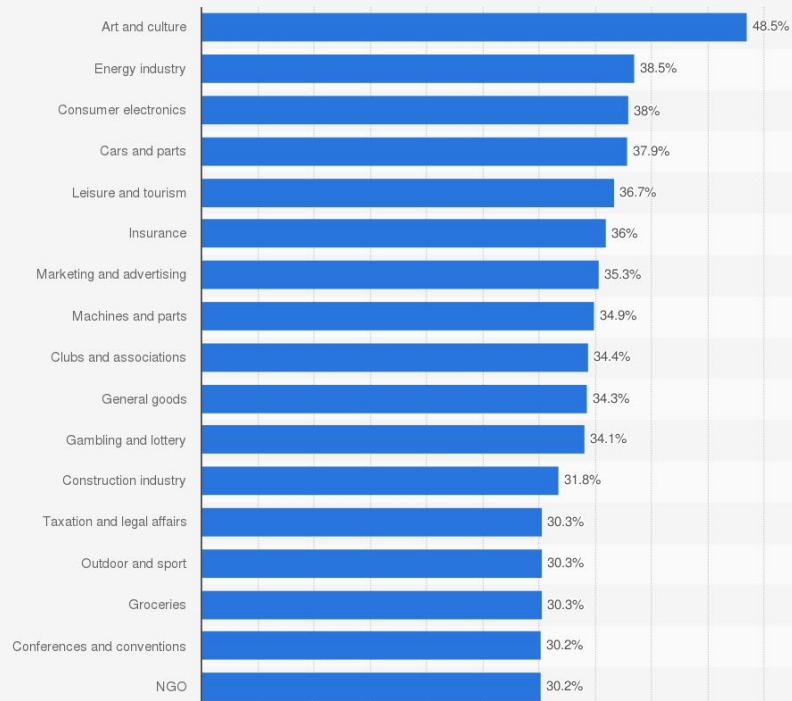
3

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 (gennemsnitlig frekvens)

Opening rates of marketing emails in the D-A-CH region* by industry in 2019



Source
Inxmail
© Statista 2021

Additional Information:
Austria; Germany; Switzerland; 2019

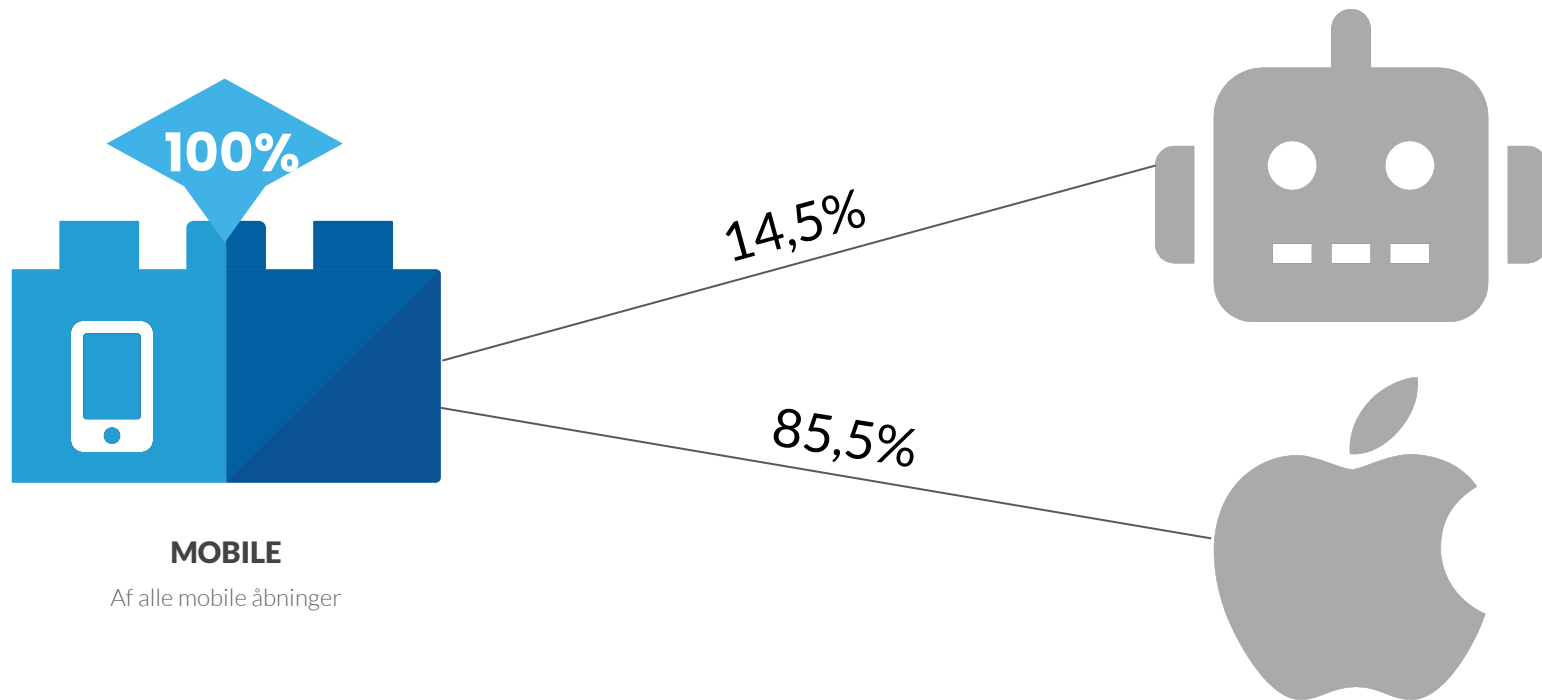


Fordelingen af mobile enheder



DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDER

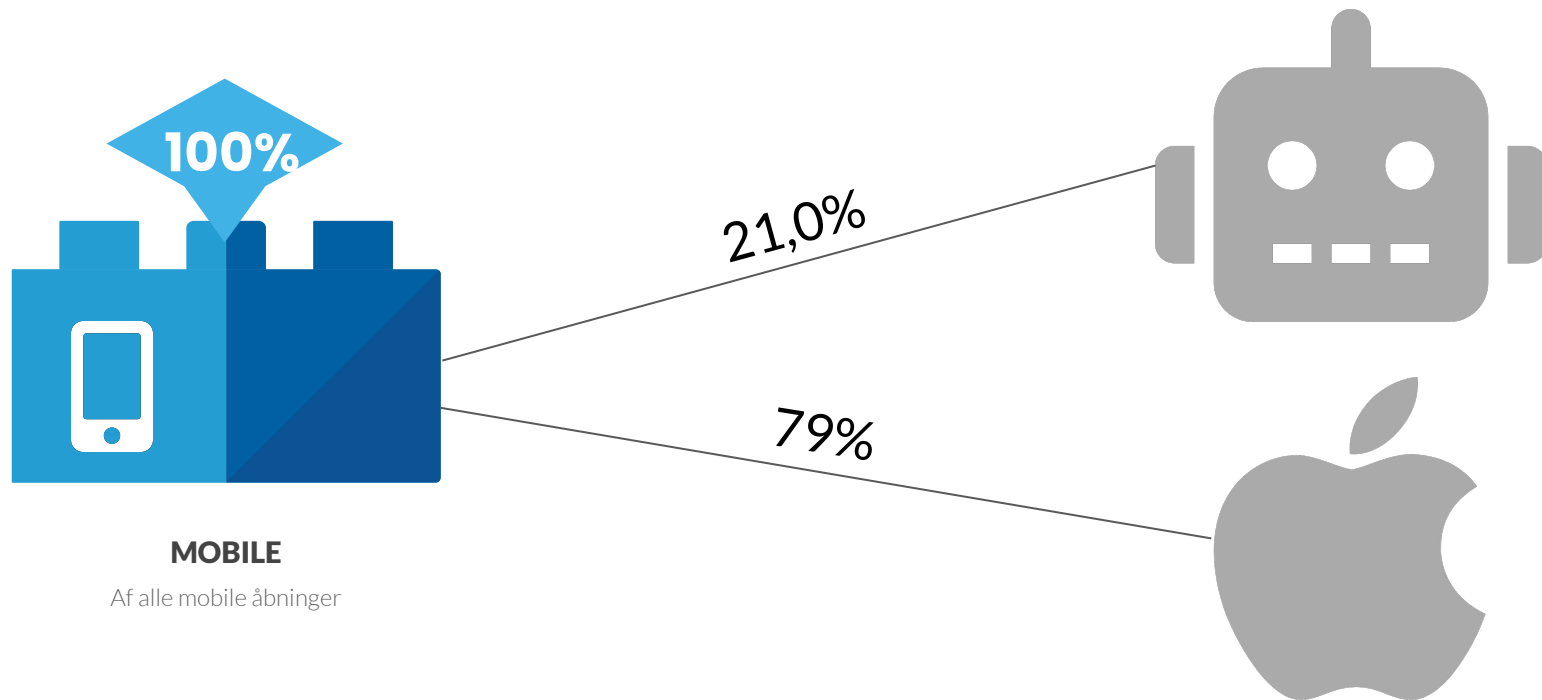


MOBILE

Af alle mobile åbninger

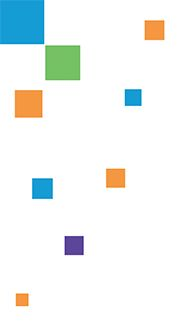
DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER



MOBILE

Af alle mobile åbninger



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.

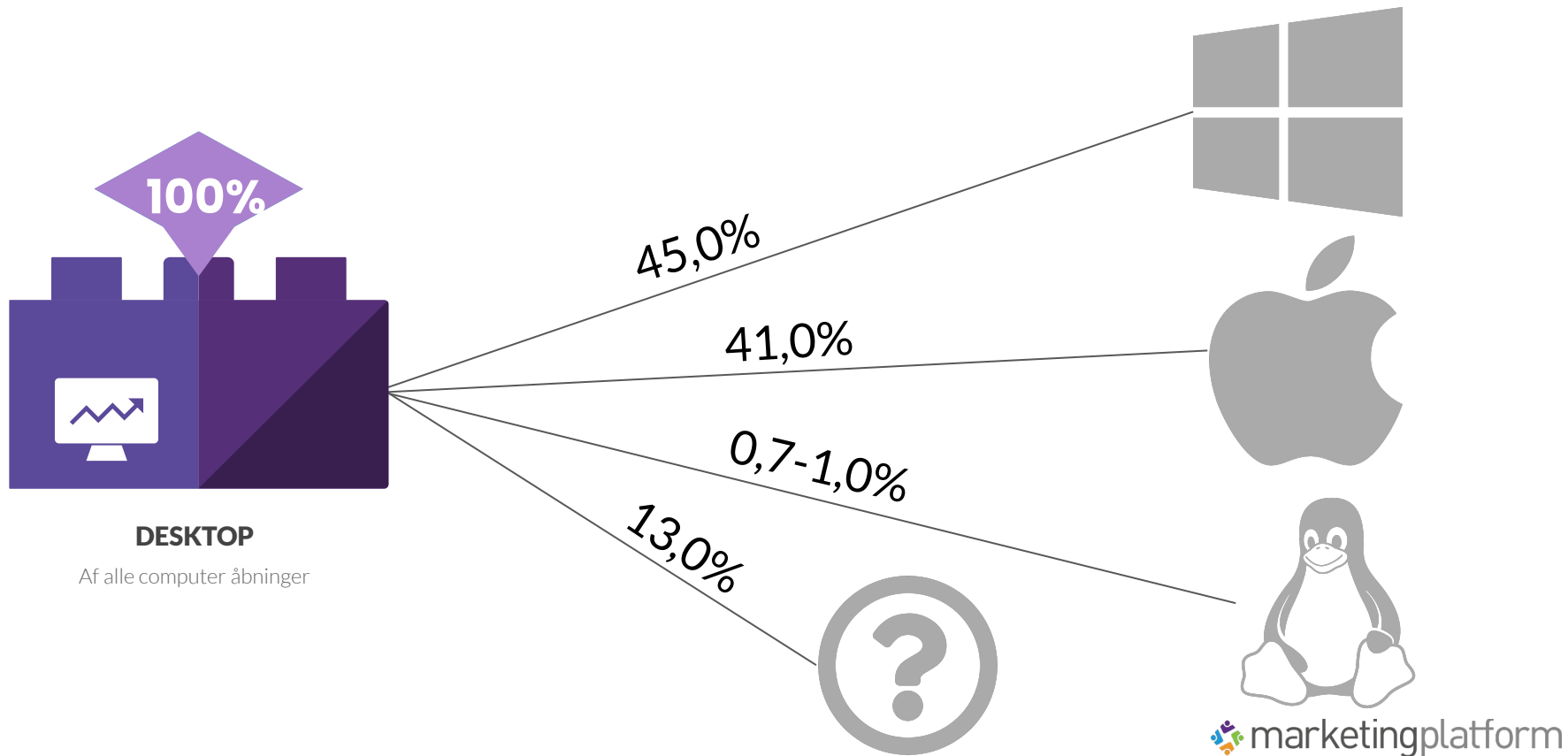


Fordelingen af desktop enheder



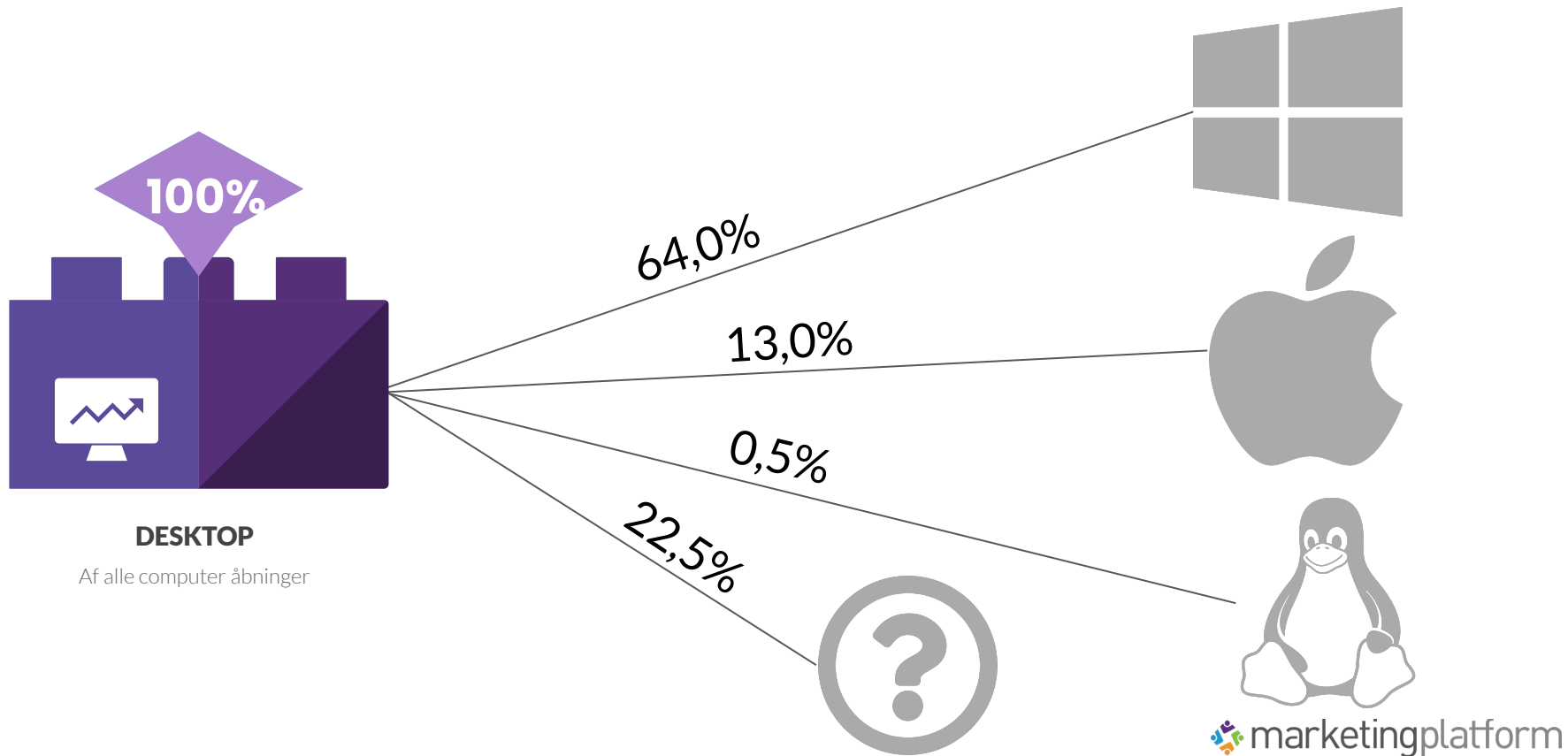
DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER



DISSE **ENHEDER** ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER

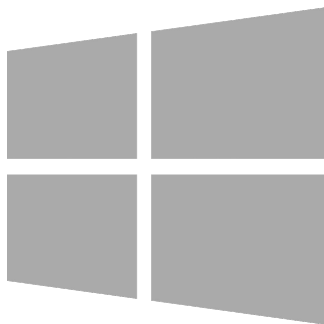


DISSE MAILKLIENTER ANVENDER DANSKERNE

B2C UDSENDELSER



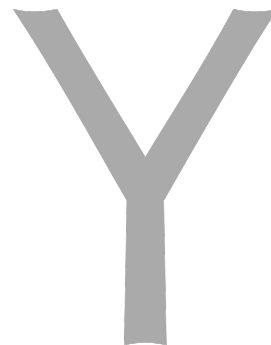
53,0%



39,0%



2,0%



2,0%



2,0%

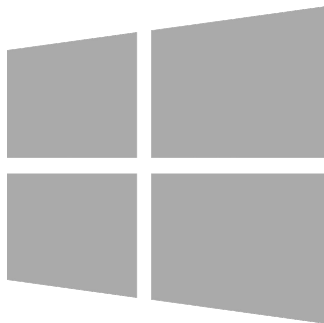
Alle andre har de resterende 2%

DISSE **MAILKLIENTER** ANVENDER DANSKERNE

B2B UDSENDELSER



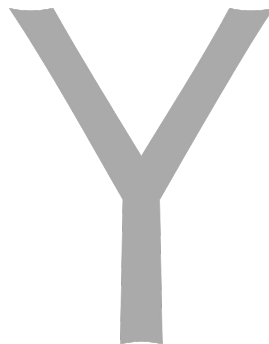
41,0%



52,0%



2,0%

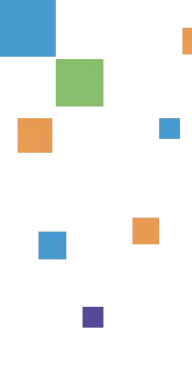


1,0%



5,0%

10% kan vi ikke med sikkerhed detektere udbyder på egne "firmadomæner" med særlige opsætninger



Sådan gør du email til din mest effektive marketingkanal





MARKETING AUTOMATION

MARKETING AUTOMATION DEFINITIONEN

- **Kerneområder i en Marketing Automation platform**

- Har fokus på at flytte kundeemner fra toppen af marketingtragten til at blive købsmodne kundeemner i bunden af tragten. Leads bliver scoret, baseret på deres aktiviteter, og modtager målrettet indhold og målrettede beskeder. Formålet er at pleje leads fra første interesse til salg. Almindeligvis brugt i business-to-business (B2B), business-to-government (B2G) eller længere kunderejser i business-to-consumer (B2C).

Marketing Automation kombinerer flere markedsføringsområder med et stærkt fokus på email marketing, kombineret med redskaber til en en struktureret salgsproces.

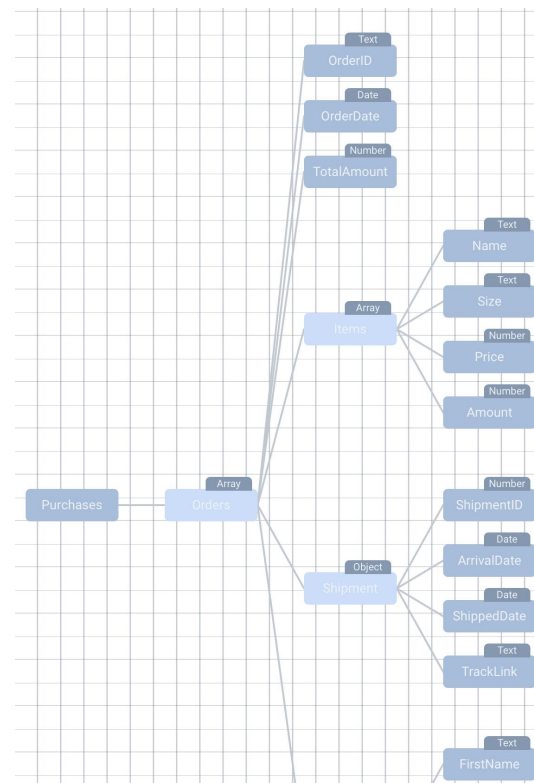
Kilde: Wikipedia

DATA ER FUNDAMENTET

Uden data ingen kunderejser (flows)

Segmenteringen er dybt afhængig af data.

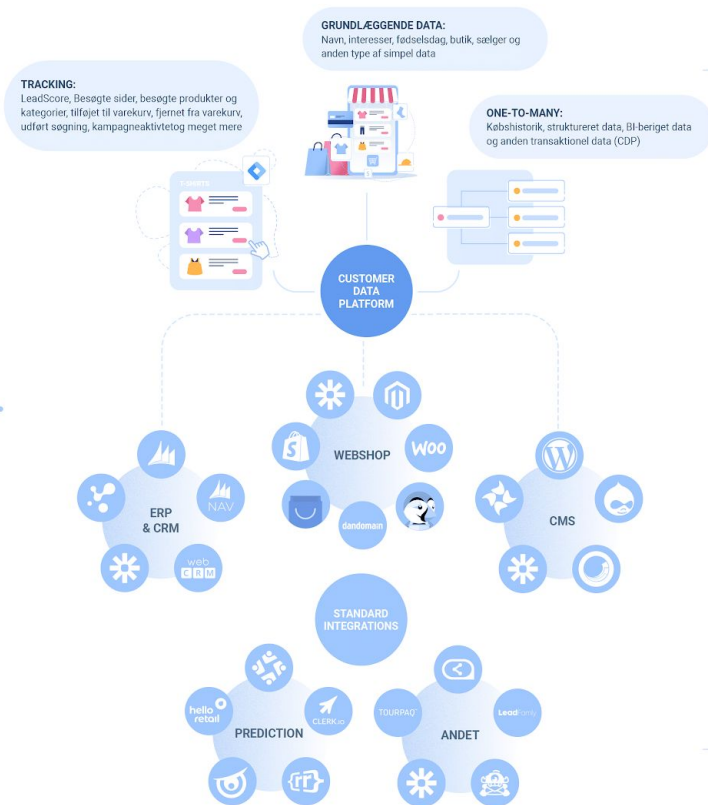
- Interesser
- Adfærd og frekvens
- Købshistorik
- Besøgshistorik
- Spisevaner
- Produktgrupper
- Hotelbookinger
- Rejsevaner
- Familiesammensætning
- og meget meget mere du kender din forretning bedst



HVILKE DATA FRA HVILKE KANALER

Adfærdsdata

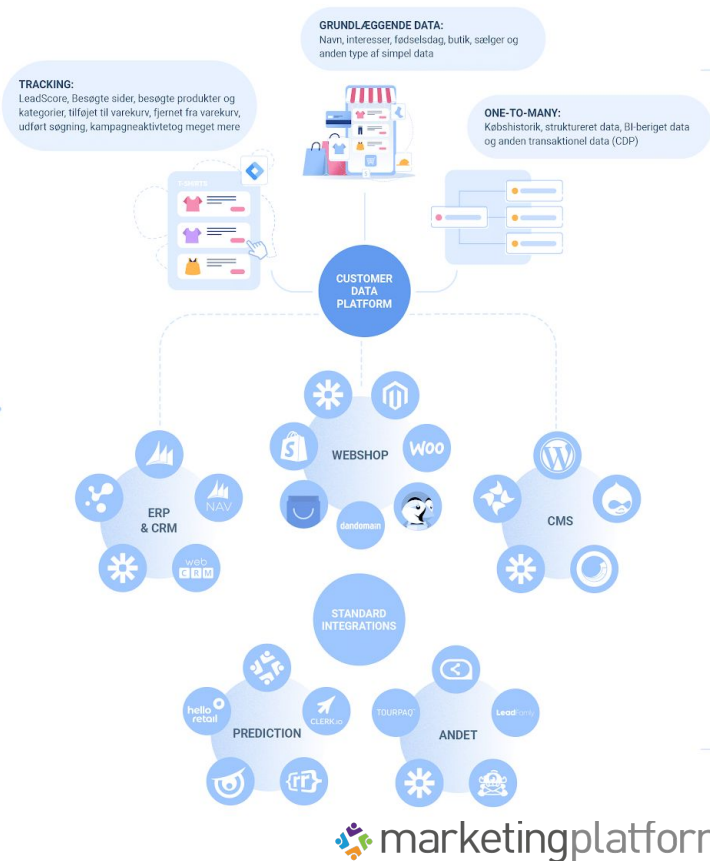
- Besøgte sider, besøgte produkter, kategorier af produkter eller artikler, tilføjet til varekurv, fjernet fra varekurv, handlinger på siden (f.eks. søgninger eller andre events), kampagneaktivitet og meget mere.
- Ovenstående er et eksempel på adfærdsdata som vi opsamler, hertil kommer adfærd i de enkelte 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
 - Og tokens mod APP

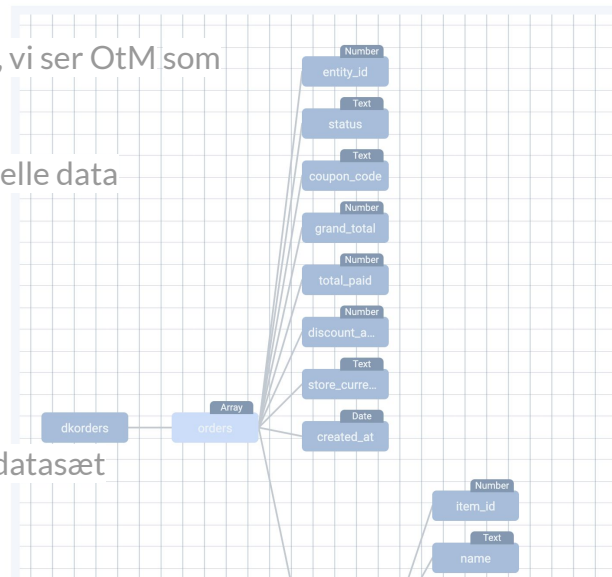


HVILKE DATA FRA HVILKE KANALER

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

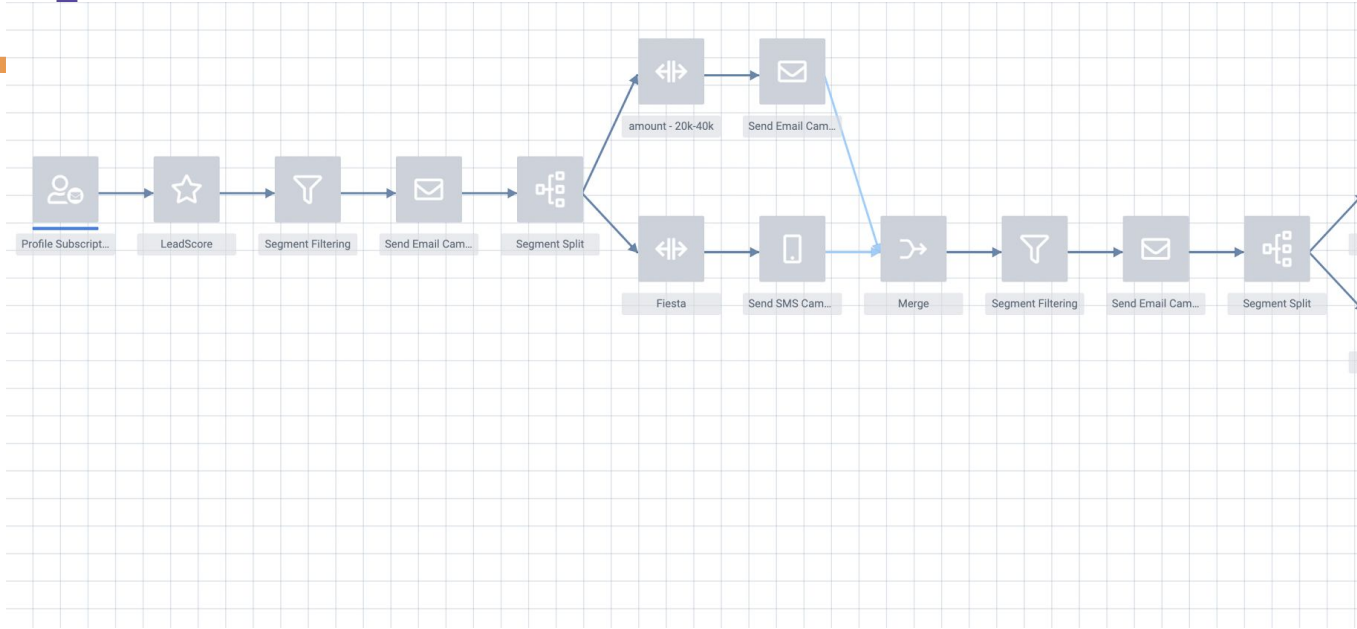
Edit Details dkorders



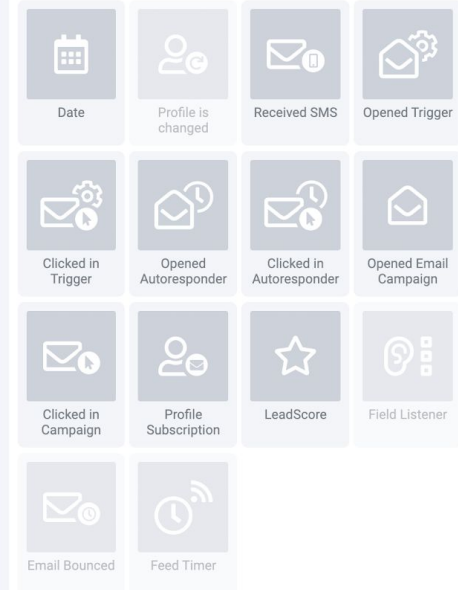
entity_id

item_id	name	sku	qty_ordered
1269329	Massa	MASSA-MASSE	1
1269330	MASSA	MASSA-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-M	1
1269340	ASUS PH GT7	90YV0DT0-M	1

KUNDEREJSER FLOWS



Events



VORES 10 BEDSTE FLOWS

- Velkomst flow
 - 1-2-3 målrettede kampagner
- LeadScore baseret Pre Purchase Flow
 - Baseret på Website adfærd
- Post Purchase Flow
 - Mod det næste køb
- Winback Flow (vi savner dig)
 - Efter X tid
 - Kombineret med LeadScore
- Tabt indkøbskurv
 - Hov du glemte noget
- Loyalitets flow
 - Tak fordi du fortsat er medlem
 - Helt særlige tilbud
- Afvist ordreflow
 - Kundens ordre bliver afvist
- Trustpilot flow
 - Hvem skal anbefale dig?
- AI Backed Flows
 - Indholdet kommer fra AI
- Efter interesse
 - Du har spurgt modtagerne



SEGMENTERING



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

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

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

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



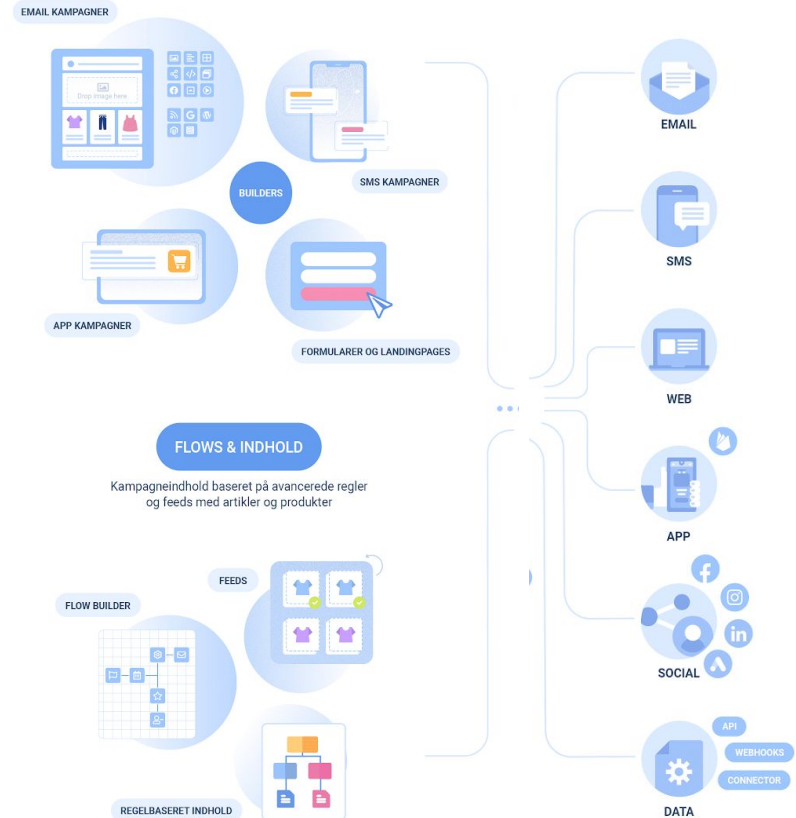
Filter Profiles Where

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



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 🤪

Filter Profiles Where

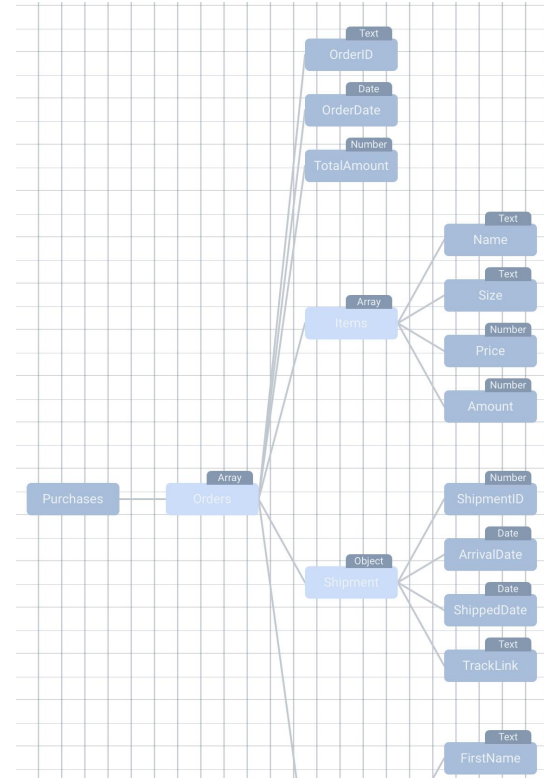
Purchased X times	orders	is greater than	3	times	+	-
orders	EShopOrders->InvoiceDate	is more than	35	days	+	-
Category	has put in basket	Dele til Hvidevarer > Diverse reservedele			+	-

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





TEST, TEST, TEST



OPTIMERING DU SKAL TESTE

A/B, Split, Multivariant testing

Det er ikke ligegyldigt hvad du skriver i emnelinjen. 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 ⓘ			

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.

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	10	score
Open newsletter	5	score
Visit product page	20	score
Default lead score value	5	score

 Clicked in Trigger	 Opened Autoreponse	 Clicked in Autoreponse	 Opened Email
 Clicked in Campaign	 Profile Subscription	 LeadScore	 Field Listener
 Email Bounced	 Feed Timer		

FlowBuilder

Properties

LeadScore

Display this text below LeadScore icon

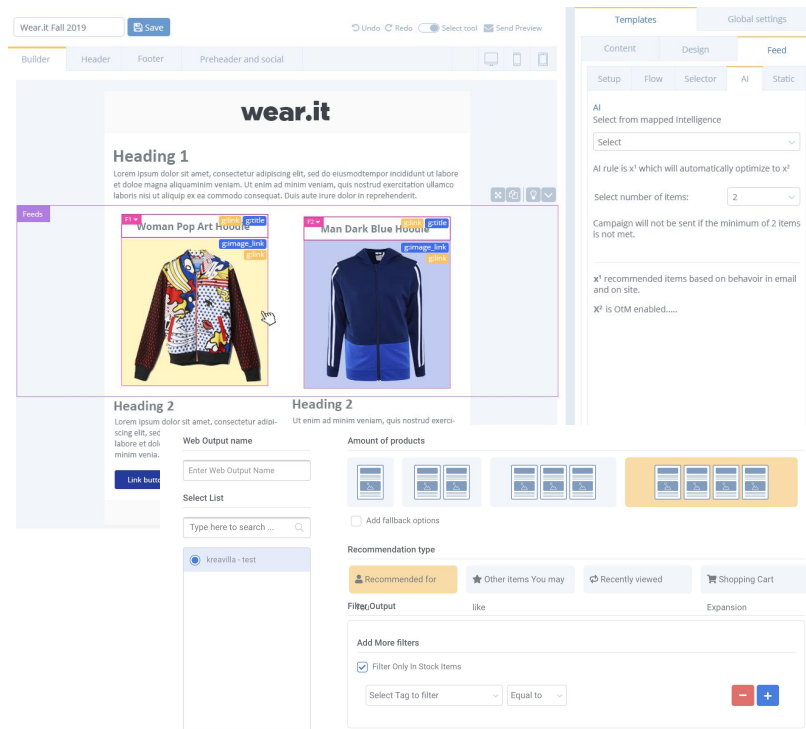
with

Remove

Apply

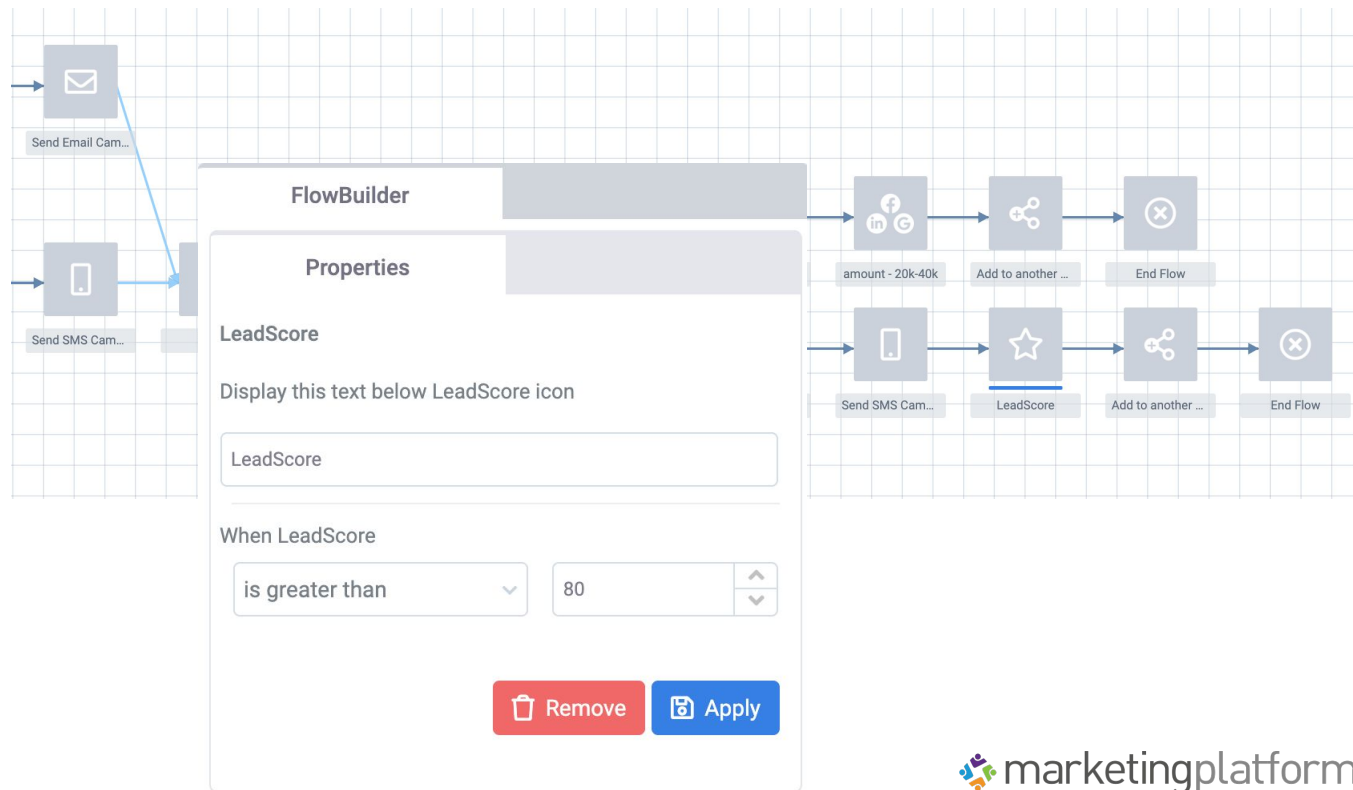
AI ER IKKE MAGISK

- Men det er super vigtigt at din virksomhed har en strategi for arbejdet med AI eller ML
- Vi ser desværre stadig mange virksomheder, der endnu ikke har tænkt kunstig intelligens ind i deres:
 - Kampagner
 - Anbefalinger bredt
 - I forhold til specifikke kategorier
 - Webshop
 - Forside
 - Kategorisider
 - Varekort
 - Indkøbskurv
 - Checkout flow



FRA LEAD TIL GENKØB

- Lead
- Leadet beriges
- Køber
- Vent en periode
- Opfølgning på køb
- Køber igen
- Vent en periode
- Opfølgning på køb
- Køber ikke igen
- Winback
- Køber igen

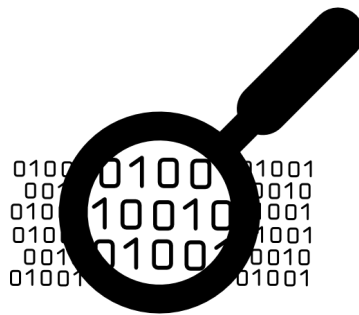
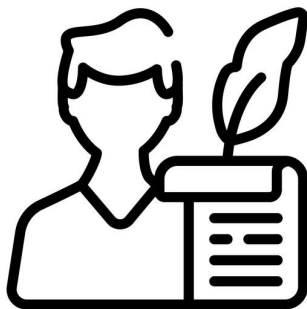


MENNESKER **MED 3 KOMPETENCER**

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.





NYT PRODUKT





Visitor gives an unique overview of Profiles and Companies visiting your websites and the ability to convert every Person and/or Company into a contactable Profile.

Choose date

Company Activity

Countries

Customer Type

Order

 **novo nordisk**
NOVONORDISK.COM - BAGSVÆRD

137

Customer Type

 **med24.dk**
MED24.DK - LØKKEN

359

Customer Type

 **Danish Crown**
DANISHCROWN.DK - RANDERS

568

Customer Type

 **kino.dk**
KINO.DK - KØBENHAVN

97

Customer Type



Industry: Pharmaceuticals
Headquarters: Bagsværd, Danmark

Company size: 10,001+ employees
Website: www.novonordisk.com

 1,023,729 followers

Top 3 visitors:

☆ 395

☆ 212

☆ 134

Top 3 visited pages:

[Disease area](#), [Help](#) and [Career](#)

Leadscore	Visitor	Location	Visits	Time	Duration	Pages	Source
☆ 212	 	Vejen, Denmark	11	Enter time: 19:08 Exit time: 19:12	4m	3	
☆ 134	  john.smith@novonordisk.com	Kolding, Denmark	9	Enter time: 22:07 Exit time: 22:09	2m	2	
☆ 99	 	Unknown	3	Enter time: 19:17 Exit time: 19:18	1m	1	
☆ 395	 	Odense, Denmark	12	Enter time: 08:12 Exit time: 08:23	11m	12	



SPØRGSMÅL?

kim@marketingplatform.com

Mobil: +45 42 555 555