

9. oktober 2020

STYRK DIN VIDEN OG KUNNEN

MARKETING AUTOMATION

Charlotte Frank
chfc@kea.dk





DAGENS PROGRAM

- ▶ Marketing Automation
 - Introduktion
 - eMail delen
 - Permissions
 - Landing Pages
 - Værktøjer
 - Optimering

TIL DEM DER HAR LYST: KOM I KLASSE E-MAIL DATABASEN

Send information til: chfc@kea.dk

- For / Efternavn
- eMail adressen (well daaah ...)
- Fysisk adresse (fake)
- Telefonnr (fake)

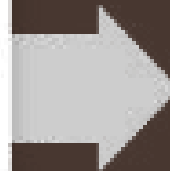
Personlig information

- Alder (fake news)
- Civil status (etc.)
- Job (or not)
- Indtægt (fake)

Præferencer

- Frekvens
- Favorit emne

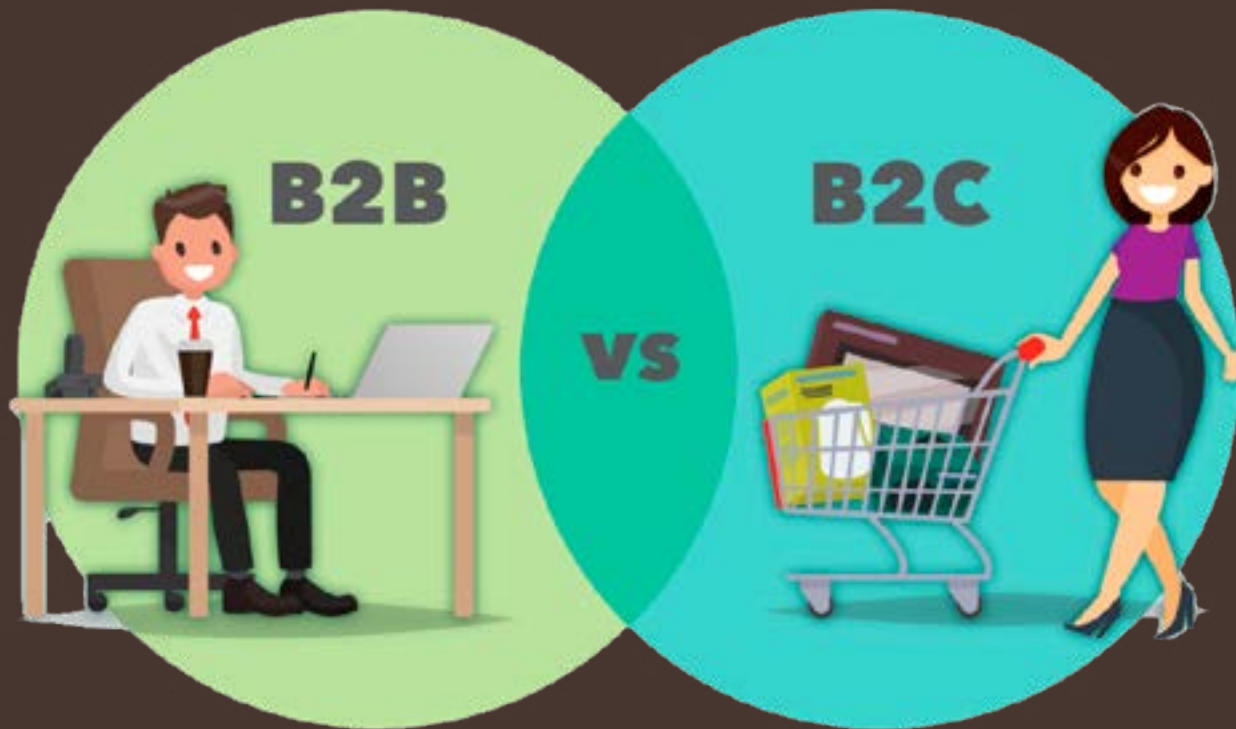
FIRST NAME	<input type="text" value="Lisa"/>
LAST NAME	<input type="text" value="Weatherby"/>
EMAIL ADDRESS	<input type="text" value="lisa.weatherby@gmail"/>
PHONE	<input type="text" value="123-456-7891"/>



Kun navn og e-mail adresse må være 'sandt'
(GDPR-hensyn, You know)

CRM VAR FORBEHOLDT B2B

Med internettet og nye værktøjer er CRM flyttet ind i b2c segmentet



PRIMÆR OPGAVE: SALG. NNNNNUUUU. (PUSH).

Opvarmer leads og konverterer til salg



HVAD ER ET LEAD?

Et stadie, et sted mellem fremmed og kunde

SER DIT PRODUKT
NÆVNT PÅ EN VENS
FACEBOOK VÆG

TILMELDER SIG
DIT
NYHEDSBREV

FØLGER LINKET I
DIT NYHEDSBREV TIL
DIN LANDINGPAGE

KØBER
DIT
PRODUKT



FREMME



LEAD



KUNDE

KONVERTERING = SUCCES

Eller når en konsumentenhed bringes fra et stadie til et andet

SER DIT PRODUKT
NÆVNT PÅ EN VENS
FACEBOOK VÆG

TILMELDER SIG
DIT
NYHEDSBREV

FØLGER LINKET I
DIT NYHEDSBREV TIL
DIN LANDINGPAGE

KØBER
DIT
PRODUKT



FREMME



LEAD



KUNDE



KONVERTERING



KONVERTERING

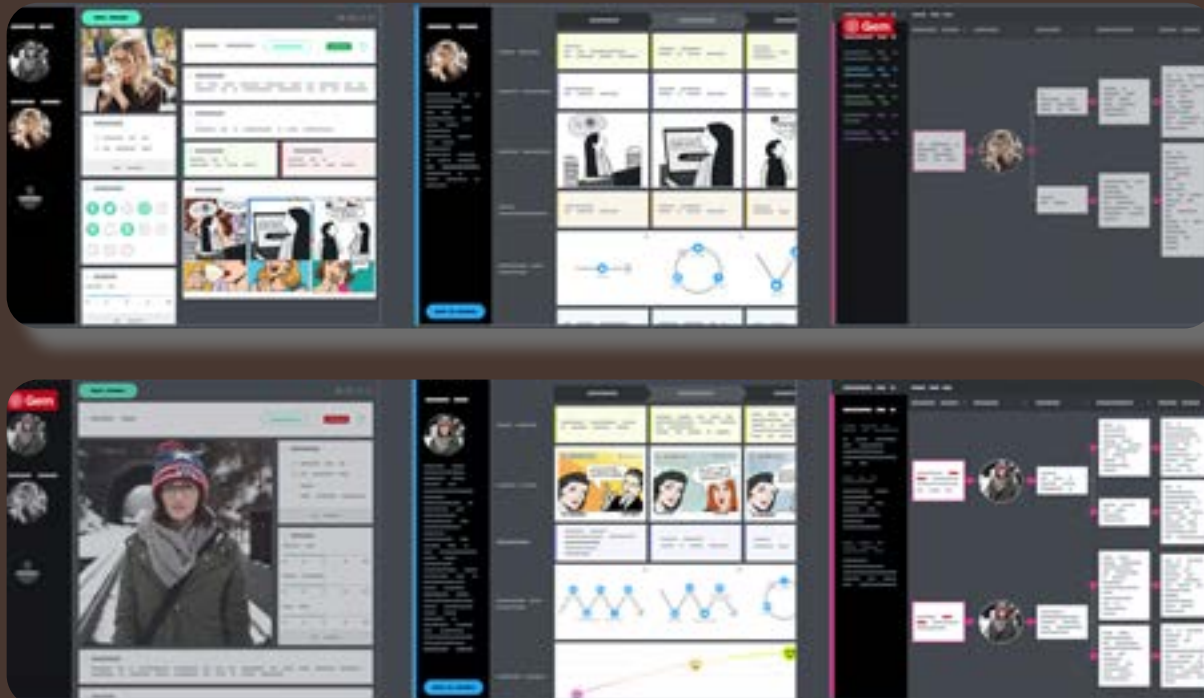


KONVERTERING



USER JOURNEY FRA UX PRESSIA

Rejsen fra fremmed til kunde (måske endda videre; til ambassadør)



BASIS ELEMENTER INDEN UDVIDElsen MED RE-TARGETING

eMails & Landing Pages



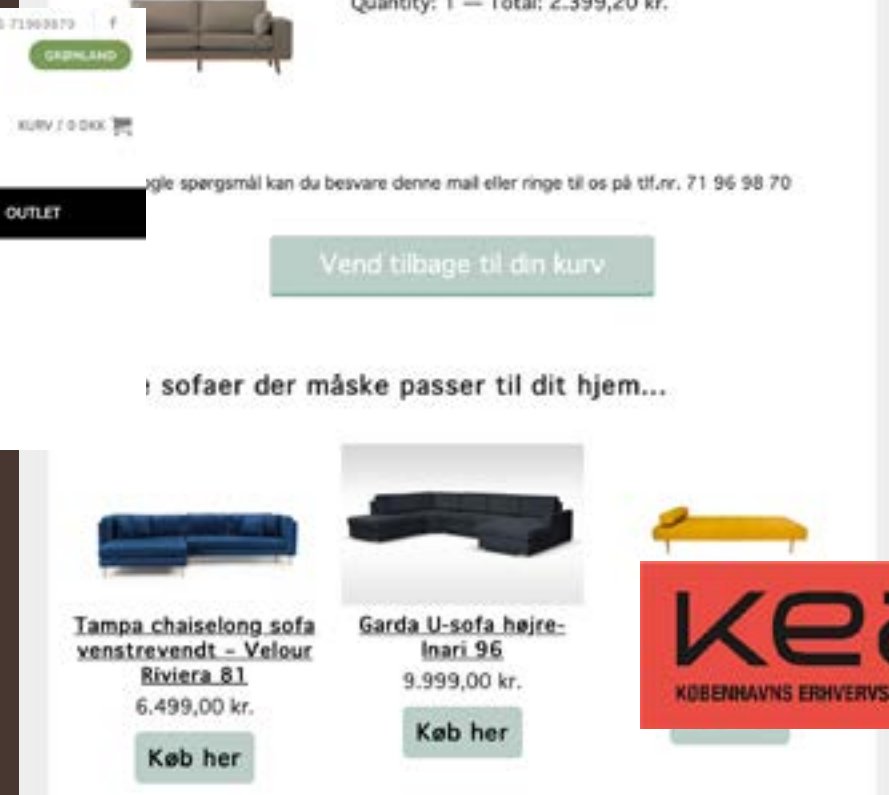
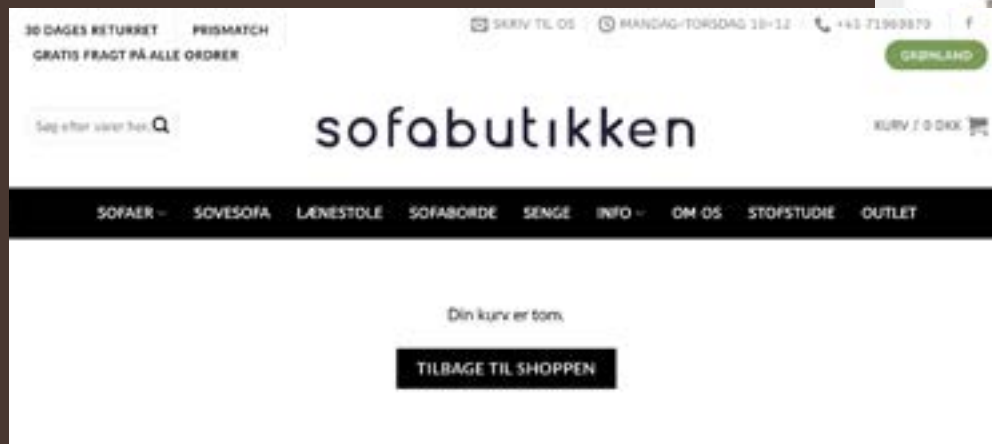
RE-M/T-ARGETING (DET NYE SORT)

Hvis nogen afbrydes i deres online research processer kan du samle dem op

FACEBOOK RETARGETING



ET MINDRE HELDIGT EKSEMPEL
på en re-m/t-argeting aktivitet





DAGENS PROGRAM

- Automation
- Introduktion
- ▶ eMail delen
- Permissions
- Landing Pages
- Værktøjer
- Optimering

GRUNDLÆGGENDE KOMPETENCER

Direct marketing er (og var) en kæmpe stor opgave

eMails

- Selve tekstforfatningen
- Design af e-mails
- udsendelse af eMails (fx via værktøjet MailChimp)

Etablering af kunde database

- Dine mails skal jo sendes til nogen?
- Helst ikke til adresser købt på en suspekt hjemmeside :)
- Du må sætte dig ind og følge reglerne for samtykke



Etablering af særlige kampagne-sider

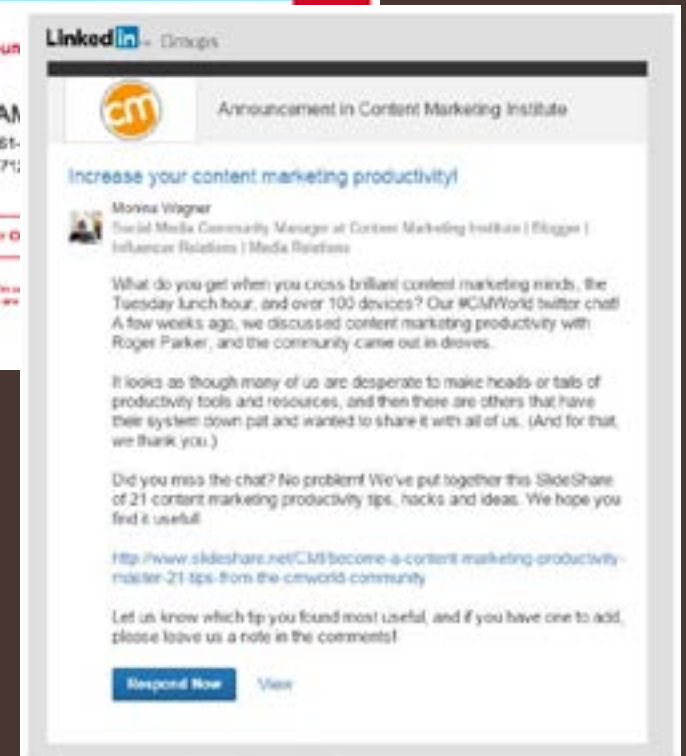
- De såkaldte Landing Pages

Konverterings Rate Optimering

- KPI og CRO (supervised via Analytics forskellige steder online) går hånd i hånd og uden en stærk forståelse af begge dele vil du ikke få succes med Marketing Automation

MANGE FORSKELLIGE eMAIL TYPER

- Nyt Blog indhold (fx en rapport)
- Produkt opdateringer
- Nyhedsbreve
- Indbydelser
- Klubmails
- Kampagnekoder
- Real-Time pakkesporing
- Co-Marketing
- Integration med SoMe
- Internt nyt (intranet)
- Bekræftelser
- Takke-mails
- Velkommen og velkommen-tilbage
- Opfølgingsmails
- Sorry-to-see-you-go
- Win-Back mails



YNDLINGS VÆRKTØJET

MailChimp er så flink

Hi, we're **MailShrimp.**
Nice to meet you.

[See Campaigns](#)

×

Hi, we're **MaleCrimp.**
Nice to meet you.

[See Campaigns](#)

×

Hi, we're **JailBlimp.**
Nice to meet you.

[See Campaigns](#)

×

Hi, we're **SnailPrimp.**
Nice to meet you.

[See Campaigns](#)

×

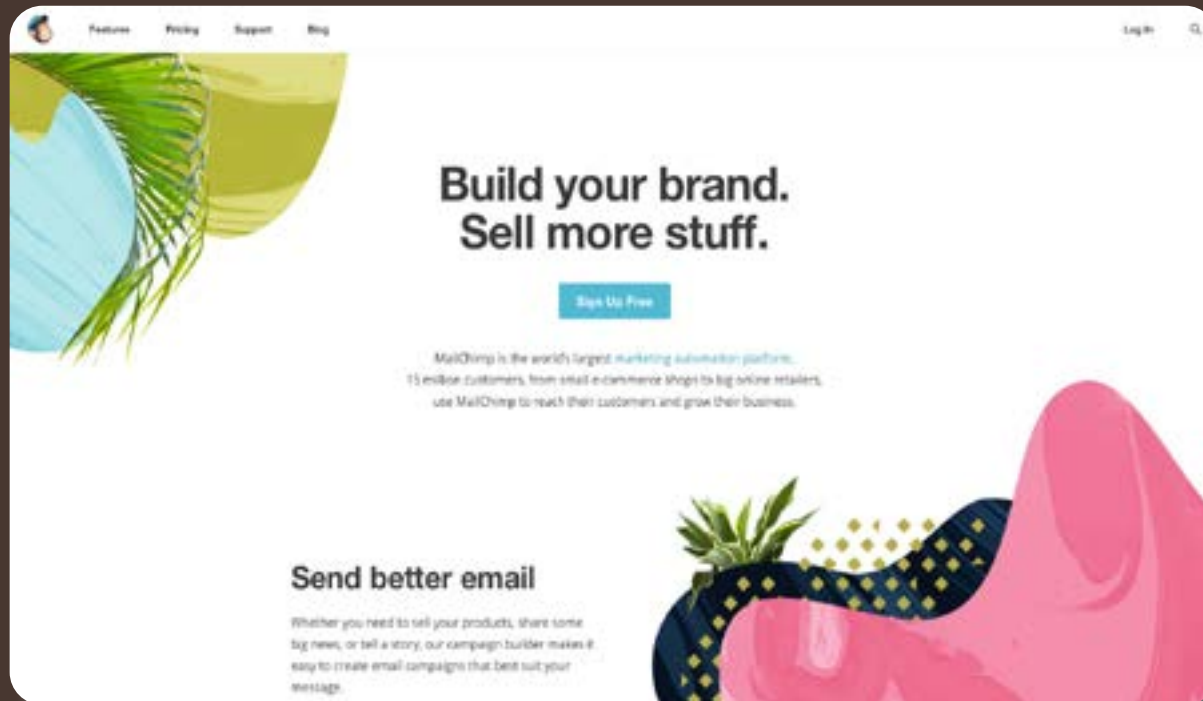
Hi, we're **WhaleSynth.**
Nice to meet you.

[See Campaigns](#)

×

LAV EN MAILCHIMP KONTO

Lav din første e-mail news




- 1 En klar og fængende titel-linje
- 2 En navngiven fra-person
- 3 Virksomheds Logo
- 4 Personificering
- 5 Value Proposition indgår i kontekst
- 6 Letfattede og tydelige Call-2-Actions
- 7 Billeder & Grafik
- 8 Knapper der linker til SoMe
- 9 Information om hvorfor mail'en er sendt – med et link til en Landing Page, hvor det er nemt at afmelde yderligere eMails
- 10 Links til relevante Landing Pages – som indeholder det de skal og ikke mere (se senere)
- 11 Overordnet er designet nemt tilgængeligt, let at læse samt det appellerer til målgruppen

2 Charlotte Frank i dag kl. 15:50 CF

1 Til: > Svar til: us13-77774db32f-effa40fe11@inbound.mailchimp.com [Test] eMail Ekspert Mandag omkring Middag? 📧

Mission: Possible - eMail Master omkring Mandag Middag

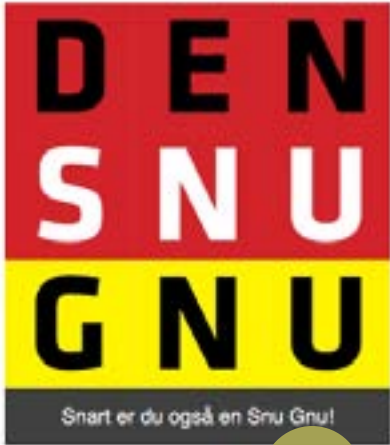


7

4 **Ses vi mandag morgen?** 6
Det tror jeg nok, at vi gør! 8:15 lokale A3.33! Tag dit hoved med!

Omkring middag og i al fremtid kan du helt uden at lyve forklare din næste arbejdsgiver, at omsætningen vil have RIGTIGT godt af dig. Vi snakker plus 400%, og [lidt ligesom Chiesi](#) kan du således sagtens tillade dig at bede om 4000% mere i løn end de fleste.

Det er ikke ulovligt. Det er bare grådigt :)



3 Snart er du også en Snu Gnu!

8

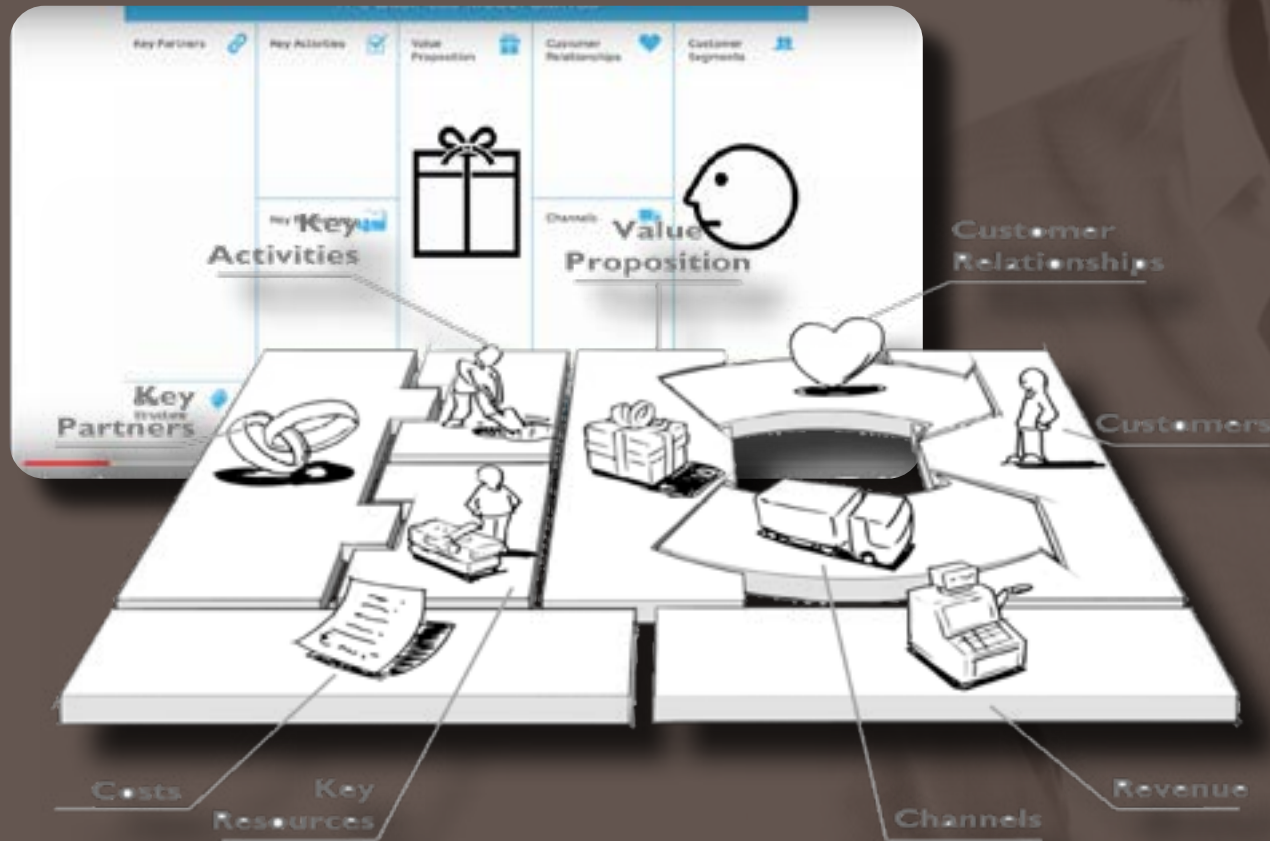
9

- 11 LayOut & Design
- 7 Et godt & relevant billede
- 4 Kære Kenneth, Ses vi mandag morgen?
- 6 Det tror jeg nok at vi gør! 8:15 lokale A3.33! Pak din taske NU (1) og send mig en mail (2) når det er gjort! Husk dit hoved :)
- 9 Du modtager denne eMail fra mig fordi du satte kryds i ...
Hvis du ikke længere ønsker at modtage disse eMails ...



BUDSKABET & SERVERING AF BUDSKABET

Value Proposition(s) (værditilbud) & Business Model (forretningsmodellen)



SELVE TEKSTEN

Best Practices specifikt målrettet eMails

Titellinjen

- Aktiver med udsagnsord (hent, reserver, køb)
- Personificer (Kære Jane)
- Prioriter det tydelige budskab – DEREFTER 'catchiness'

Selve mail-teksten

- Start med RELEVANCEN
- Gentag ord fra titellinjen
- Brug 2. person (du, dig, dine)
- Tal om fordele – aldrig produktet!
- Fat dig i korthed

Generelt

- Vær elskværdig, venlig & charmerende – fremfor ironisk, sarkastisk, dumsjov, hånlig, kølig ...

Inkluder

- Call-2-Actions – gerne flere!



Best practices specifikt målrettet tekster i andre former for content



BILLEDER

styrer følelserne

kea
KØBENHAVNS ERHVERVSAKADEMI

FARVER & GRAFIK
Styrer stemningen



Typografi

SERIF VS SANS-SERIF (FØDDER >< UDEN FØDDER)

styrrer ergonomien (ca. = komforten)

HardCopy (print)

Curabitur quis dui (SANS OVERSKRIFT)

Cras dictum. Maecenas ut turpis. In vitae erat ac orci dignissim eleifend. Nunc quis justo. Sed vel ipsum in purus tincidunt pharetra. Sed pulvinar, felis id consectetuer malesuada. (SERIF BRØDTEKST)

Digital

Sit amet elit luctus aliquam (SERIF OVERSKRIFT)

Cras dictum. Maecenas ut turpis. In vitae erat ac orci dignissim eleifend. Nunc quis justo. Sed vel ipsum in purus tincidunt pharetra. Sed pulvinar, felis id consectetuer malesuada. (SANS BRØDTEKST)



DAGENS PROGRAM

Automation

Introduktion

eMail delen

► Permissions

Landing Pages

Værktøjer

Optimering

DATA HØST

Indsamling til din e-mail kundedatabase

PLEASE PROVIDE YOUR
NAME AND EMAIL

First Name

Last Name

Email Address

Phone Number

I'm interested in learning more about 25
Charles St Boston MA.

SUBMIT

DRØMMEINDHOLD I EN E-MAIL KUNDEDATABASE

Listen kan sikkert synes kort men det er den ikke

- For / Efternavn
- eMail adressen (well daaah ...)
- Fysisk adresse / bolig form
- Telefonnr

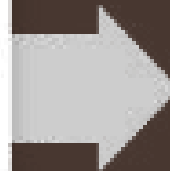
Personlig information

- Alder (fødselsdag)
- Civil status
- Job (or not)
- Indtægt

Præferencer

- Interesser
- Planer

FIRST NAME	Lisa
LAST NAME	Weatherby
EMAIL ADDRESS	lisa.weatherby@gmail
PHONE	123-456-7891



Kun navn og e-mail adresse må være 'sandt'
(GDPR-hensyn, You know)

SAMTYKKE & GDPR

Start med at læse Kristian Holte kap. 3 (se Fronter)

Nogle af de regler der gælder i Danmark:

- Tilladelse givet til een forretningsenhed gælder ikke i en anden (fx et andet datterselskab)
- Samtykker udløber efter 18 måneder – hvilket kræver både en velkonstrueret database og god CRM software at holde øje med
- Man kan ikke opnå samtykke ved at henvende sig uopfordret og bede om den – hverken pr. eMail, telefon, SMS eller noget lignende
- Hvilket minder lidt om reglerne for, hvordan man bygger en følgerskare op på de fleste Sociale Medier :)
- Samtykker kan ikke købes – ligegyldigt hvor eller hvad omstændighederne, herunder prisen, er
- Passive samtykker, dvs. samtykker man giver fordi man undlader at fjerne et allerede sat 'flueben' er ugyldige

DATA HØST VIA FORME

En videnskab



1

Hvis du prøver at få for meget information ud af den enkelte, risikerer du at ingen vil give dig noget

Arbejd med (og test) design, farve, placering. Forkert placering kan reducere succesraten voldsomt

2



3

Du bør sikre dig at din form er mobil-venlig



4

A/B test på CTA, overskift, tekst, størrelse, antal spørgsmål, knapstørrelse og -farve



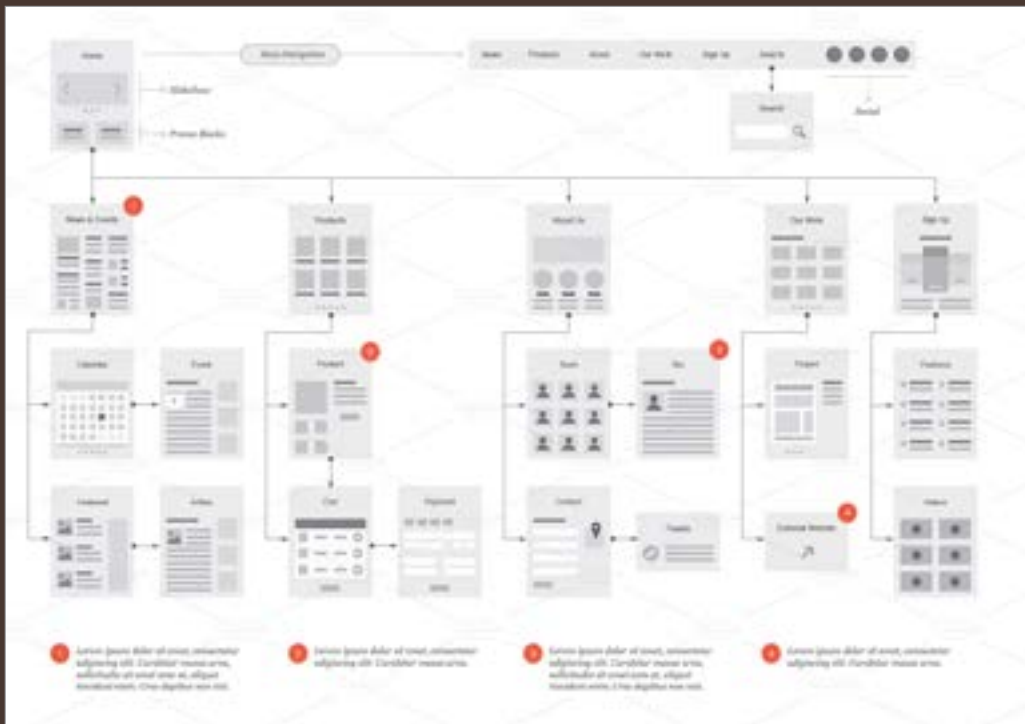
MARKETING AUTOMATION

DAGENS PROGRAM

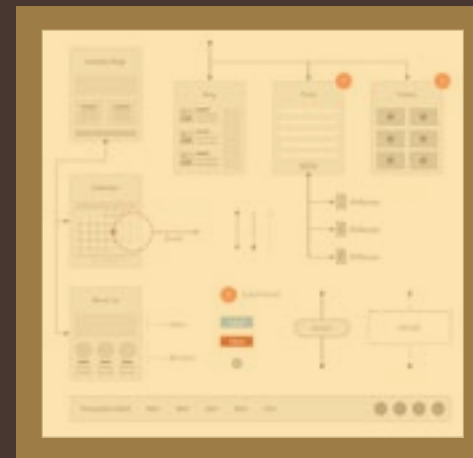
- Automation
- Introduktion
- eMail delen
- Permissions
- ▶ Landing Pages
- Værktøjer
- Optimering

HVAD ER EN LANDING PAGE?

Simpel og meget svær at lave, det er hvad en Landing Page er :)



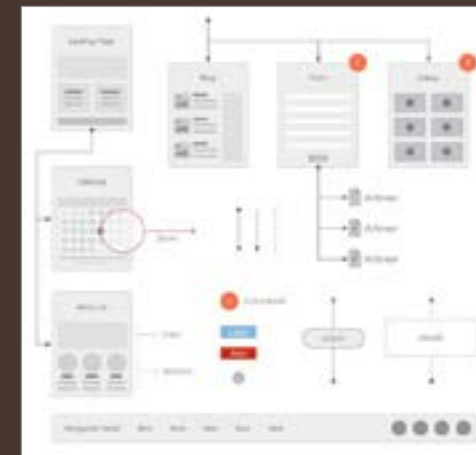
SiteMap m/ WireFrames



Landing Page

FOR AT KUNNE LAVE EN LANDING PAGE

... skal du jo lis'som ha' lavet dig en hjemmeside først ...



Landing Page

SiteMap m/ WireFrames

EN EMAIL BØR ALDRIG. GÅ. I. BYEN. UDEN.

... sin. Landing Page. Aldrig.

PART 1: LANDING PAGE 101

Let's start things off with an important statement...

“ Never. Start. A. Marketing. Campaign. Without. A. Dedicated. Landing. Page.

Otherwise known as the NSAMCWADLP principle. Got it? Good.

BEST PRACTICE

- 1 En tydelig overskrift der 'spejler' budskabet fra eMail-en
- 2 Overskrifter der motiverer til yderligere læsning
- 3 God tekst uden stave- eller grammatik fejl
- 4 Sørg for at vise eksempler og nævne referencer
- 5 Brug ikke for mange Call-2-Actions (måske kun een)
- 6 Sørg for at C2As og knapper er nemme at finde
- 7 Ikke for mange links – de forstyrrer flow og købsproces
- 8 Brug billeder og videos (men kun via streaming)
- 9 Bliv indenfor eet skærmbillede (ingen scrolling)



FINE
Landing Page eksempler

WebDAM 877-456-4338

Download the complete guide to selecting DAM software

Understand key differences & find the right fit for your business.

How to Select a DAM

First Name
Last Name
Company
Work Email
Phone

DOWNLOAD GUIDE

Centralize in the Cloud Find Creative Files Fast Security You Can Trust

GET IT NOW

lyR

WebDAM meets our needs perfectly. For the sharing, we have found that organization and security are simple to manage." -New Balance

Our entire team creates a lot of graphics. With WebDAM, we now have a central repository for managing, accessing, and controlling our assets." -Spartan

Speed of use and flexibility is a reason to buy WebDAM. If you need a DAM, get this one." -Col Stone, L.A.

★★★★★

★★★★★

★★★★★



MARKETING AUTOMATION

DAGENS PROGRAM

Automation
Introduktion
eMail delen
Permissions
Landing Pages
▶ Værktøjer
Optimering

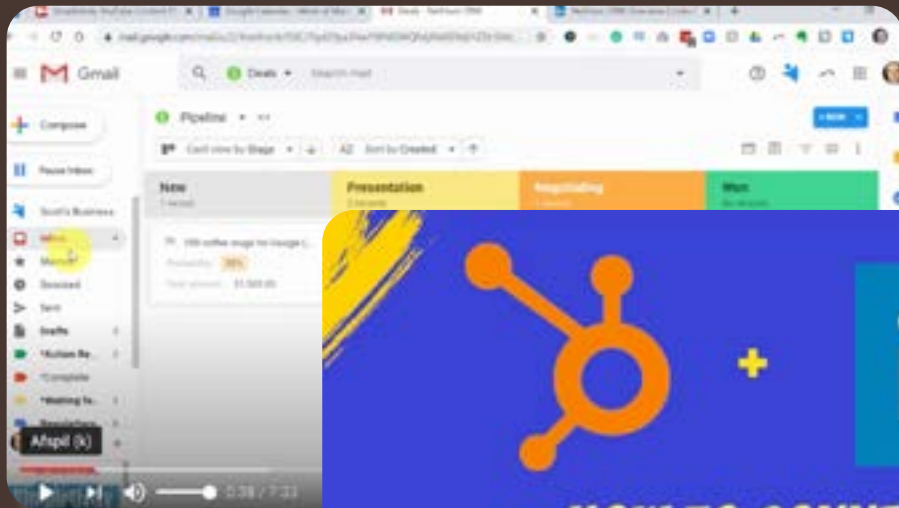
MAILCHIMP KAN HJÆLPE MED ALT OMKRING MAIL KAMPAGNER

Håndtering af kundedatabasen, design af e-mails, personificering, forbindelse til hjemmesiden ...

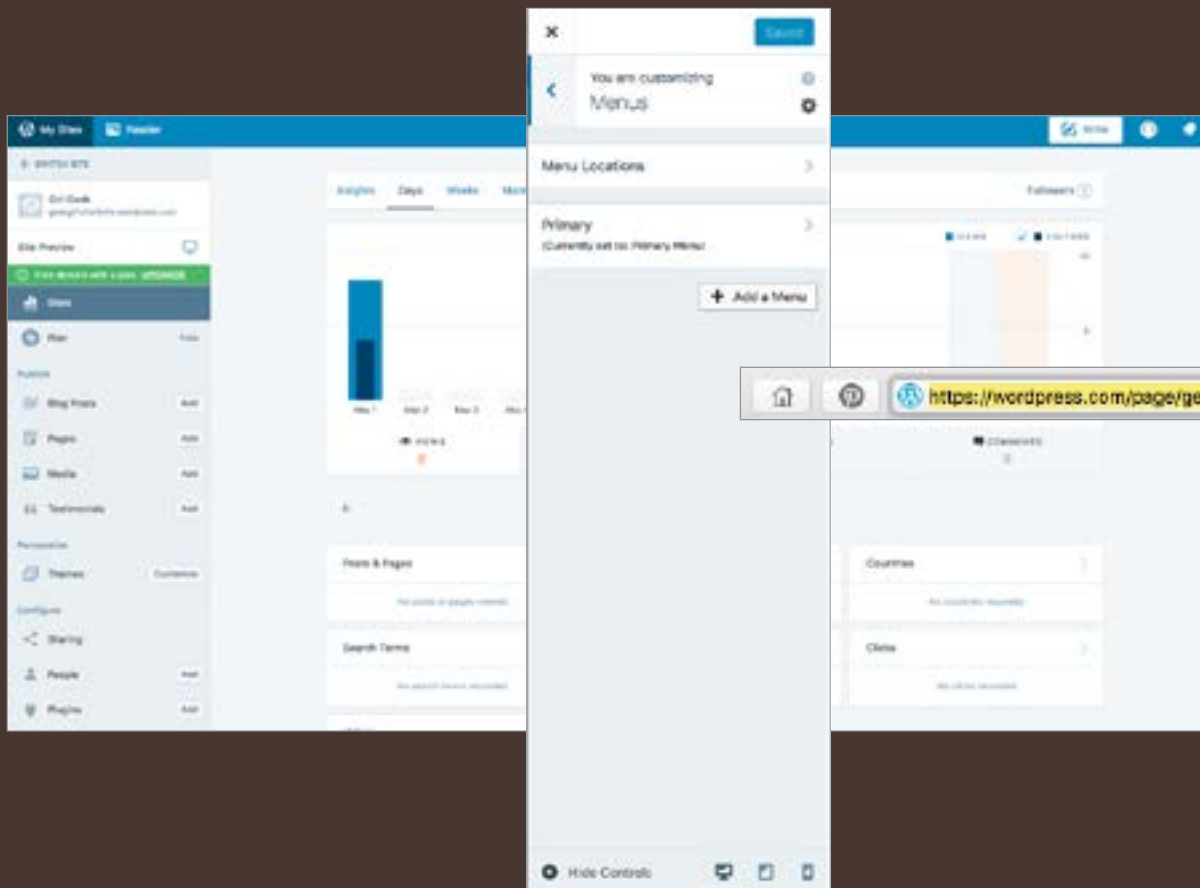


PZZZT! LINKED IN ...

... kan kombineres med fx HubSpot eller gMail og bruges som et CRM



WORDPRESS KAN HJÆLPE MED AT LAVE BÅDE Forme og Landing Pages



- Lav en ny underside
- Udgiv den
- 'Glem' at putte den i menuen
- Gå til den nye side online
- Kopier URL'en
- Smid den ind i eMailen (MailChimp kan hjælpe)

And Bob's Your Uncle :)

REGNEARKET KAN HJÆLPE DIG MED AT REGNE DEN UD

Samt kan agere 'konvolut' når data skal bæres fra et system til et andet



The screenshot shows a Microsoft Excel window titled "email mail merge.xls". The menu bar includes File, Edit, View, Insert, Format, Tools, Data, Window, and Help. The toolbar contains various icons for file operations and calculations. The active cell is G5. The data table is as follows:

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Firstname	Lastname	email	address1	address2	city	state	zip
2	John	Doe	johndoe@vt.edu	123 Main St.		Blacksburg	VA	24061
3	Jane	Doe	janedoe@vt.edu	321 Main St.		Blacksburg	VA	24061
4	Jack	Smith	jsmith@gmail.com	435 Druid Ln.		Swoope	VA	24256
5								
6								

CONTENT KALENDEREN

Kan hjælpe dig (og teamet) med at finde mønstre i og bevare overblikket over data

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following table structure:

Uge nummer	Email Emne	Ansvarlig	Status	Overskrift	eMail bløkke link	KPI'er
Description						
Ex: New Ebook or Monthly Email Newsletter						
Who on your team is crafting this email?						
Choose from the drop down in each cell						
Not Started, In Progress, Ready to Test, Scheduled, Sent						
What subject line are you going to use to entice recipients to open your email?						
Copy and paste the link to your email client here from your email software for you to keep track of or your team to review						
Ex: Lead generation, introductory, event sign-ups						
Week 1						
Email Send Date	Tema 5: Workshop eMail Content, CRM & Jura	GHCZ	In Progress	Måndag omkring middag er du eMail eksport!		
Email Send Date						
Email Send Date						
Week 2						



MARKETING AUTOMATION



DAGENS PROGRAM

Automation

Introduktion

eMail delen

Permissions

Landing Pages

Værktøjer

► Optimering

GAMMEL BEST PRACTICE: DYRT!

Intensiv testning inden afgang det har vi ikke hverken tid eller råd til længere



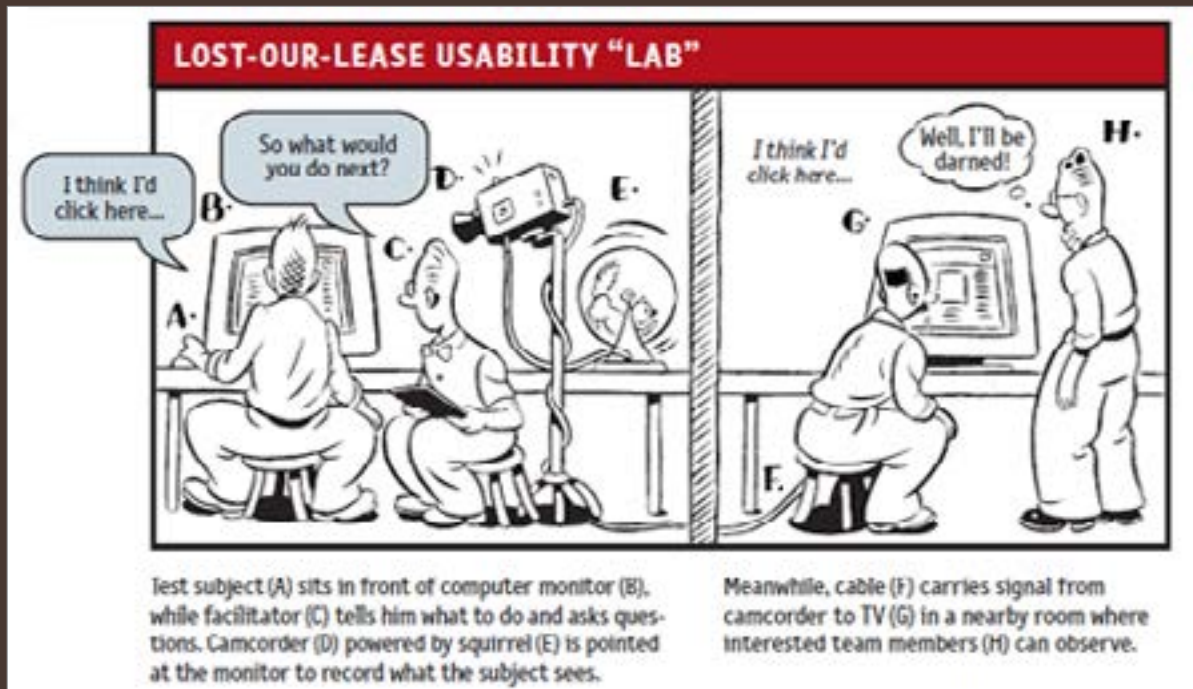
MODERNE BEST PRACTICE: 'LAD NU VÆRE MED AT LAVE EN FERRARI !!!'

Analyse & test 'After the Fact': Mere modigt, men meget billigere og meget hurtigere



HVORFOR ANALYSERE & TESTE OVERHOVEDET?

Fordi folk aldrig gør som man tror de vil gøre



HVORDAN TESTE?

Lidt ligesom kunstskejteløb: En balance

Point for teknisk udførelse

- Sørg for at mailen rent teknisk sendes, når frem og kan læses af alle modtagere på deres respektive it-pladformer
- Gøre hvad der er teknisk muligt for at undgå SPAM-filte

Point for den kunstneriske udførelse

- Arbejd med lay-out, farver, font-valg, grafik, billeder, video og tekst, indtil der er størst mulig sikkerhed for, at budskabet vil nå igennem til modtagerne
- Tilknyt elegante Landing Pages, hvor der ligeledes er arbejdet med lay-out, farver, font-valg, grafik, billeder, video og tekst, indtil der er størst mulig sikkerhed for konvertering



TEST / ANALYSE TYPER

Hvornår bruger man hvad

I stenalderen og eventyr

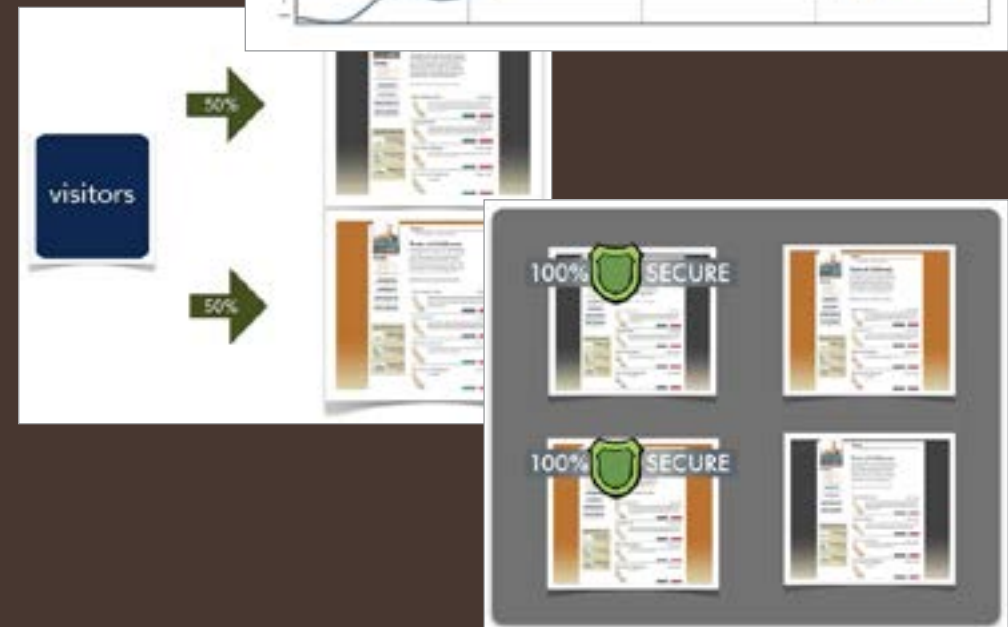
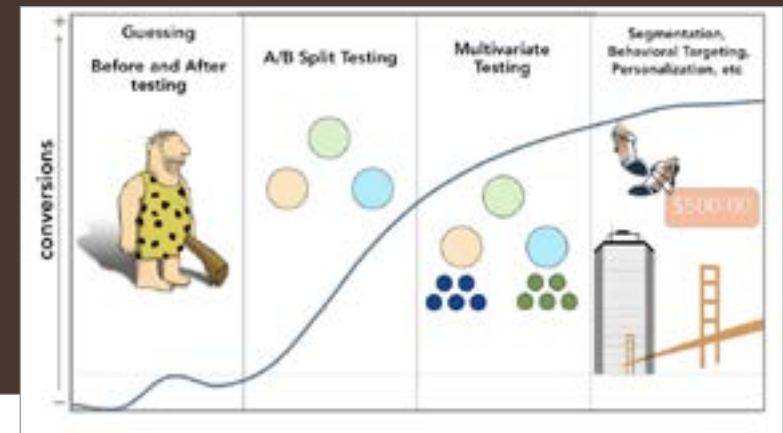
- If at first you don't succeed, then try and try again
- Enten >< Eller

A-B – Split Testing – når

- databasen har en begrænset størrelse
- På koncept niveau eller tidligt i et enkeltstående projekt

MVT – Multi Variate Testing – når

- der er tonsvis af data og trafik
- komplekse kampagner
- optimering af afprøvede kampagner



KPI & CRO – ET EFFEKTIVT PAR

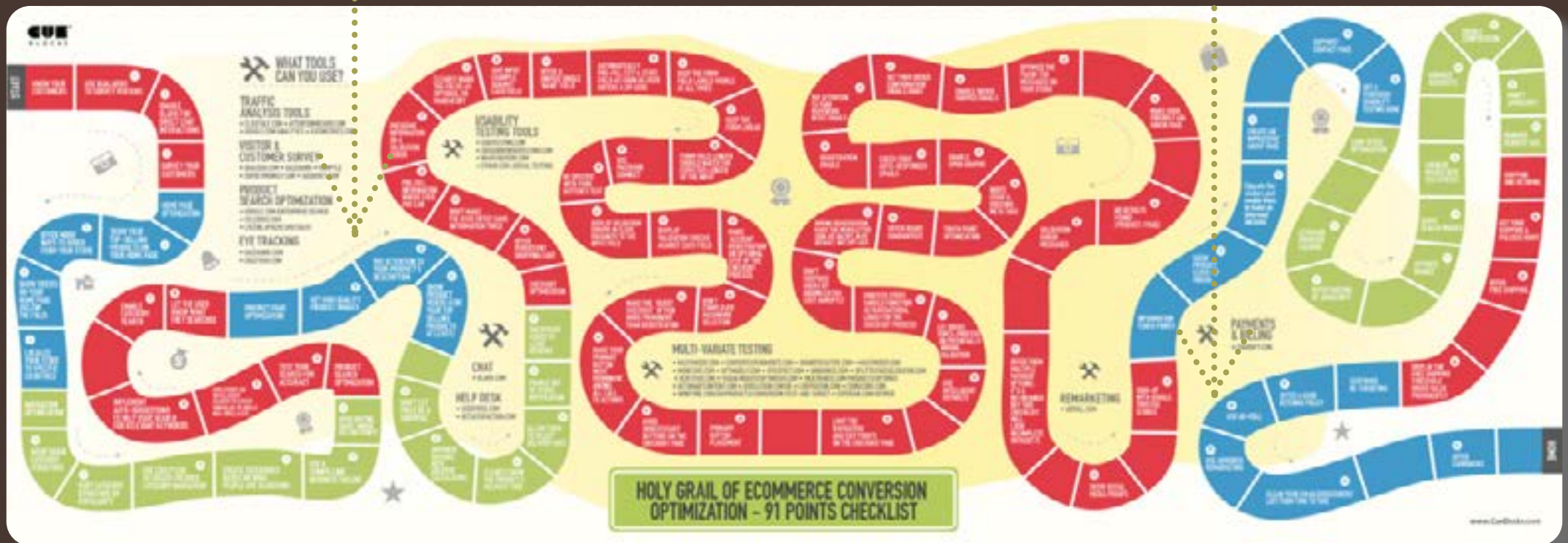
Kører hånd-i-hånd i loops over kortere eller længere perioder

KPI:
12% flere likes på facebook i februar

CRO:
marts-kampagner med mindre end 12% likes-stigning

KPI:
Omsætningsstigning på 150%

CRO:
Løbende optimering over året (fx månedlig)



ANALYTICS KAN VISE (NÆSTEN) ALT

Men kan ikke hverken prioritere eller evaluere (endnu)



PÅ EN MÅDE KAN MAN SIGE, AT ANALYTICS KAN FINDE PROBLEMET
men kan ikke løse det



DET SKAL **DU** GØRE

Men hvad pyt. Et defineret problem er halvt løst, så deee' :o)



9. oktober 2020

TAK FOR DIN TID



Kea
KØBENHAVNS ERHVERVS-AKADEMI