



Hvem er Heyloyalty + jeg?



Heyloyalty //

Et af markedets stærkeste e-mail marketingværktøjer skræddersyet til e-commerce.

Får du nyhedsbreve fra fx Sport 24, Bahne og Bog & idé, er Heyloyalty systemet bag.

Nicolaj Balle Ladiges //

Har arbejdet med e-commerce, loyalitet og e-mail marketing siden 2002.

Er stifter, co-owner og CEO i Heyloyalty, Loyalitetsbureauet og BullSender.

Kunderne – et nålestik

Detail



Zizzi
FASHION SIZE 42-56



bahne
VELKOMMEN HJEM

dermalogica®
a skin care system researched and developed by The International Dermal Institute

E-com



Spilnu.dk
- ellers vinder du aldrig!

Dealhunter

webapoteket+dk

Rejser/oplevelser

TEAM BENNSKI®

TAKE OFFER
DU KAN GODT GLÆDE DIG

Sk@i
hojmark
Skiferie i særklasse

MOLSLINJEN

Abonnement

Jysk fynske medier

JydskeVestkysten
SAMMEN OM DET LOKALE



loyalty

Praktisk info



- *Materiale udleveres?*
-> JA
- *Spørgsmål undervejs?*
-> Gem gerne til sidst – der er sat tid af.
- *Vi tager udgangspunkt i vores og kundernes erfaring med Heyloyalty. Derfor har flere eksempler rødder i platformen*

Brug os. Vi er her for det samme! Vi bliver her hele dagen, så kom også og spørg

Kahoot!

Hvordan er temperaturen i e-commerce-land, når det kommer til e-mail marketing og kommunikation?





Hvordan laver man , datadrevet og værdiskabende e-mail marketing som e-commerce virksomhed?
- Uden at det bliver for komplekst og højpandet...



Effekten med datadrevet kommunikation er længe dokumenteret.

Det virker!

Men hvorfor bliver det let så højpandet og svært for mange virksomheder at komme i gang med intelligent e-mail marketing?

Selvom algoritmerne og teknikken bag er avanceret, er det ikke længere rocket science for dig som e-commerce'r at komme i gang!



Årsag #3:

Manglende organisatorisk buy-in

> Synliggør udbyttet for de ansvarlige og forklar hvorfor ressourcetrækket er nødvendigt (og givende).

Start småt = mindre krævende.

Årsag #2:

Manglende overblik over mulighederne med dataene.

> Konsulter dem, der har gået (noget af) vejen og bliv inspireret + brug værktøjer, der gør det nemmere (og hurtigere) for dig.

Årsag #1:

'Dataforskrækkelse'

> Flere e-købmænd siger, det er svært at overskue og strukturere de mange datakilder.

Årsag #4:

Perfektionisme. Alt skal være perfekt inden start

> Sæt i gang og lær undervejs for at holde momentum.

Derfor ender det tit med at blive...



E-mail marketing til e-commerce:
**Vores bud på hvordan du kan
komme i gang uden, at det bliver
for komplekst og højpræget.**

...men lad os lige starte historien et **helt** andet sted



Einar's opskrift



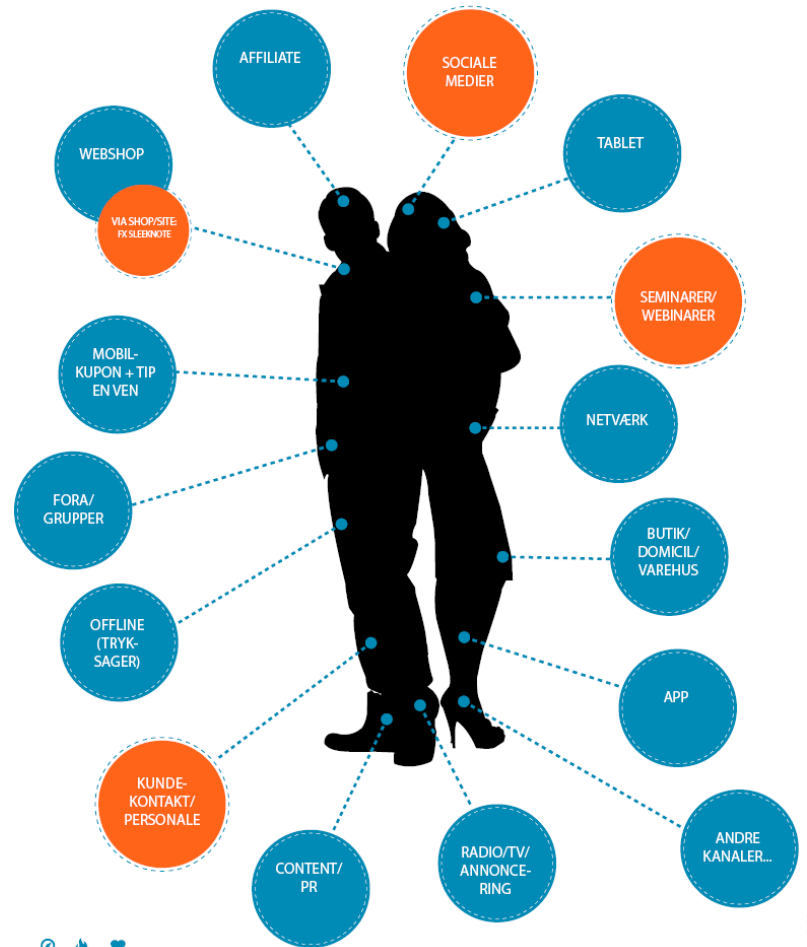
- Han kender **dit** navn
- Han kender **dine** vaner
- Han ved hvad **du** plejer at købe
- Han bemærker også, hvis du **ændrer** dine vaner
- Han opdager, hvis det er længe siden han har set **dig**
- Han giver dig den behandling, **du** bedst kan li´
- Han får dig til at anbefale ham til **dine** venner

- Kort sagt: han gør det let og rart, at handle hos **ham**. Uden brug af data. Det var **dengang** - Men hvad med i dag?

Masser af touchpoints og en stigende strøm af data.

Hvordan finder (og ikke mindst udnytter) vi data på den enkelte kunde?

Dem, som Einar i sin tid havde tjek på – i hovedet...



Integrationerne er genvejen, der gør det avancerede lettere, praktisk og værdiskabende for e-commerce'eren



Hey loyalty

dandomain

Integrationen gør forskellen:
**VELKOMMEN TIL ET HAV
AF NYE MULIGHEDER**



Hey loyalty

Fase 1 – 'i dag'

Standardfelter

- Fornavn
- Efternavn
- E-mail
- Mobilnummer
- Køn
- Fødselsdato
- Adresse
- By

Trackingscript

- Timestamp (automatisk)
 - Læg i kurv (automatisk)
 - Køb (automatisk)
- + Mulighed for opsætning (manuelt) af tracking af produkter og kategori

Produktfeed

- Spar tid og minimér fejl

Webshopdata

- Sidste ordrenummer
- Antal ordrer
- Sidste købsdato

Fx:

*Førstegangskøber/andengangskøber – flergangskøber...
- Og winback ("det er 60 dage siden vi har set dig, og...")*

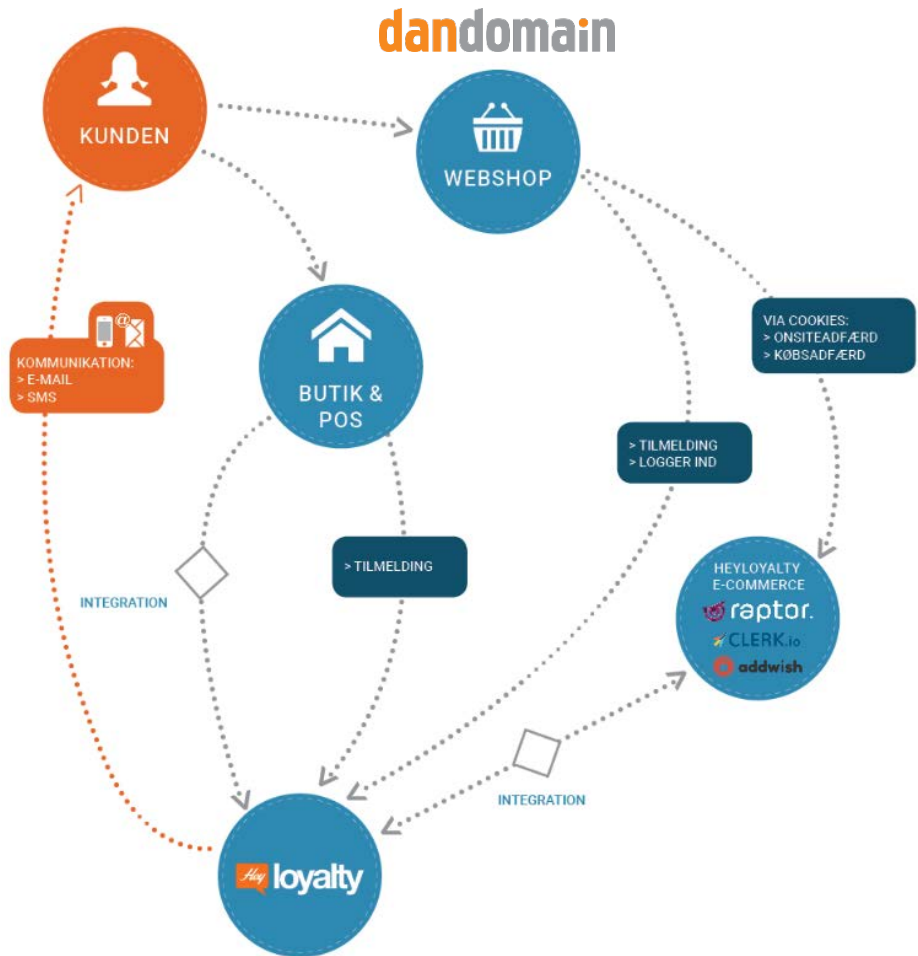
Fase 2 – 'i morgen'

- Flere aggregerede **ordredata**
- **Udvidelse** af **trackingscriptet** med 'set produkt' og 'set kategori' - automatisk
- Full historisk **ordredata-synkronisering på varelinjeniveau**

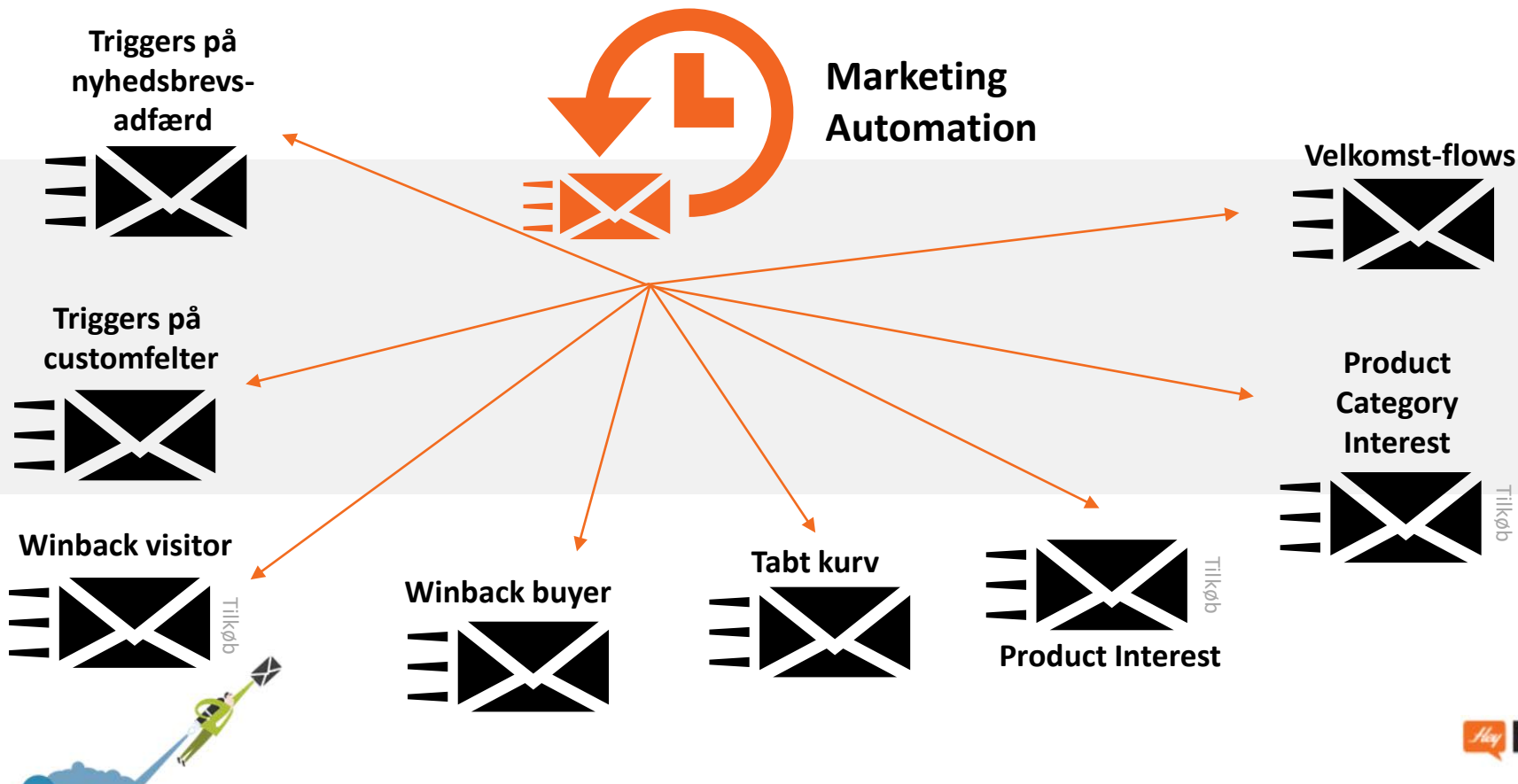
- Total antal ordrer
- Total antal produkter købt
- Gennemsnitlig pris per ordre
- Brugt ved sidste ordre
- Total forbrug
- Første købs dato



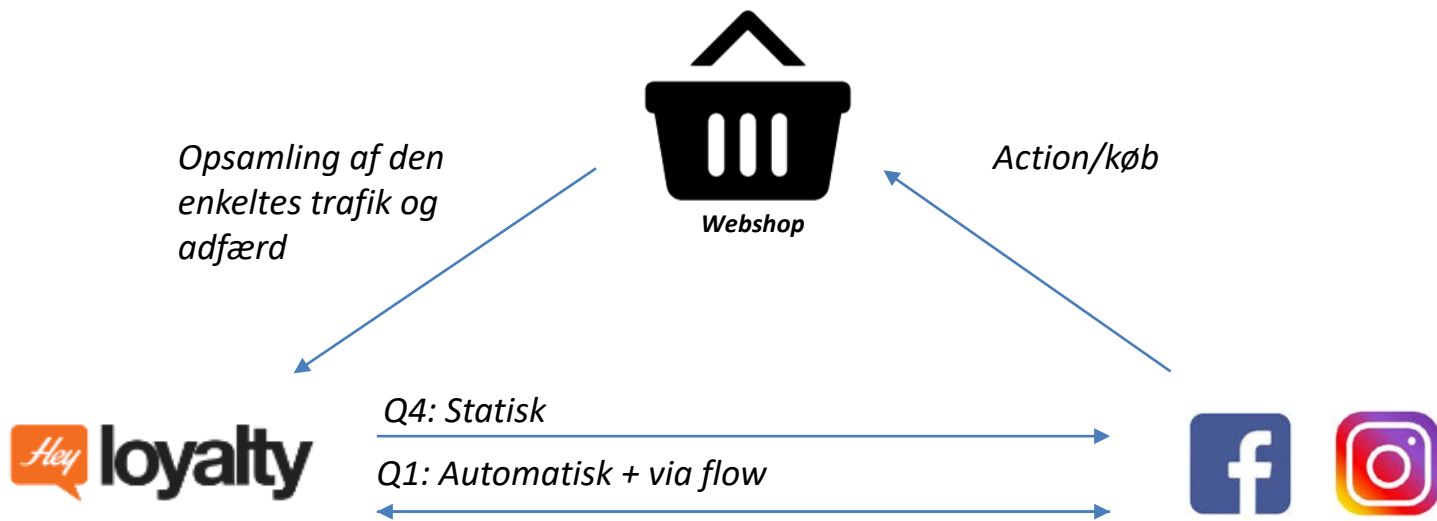
Dataflow- model (infrastruktur)



Triggers, der beriger, sælger og understøtter



Facebook + Instragram smart-integration



Retargeting

Custom audience
+ Lookalikes





Et medlem **ser** på
eller **køber** et
specifikt produkt i
shoppen (– eller
åbner/åbner ikke et
specifikt
nyhedsbrev)



Medlemmet kan
tilføjes et segment
i Heyloyalty og via
integrationen
tilføjes et custom
audience på
Facebook og
Instagram



Retargeting på
Facebook og
Instagram, hvor
medlemmet ser
samme t-shirt i sit
feed eller
relaterede varer
(opsalg)



Integrationen mellem DanDomain og Heyloyalty

...hvad betyder det for dig?

Gennem nedenstående punkter kan du udnytte dine datakilder bedre

- 1. To-vejs integration** → Synkronisering af medlemmer mellem webshop og e-mail marketing
- 2. Udvidet trackingscript** → Bliv klogere via dine kunders digitale fodspor
- 3. Tabt kurv-triggers** → +10% konvertering blandt dem, der forlod kurven
- 4. Winback** → Genaktivering af kunder, du ikke har set 'længe'
- 5. Triggerflows** → Automatisering og opbygning af flows
- 6. Produktfeed feature** → Spar oceaner af timer og undgå fejl
- 7. Facebook-integration** → Adfærdsbaseret retargeting

Forventet launch ultimo 2017:

- 1. Activity feed** → Realtime info om kunders handling
- 2. Debitor feed** → Samlet og realtidsstatistik over kundens samlede aktiviteter (totalt)



Frustreret? Presset på tiden? Kompetencerne og værktøjerne?



Tid er en mangelvare.

Kun de færreste når at arbejde intelligent og smart med kloge mails, der skaber høj ROI.

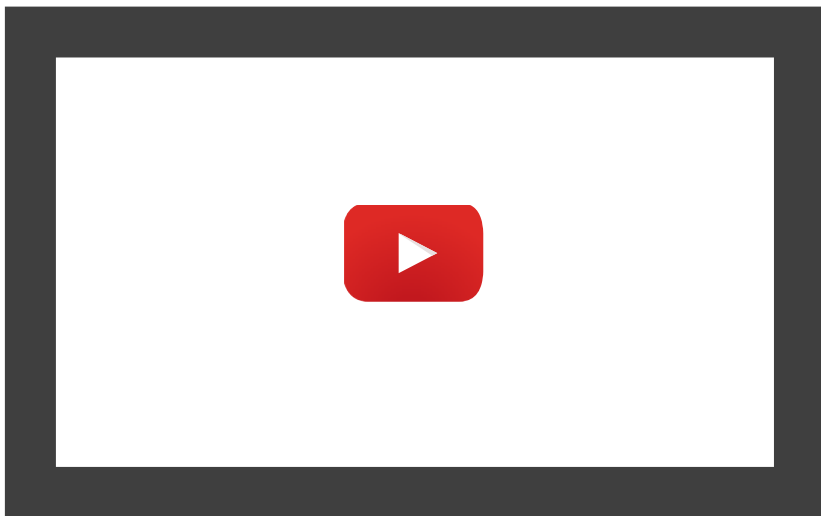
Det gælder om at fjerne unødvendigt og tidskrævende manuelt arbejde.

Vi har en **plan...**



Ukompliceret, let og praktisk:

Produktfeed sparer e-commerce´eren for manuelt arbejde og masser af tid med produktnyhedsbrevet



SPORT 24



Frigivne ressourcer giver plads til andre muligheder

*Udnyt den tid, du sparer
på produktfeedet til fx...*



Analytics
- find mønstre

A/B splittest og
bliv klogere

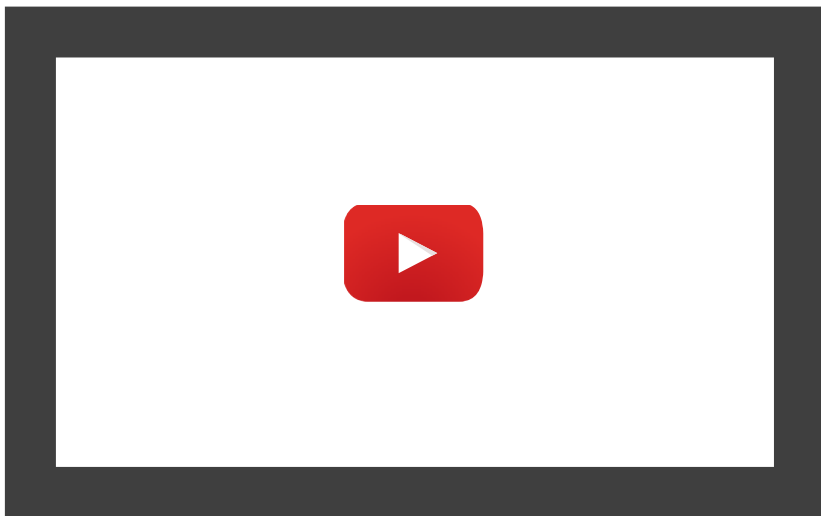
Understøt
kunderejsen
med triggers

Følg activity-
feedet og lær



Avanceret gjort brugbart for novicen:

**Anbefalingsmaskiner tager udgangspunkt i onsite adfærd
...og fletter relevante produkter (for den enkelte) ind**



raptor.

SPORT 24



Case: SPORT 24 bruger produktanbefalinger

- 2 kampagnemails - begge med 25% tilbud
- Den ene uden produktanbefalinger
- Den anden med
- Resultat: 74% højere konvertering... med produktanbefalinger.

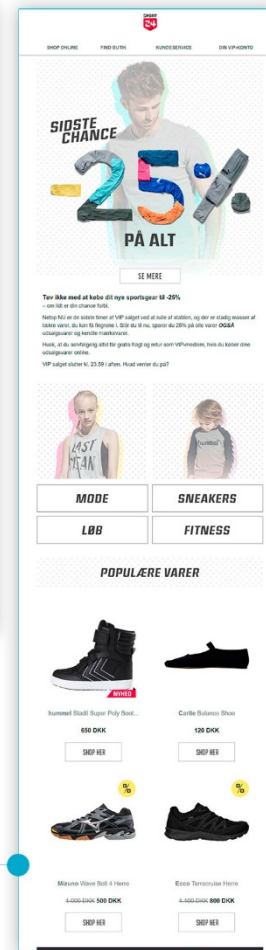
Læs casen [her](#).

Produkt-
anbefalinger
konverterede

74%
bedre.



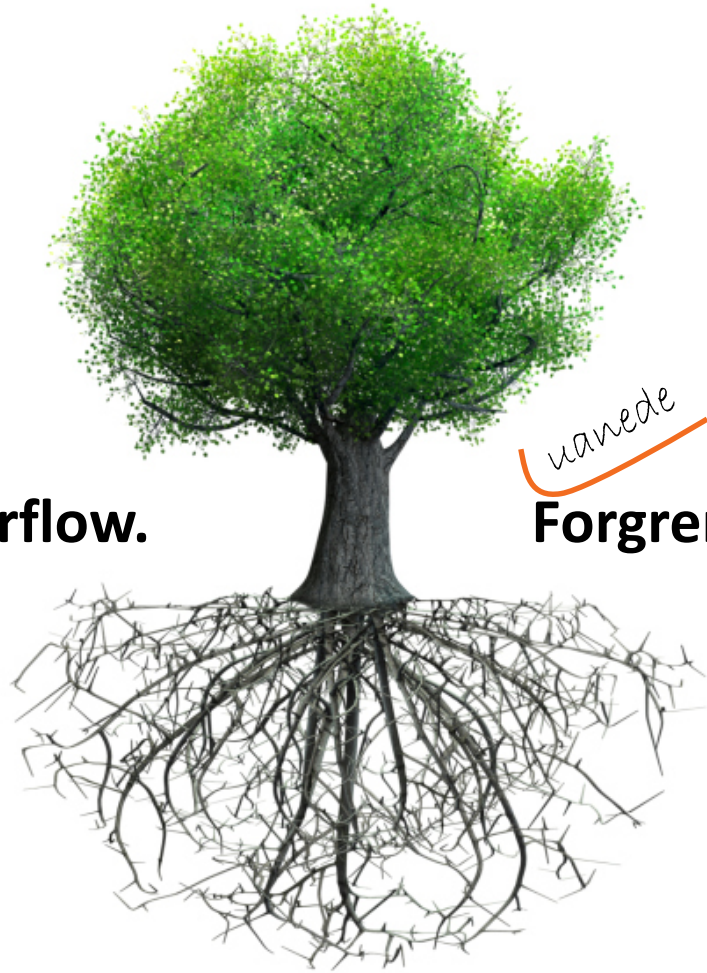
UDEN BRUG AF PRODUKT-
ANBEFALINGER



MED PRODUKTANBEFALINGER
FRA RAPTOR



Triggerflow.



uavede

Forgrenede muligheder.

Tilføj element:



E-mail

Vælg hvilken e-mail der skal sendes når triggeren bliver aktiveret.



Sms

Vælg hvilken SMS der skal sendes når triggeren bliver aktiveret.



Betingelse

Opret et segment. Byg videre på dit flow med hvad der skal ske hvis betingelsen bliver overholdt eller ej.



Forsinkelse

Sæt en ventetid mellem de forskellige elementer i dit flow.



Facebook

Tilføj eller fjern medlemmer fra dit Facebook- og eller Instagram-audience.

Trigger: Opdatering af felt

Når et specifikt brugerfelt bliver opdateret.



Winback 90 dage

Denne mail er sendt på vegne af Nicolle Jacobsen 'ust. Altid!



5 Dage



Har købt



Du har defineret 1 regel
Klik for at se dem



Vælg

Thumbnail
(mail)

Forsinkelse

Opfylder/opfylder
ikke kriteriet for
trigger/handling...

Hvordan ser det
ud 'derude'?



Generelle erfaringer med tabt kurv



- **60-70% forlader kurven:** På tværs af brancher er tallet stadig overraskende højt
- **Open Rate:** Mellem 65-75% og oftere i den øvre ende.
- **CTR:** Svinger mere, men stort set altid over 20%
- **Konverteringsrate til køb:** Mellem 5-18% - typisk mellem 10-14%. Kan optimeres via **soft login**, vouchers mv.
- **Omsætning:** Ofte en god stabil omsætning og omsætningen er direkte afledt af klik i den sendte tabt kurv mail.
- **Kunderespons:** Det generelle billede er, at tabt kurv i stor udstrækning er acceptabel. Formen og ordlyd i mail er vigtigt.





Blandt de kunder vi har, der bruger tabt kurv-triggeren, kan vi se, at deres winback-buyer omsætter for **60-80%** hvad tabt kurv-triggeren omsætter for...

Hvad ta'r du med dig hjem?

1. Få hele din organisation med
2. Udnyt dine data (få evt. hjælp til teknikken)
3. Byg flyveren undervejs
4. Start småt og lær imens
5. Vælg team og værktøjer, der forstår e-commerce
6. Det avancerede og komplekse kan sagtens laves let og praktisk



Syv stærke **USP'ere** til e-købmanden



1. Dansk kundeservice (og dansk admin)
2. Brugervenligt og intuitivt
3. Produktfeed
4. Tabt kurv
5. Produkthanbefalinger
6. Genaktivering (efter køb)
7. Dansk leverandør mht. 25/5 2018
(Persondataforordningen)

Spørgsmål?



+ tak

Skriv eller ring. Du er velkommen! nl@heyloyalty.com / 87 300 399 + 26 85 34 14

SIGN UP

 loyalty

Få indsigt, tips og tricks

- tilmeld dig nyhedsbrevet og få forspring



TILMELD