Maj 2024

heyloyalty

Relewise

PERSONALISERING I MARKETING AUTOMATION

Sådan får du flere loyale kunder med relevant indhold

Agenda

- Hvorfor er vi her?
- Hvem er vi?
- Hvorfor personalisering?
- 5 tips til bedre rekommandering
- Tilgange til personalisering i e-mails
- 3 eksempler på automations
- Heyloyalty x Relewise integrationen
- Spørgsmål & feedback

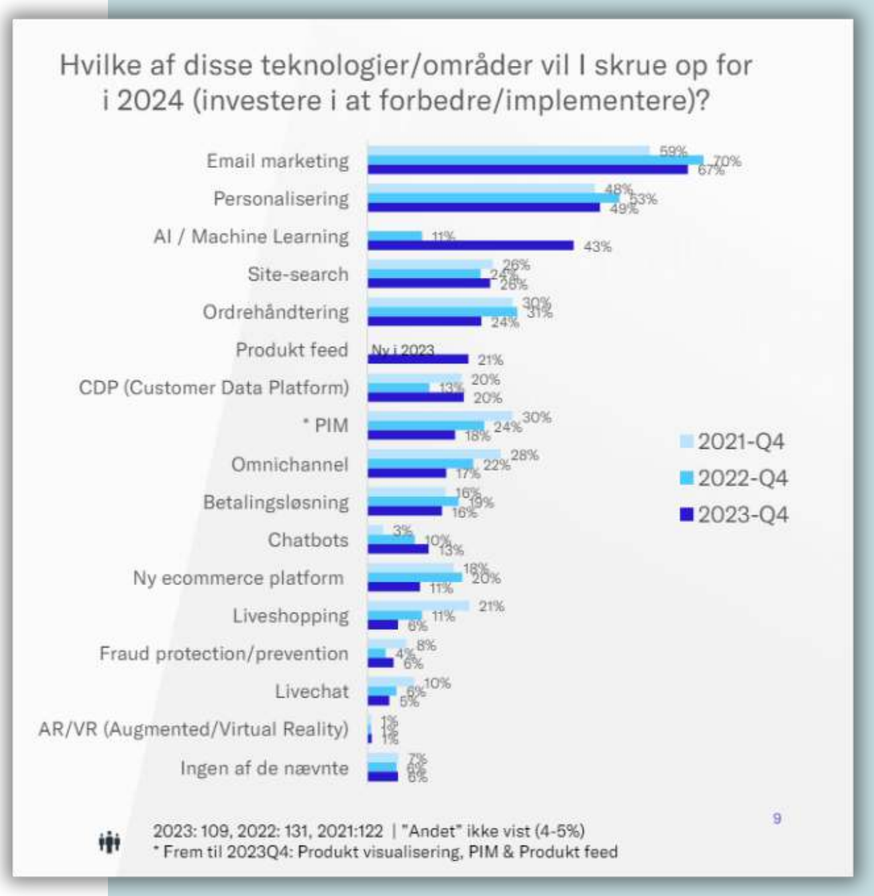
heyloyalty

Relewise

Hvorfor er vi her?

E-mail og personalisering er for sjette år i træk øverst på listen over prioriterede teknologier blandt danske webshops.

... og med god grund!



Kilde: Dansk Erhverv

Hvorfor er vi her?

- Større fokus på egne kanaler
  - Stigende annoncepriser

- Eje egen data
  - 3-parts cookien udfases i højere grad

heyloyalty

Relewise

Synergien

heyloyalty
Relewise

I kombination muliggør e-mail marketing og personalisering en dybere og mere meningsfuld forbindelse mellem virksomheder og deres kunder

Det fører til øget engagement, konverteringer og langvarige relationer.

Kort om mig

heyloyalty
Relewise

Filip Rokamp

Head of Customer Success

Jeg er:

- Head of Customer Success i Heyloyalty – det er mit ansvar, at vores +900 kunder har succes med marketing automation
- Over 5 års erfaring med e-mail marketing og marketing automation

Hvem er Heyloyalty?

heyloyalty

Relewise

+20 års erfaring med e-mail marketing

- Dansk marketing automation platform:

  E-mails, SMS'er, automations, pop-ups og meget mere
- Fokus på personaliseret indhold, der øger

  kundeloyaliteten
- Vi har marketing automation specialister til rådighed,

  der både hjælper på strategisk og operationelt niveau

Kort om mig

Martin Popp Andersen

Business Development & Partner

Jeg er:

- Business Development og Partner i Relewise
- Har 14+ år med salg og forretningsudvikling indenfor IT konsulentbranchen og SaaS
- Brænder for at nedbryde datasiloer og fremme datadrevet beslutningstagning

Kort om Relewise

Grundlagt i 2020 med missionen om at levere og løse komplekse personaliserede oplevelser for B2B- og B2C-kunder baseret på 30+ års brancheerfaring og viden.

Hovedkvarter i Aarhus, med +20 medarbejdere, der dækker Norden, Holland og Storbritannien.

Hvad vi gør

heyloyalty
Relewise

Adfærd

Forstå hver kundeinteraktion

Søgefunktion

Sørg for at alt er nemt at finde

Rekommandering

Sørg for at de rigtige produkter præsenteres

Merchandising

Strategisk positionere produkter og budskaber

Hvorfor personalisering?

- **60%** af forbrugerne siger, at de vil blive regelmæssige købere efter en personlig købsoplevelse

- **72%** forventer en personlig og ensartet oplevelse på tværs af kanaler

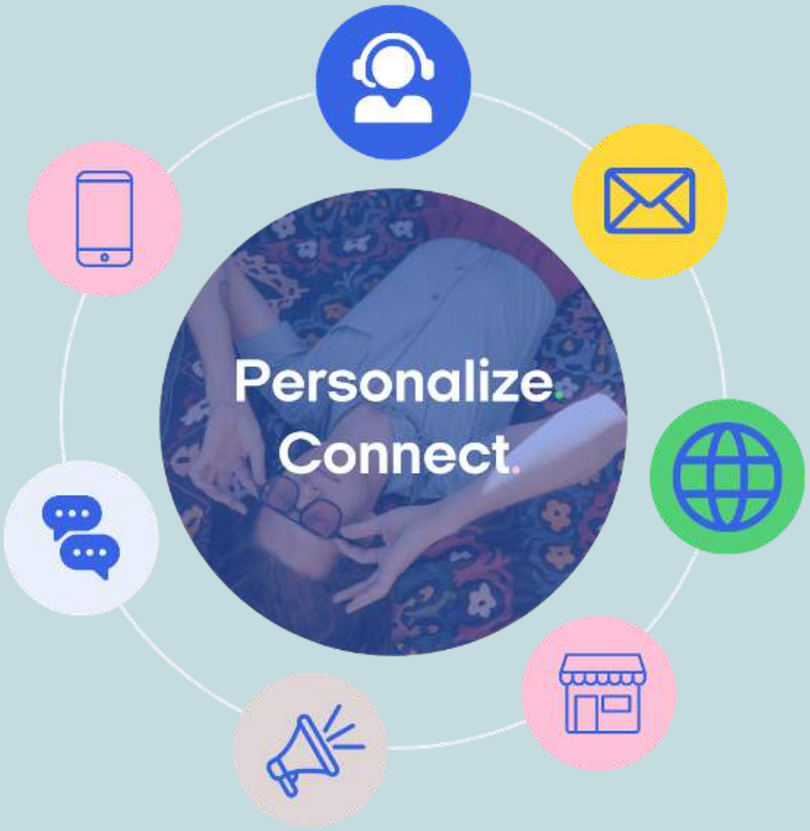
- **85%** af virksomhederne siger, at de leverer personlige oplevelser til forbrugerne, men **kun 60%** af forbrugerne mener det samme

Kilder:

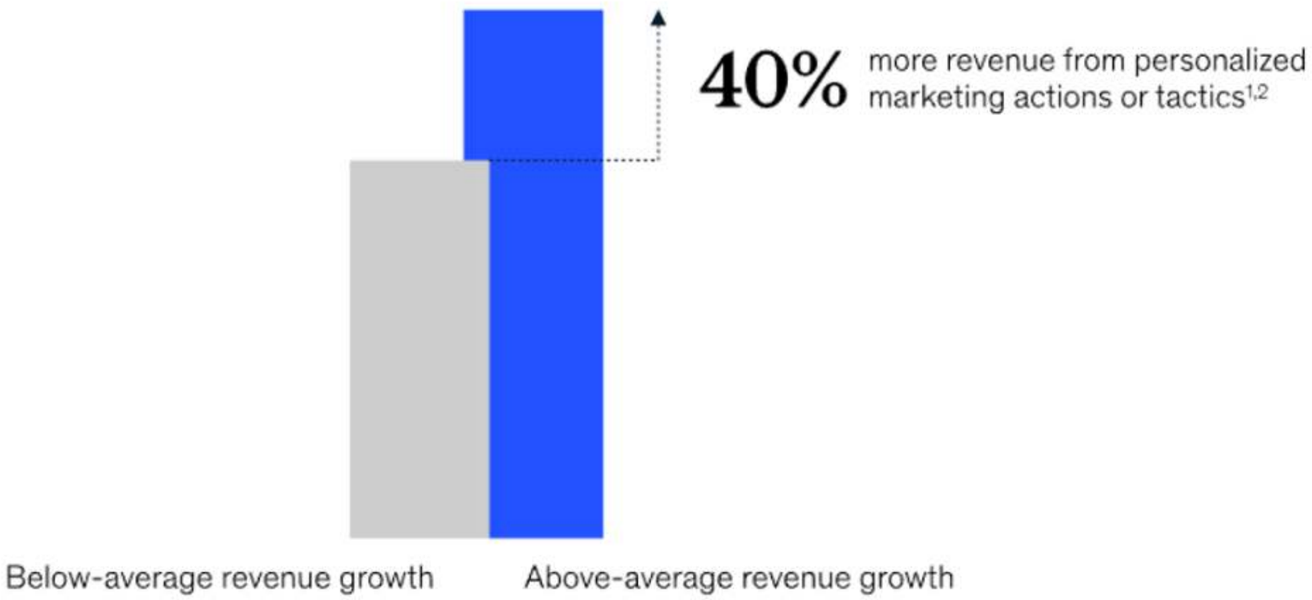
- *Segment, The State of Personalization 2023 https://segment.com/state-of-personalization-report/*
- *McKinsey & Company, The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying*

heyloyalty

Relewise



Companies that capture more value from personalization grow faster.



[1] Companies divided into two groups based off past-year revenue growth; top half classified as higher growth and bottom half as lower growth.
[2] Question: "What % of your revenue comes from personalized marketing actions/or tactics?" Possible responses: values from 0 to 100%.
Source: McKinsey Next in Personalization 2021 benchmarking survey, 2/7–2/14/2021 (n = 20) sampled among consumer companies without direct consumer relationship (eg, CPG)

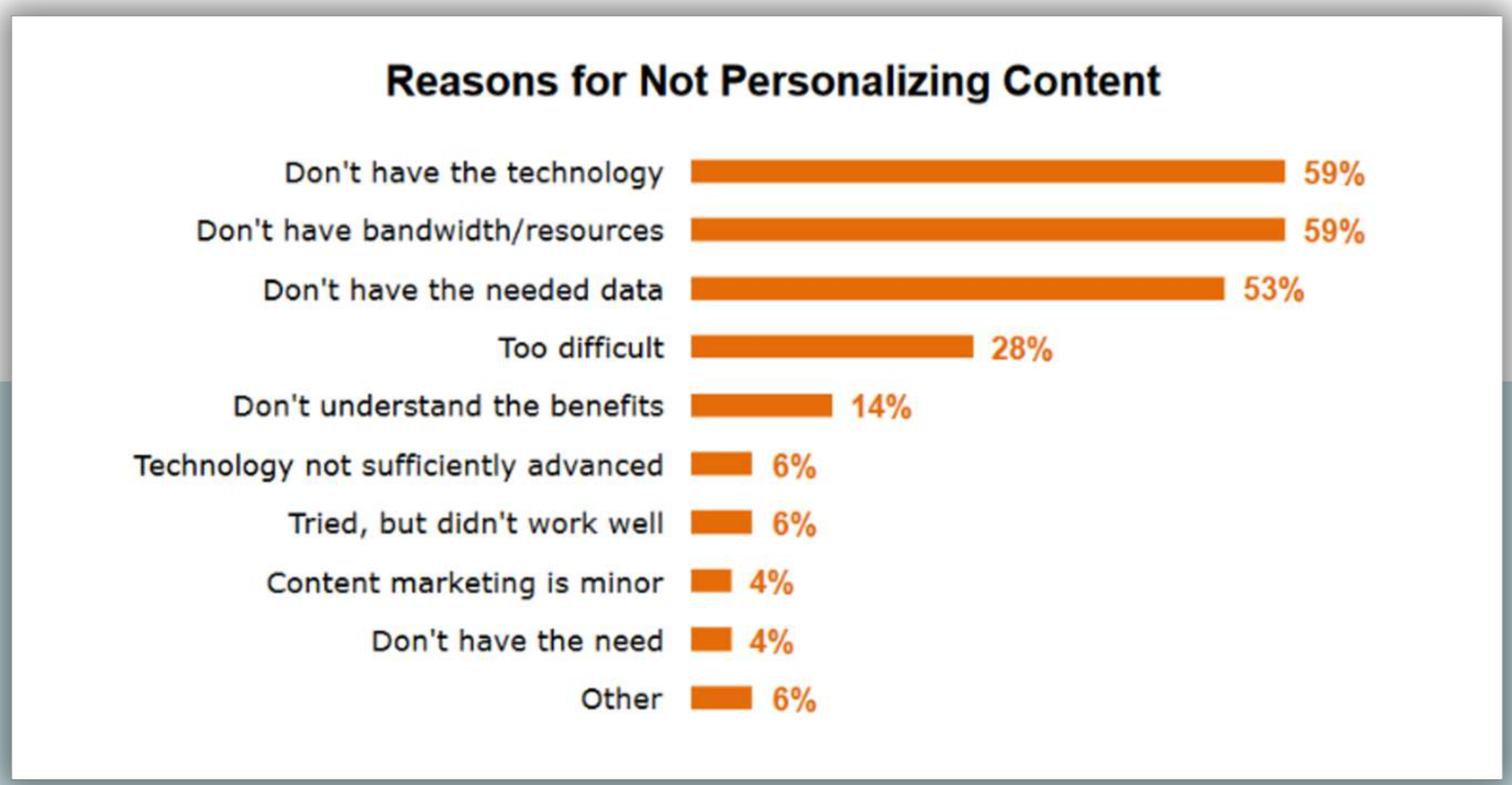
McKinsey & Company

heyloyalty

Relewise

Kilde: McKinsey & Company, The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying
https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying

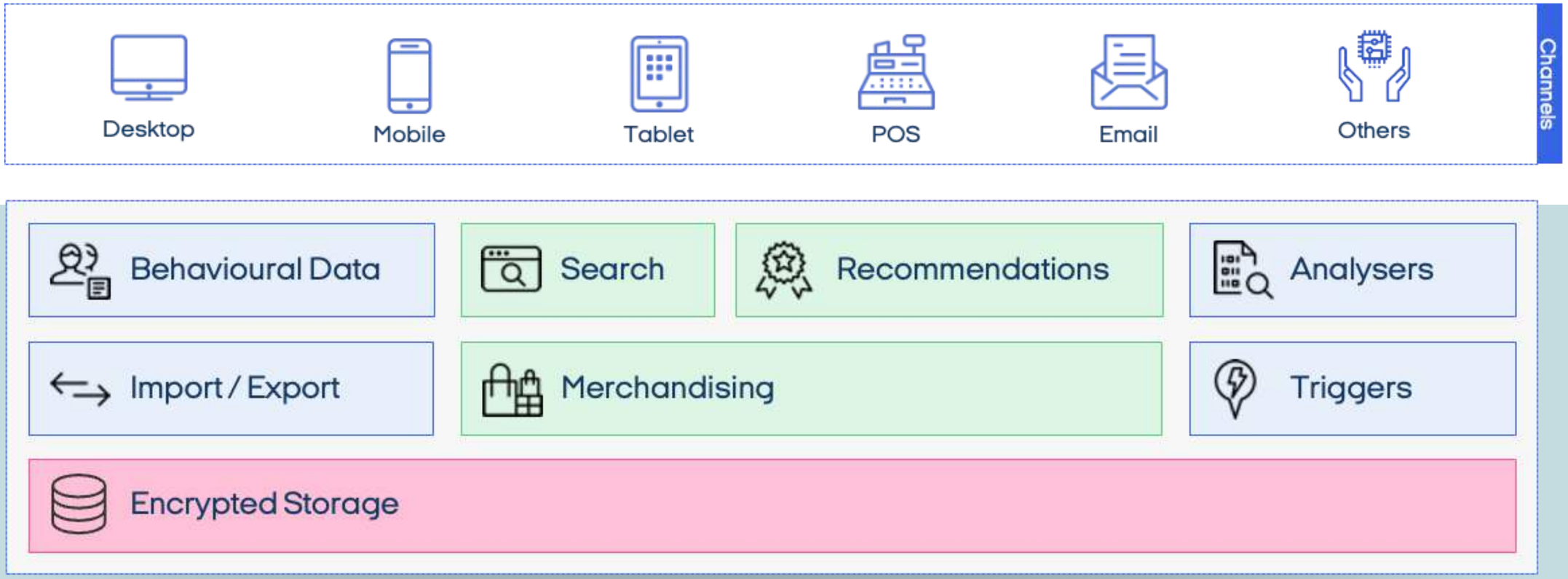
heyloyalty
Relewise



Kilde: Segment, The State of Personalization 2023 https://segment.com/state-of-personalization-report/

Vores platform

heyloyalty
Relewise



Data

heyloyalty
Relewise

- Du ejer al din data
- Hvert datasæt er kryperet og fuldstændig lukket fra andre
- Fuld GDPR-overholdelse, når du arbejder med din cookie-samtykkeudbyder

Hvilken rekommendering hvor

heyloyalty
Relewise

Køb

Popularitet

Sortering

Lignende varer

Personlig

Produktvisning

Søgeterm

5 faldgruber at undgå

1. Undgå dubletter i dine anbefalingsmoduler
2. Undgå at anbefale varer, der allerede er i kurven
3. Undgå at anbefale udsolgte varer
4. Undgå at anbefale det samme produkt, bare i en anden størrelse
5. Sørg for at vælge den rigtige anbefalingstype

heyloyalty

Relewise

1. Undgå dubletter i dine anbefalingsmoduler

- Når du har mere end ét modul på siden, skal du sikre dig, at det samme produkt kun optræder i ét af dem – og selvfølgelig i det modul, hvor det er mest relevant.

- Overvej de begrænsede skærmstørrelser på mobile enheder, hvor det kan være særligt ineffektivt at vise det samme produkt i flere moduler.

heyloyalty

Relewise

2. Undgå at anbefale varer, der allerede er i kurven

- Anbefalingsmotoren bør altid kende kurvens aktuelle indhold og sikre, at anbefalingerne ikke indeholder produkter, der allerede er derinde.

3. Undgå at anbefale udsolgte varer

heyloyalty
Relewise

- Anbefalingsmotoren bør give dig mulighed for at opsætte databaserede regler for de anbefalede varer og indhold - ofte kaldet Merchandising.

- Oprette en merchandising-regel, der fjerner alle produkter fra anbefalingsmoduler, som ikke er på lager i øjeblikket.

4. Undgå at anbefale det samme produkt, bare i en anden størrelse

- Sørg for, at anbefalingsmotoren forstår produktkonfigurationer for at undgå at foreslå det samme produkt i forskellige størrelser eller varianter.

- Sørg for, at anbefalingsmotoren forstår produktkonfigurationsstrukturen for at give relevante forslag.

heyloyalty

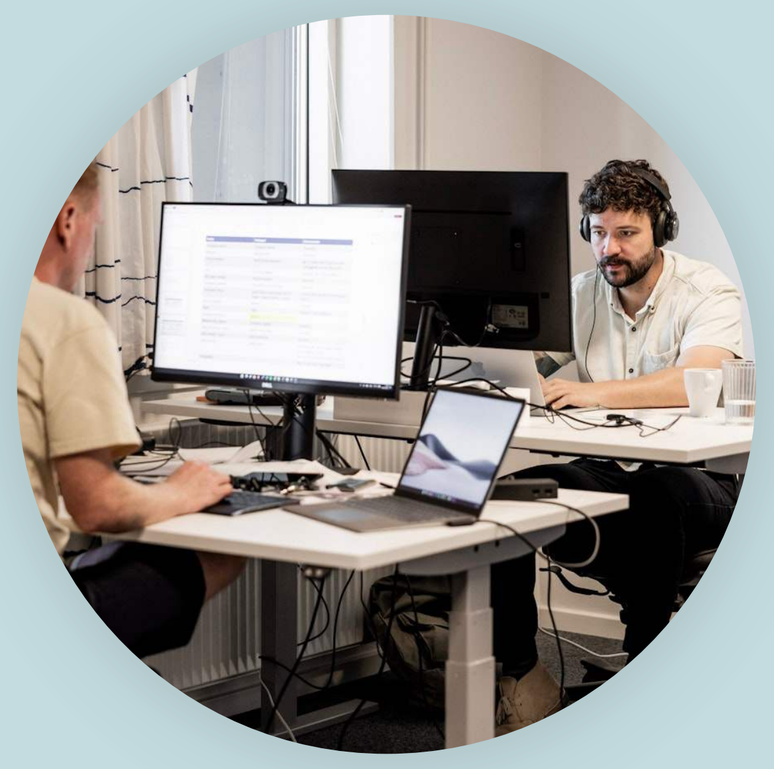
Relewise

5. Sørg for at vælge den rigtige anbefalingstype

- Der er også anbefalingstyper, der kan se på den aktuelle kurv og anbefale produkter ud fra det, anbefalingstyper for populære eller trending produkter, anbefalingstyper baseret på kundens tidligere køb osv.

heyloyalty

Relewise



Hvorfor personalisering i marketing automation?

- Personligt indhold

➡ Mere interessant indhold for den enkelte

- Mere engagement (højere åbnings- og klikrater)

➡ Bedre afsenderomdømme

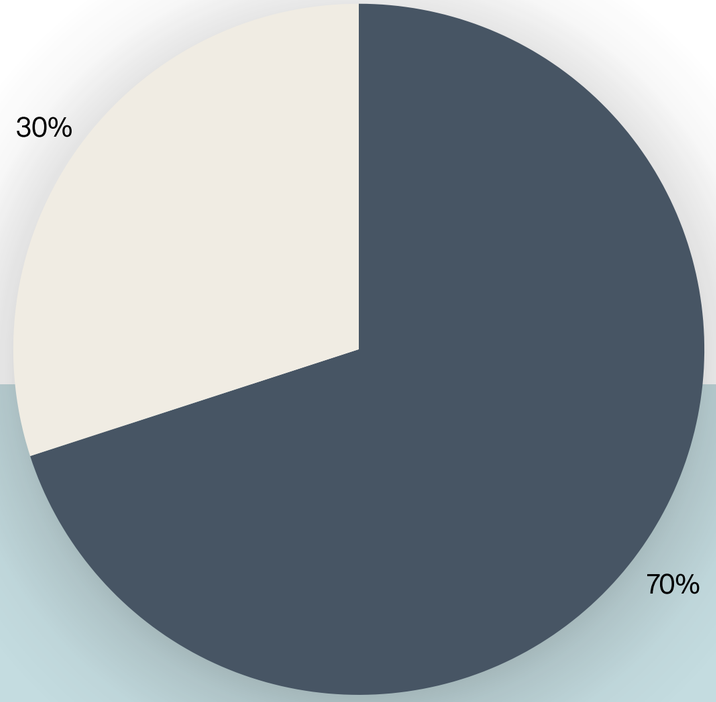
Brands, der implementerer personalisering i deres e-mail marketing oplever en stigning i e-mailkonverteringer på op mod 760 %

Kilde: https://www.mailmodo.com/guides/personalized-email-marketing-statistics/

heyloyalty

Relewise

Hvorfor personalisering i e-mail marketing?



70 % af millennials bliver frustrerede, når brands sender dem irrelevant e-mails

55 % af forbrugerne mener, at målrettede tilbud vil højne deres e-mailoplevelse

Kilde: https://www.mailmodo.com/guides/personalized-email-marketing-statistics/

Forskellige tilgange til personalisering i e-mail marketing

- Segmentering
- Automations
- CDP og produktanbefalinger

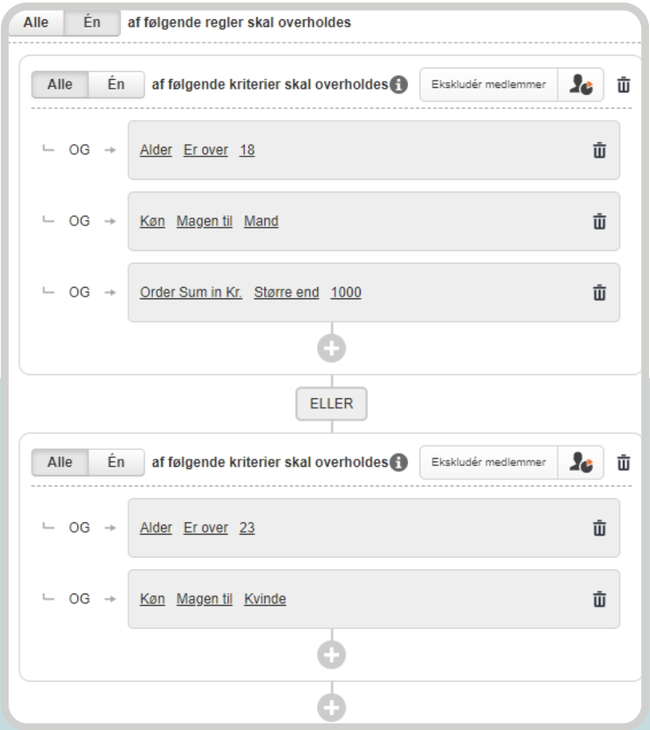
heyloyalty

Relewise

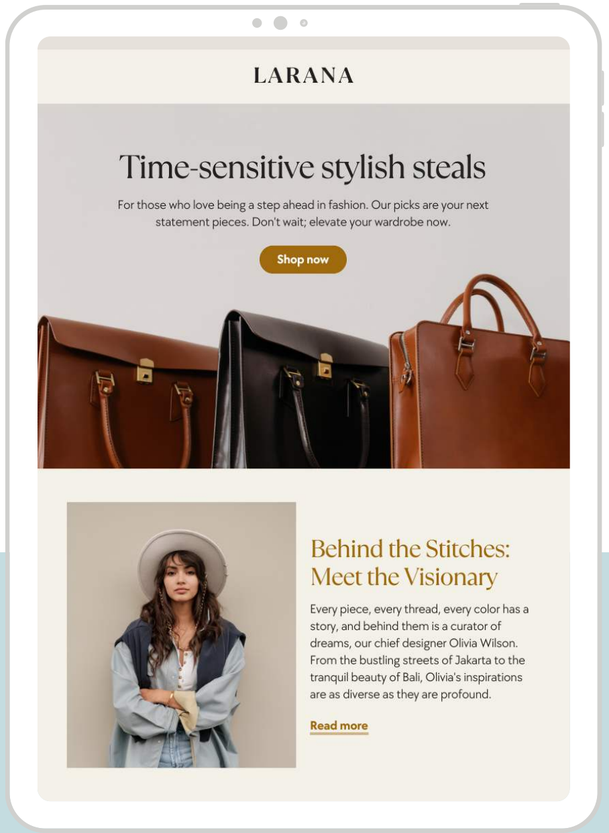
Tilgang 1: Segmentering

Data

(stamdata, onsite adfærd og købsadfærd)



Segmentering

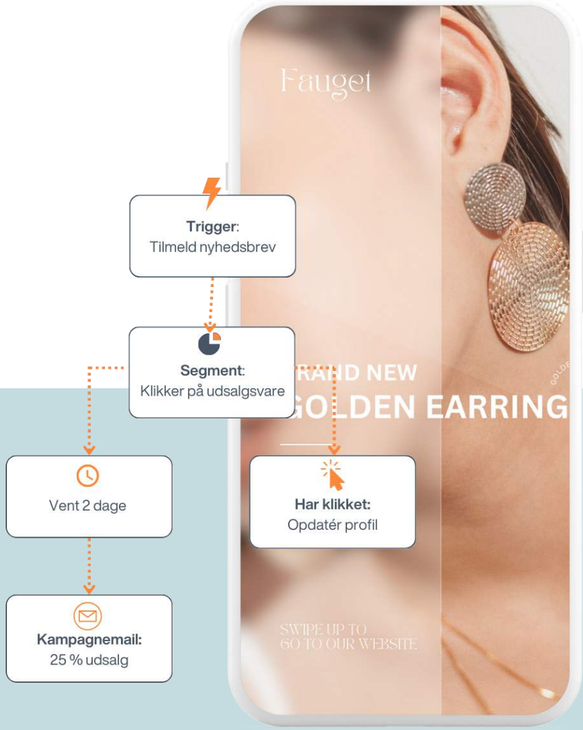


Mere personaliseret indhold

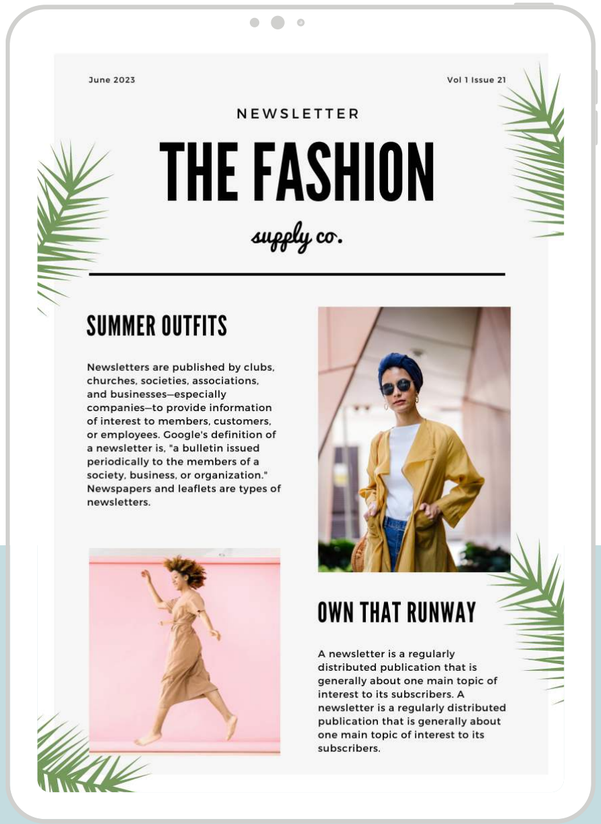
Tilgang 2: Automations

Data

(stamdata, onsite adfærd og købsadfærd)



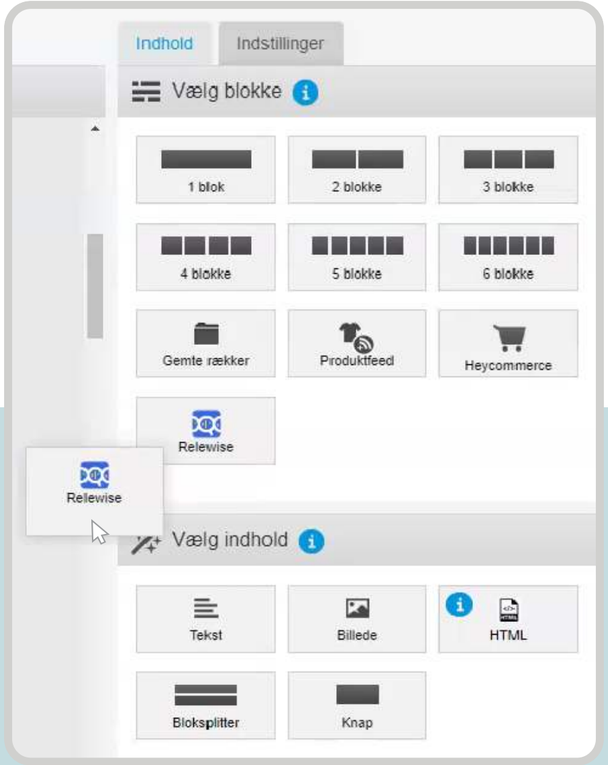
Automations



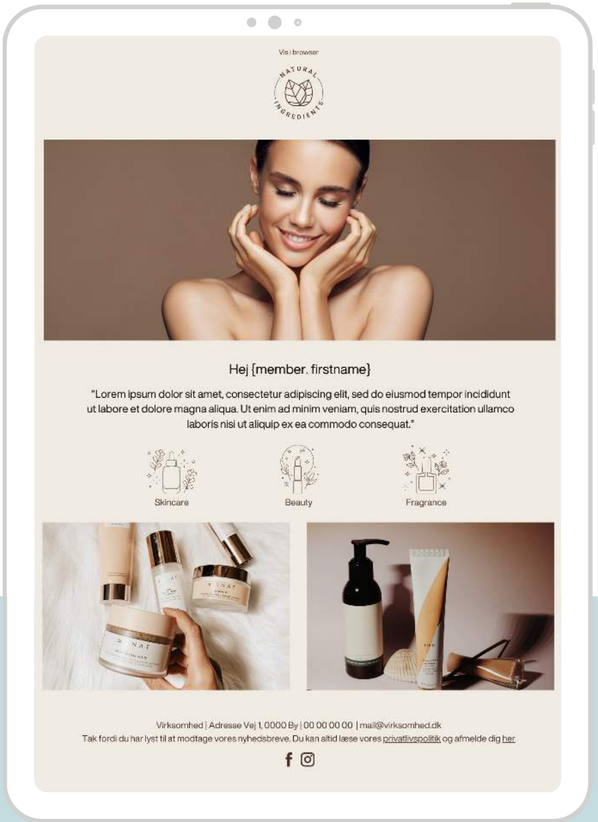
Mere personaliseret indhold

Tilgang 3: Produktanbefalinger

CDP opsamler data



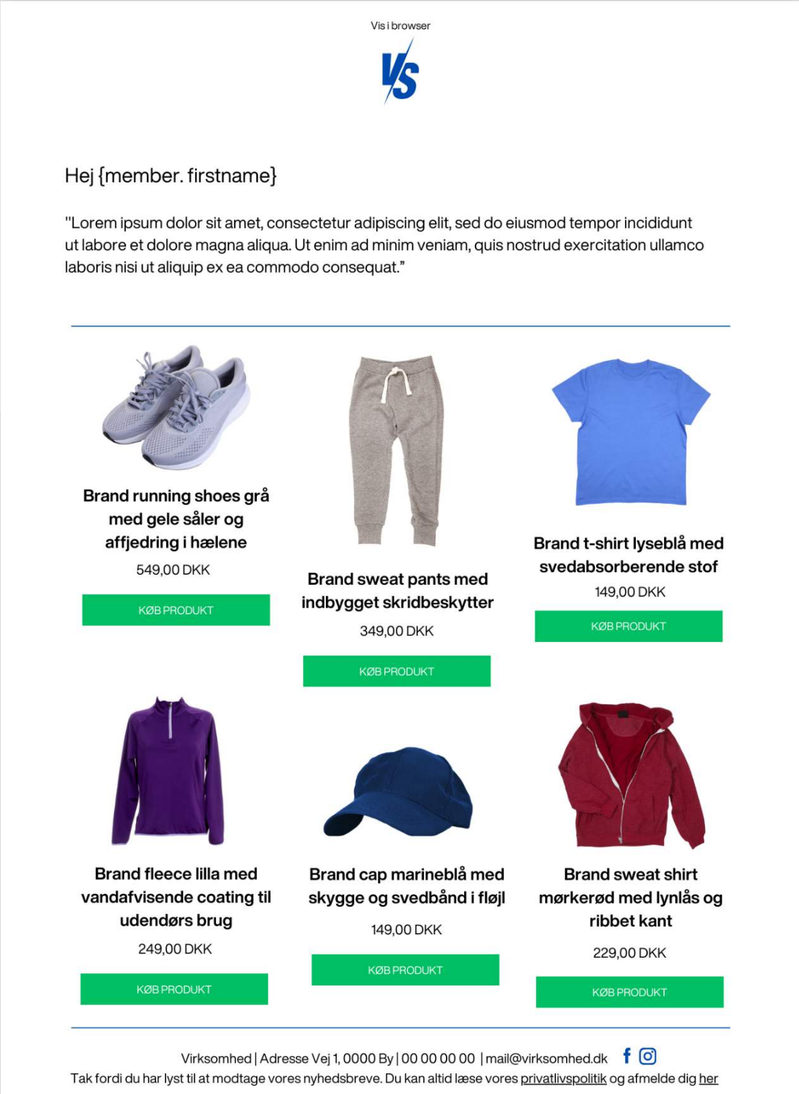
Blok indsættes i e-mail

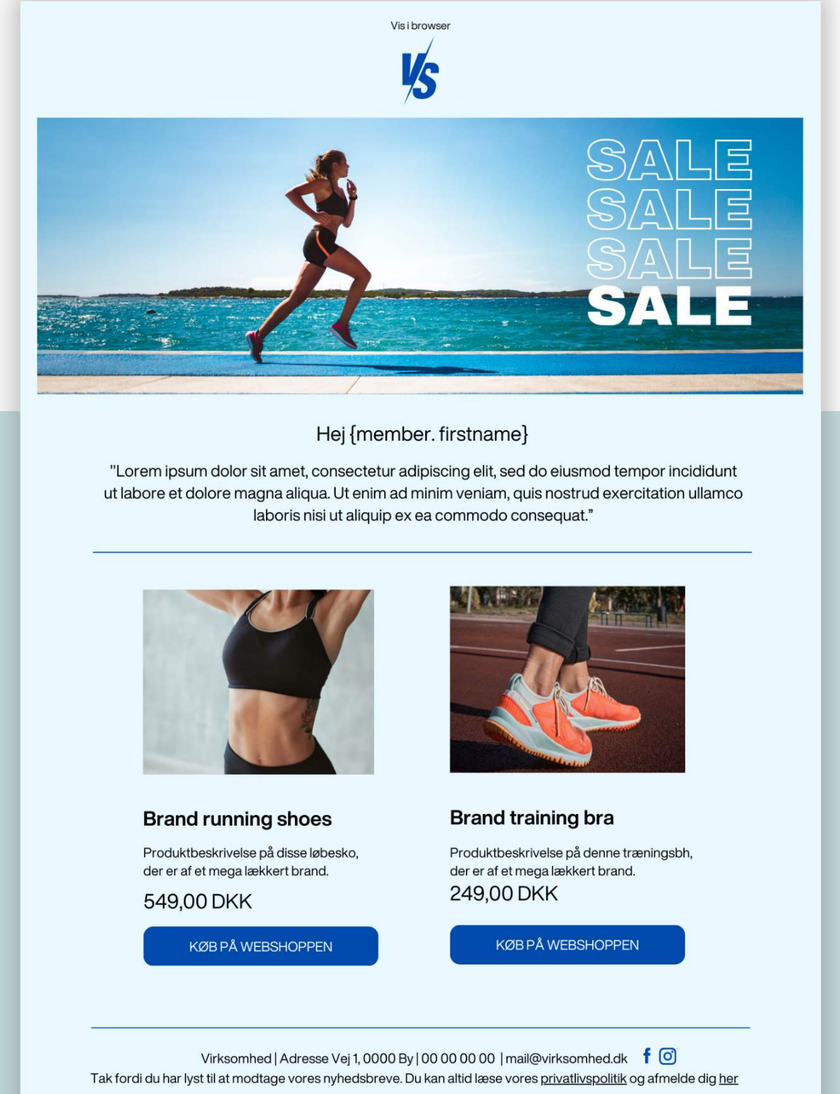


Indhold personaliseres automatisk

Eksempler på personaliseret indhold

heyloyalty
Relewise





Forskelle

- Venstre: e-mail uden personalisering (standard)
- ➡ Vi skyder med spredehagl

- Højre: e-mail med personalisering (produktanbefalinger)
- ➡ Færre men mere relevante produkter (mere fokuseret)

Eksempler på automations med personaliseret indhold

- Winback buyer (på specifikke produkter)
- Interessemailen
- Produktanbefaling – manuelt (uden et værktøj som fx Relewise)

heyloyalty

Relewise

Winback buyer (på specifikke produkter)

heyloyalty
Relewise

Trigger: Har købt X produkt/kategori/brand for mere end Y tid siden

Formål: At genaktivere tidligere kunder, så de bliver loyale

Tips

- *Brug som service: "Er lageret / beholderen / køleskabet ved at være tomt?" eller "Er det tid til at opdatere garderoben?"*
- *Overvej at lave individuelle winback automations til dine bestsellerprodukter*
- *Generelt: Vent min. 30 dage.*
- *Men: Afhængig af din genkøbsrate og produktudvalg kan den optimale frekvens være anderledes for dig.*

Interessemailen

Trigger: Har besøgt specifikt produkt, kategori eller brand X antal gange (inden for Y periode)

Formål: At tale til modtagerens interesser og understøtte personaliseringen

Tips

- *Understreg dine USP'er: Gratis fragt over X beløb, gratis retur osv. kan være med til at eliminere modtagerens tvivl*
- *Overvej at sende en rabatkode med – det kan gøre hele forskellen*
- *Prioritér denne automation – konverteringsraten er på 6 % på tværs af vores kunder*

heyloyalty

Relewise

Produktanbefaling – manuelt

heyloyalty
Relewise

Trigger:
Kunden har købt X produkt (eller kategori), men ikke Y produkt (eller kategori)

Eksempel:

- ***Kategori-niveau:*** Kunden har købt i kategorien telt, men ikke i kategorien soveposer.
- ***Produkt-niveau:*** Kunden har købt saltkværn, men ikke peberkværn.

Formål:
At inspirere kunden, understøtte personaliseringen og øge salget

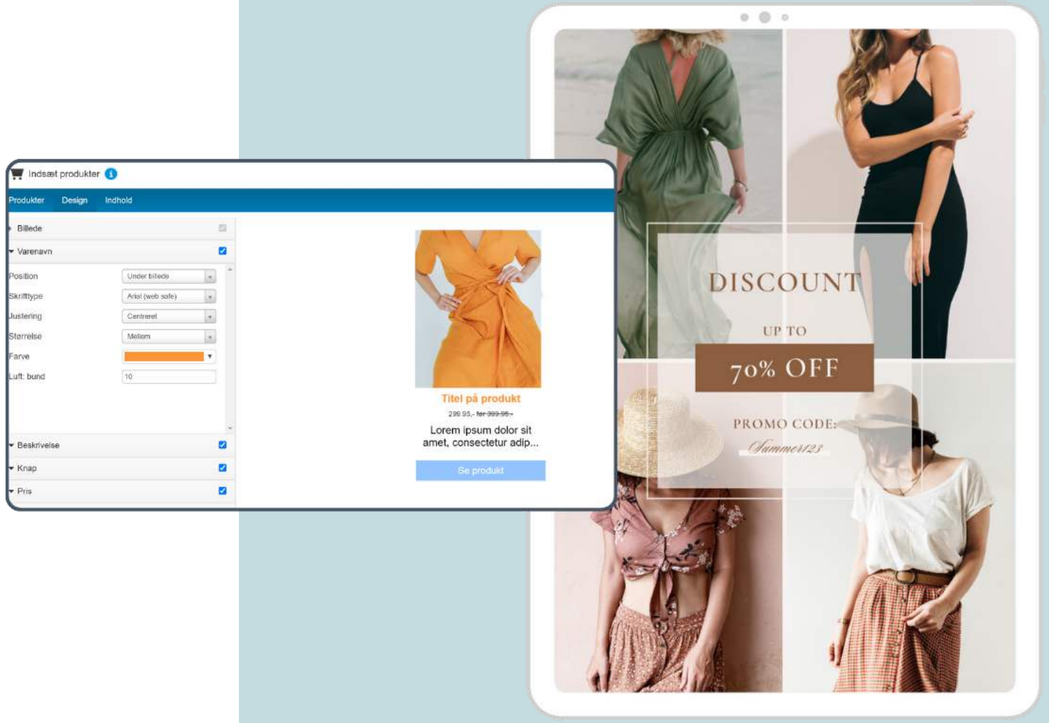
Produktanbefaling – manuelt

heyloyalty

Relewise

Tips

- *Ventetid: Minimum et par dage*
- *Overvej et personaliseringsværktøj (som fx Relewise): Kan automatisere processen, og basere produktanbefalingerne på kundens specifikke adfærd og køb*



Heyloyalty x Relewise integrationen

heyloyalty

Relewise

Tag personaliseringen til næste niveau

- Skræddersyede e-mails og pop-ups med indhold baseret på kundens adfærd

- Personaliserede produktanbefalinger – hver modtager ser forskelligt indhold baseret på deres adfærd

Integrationen giver dig adgang til et hav af rekommanderingsmuligheder

heyloyalty
Relewise

Produktanbefalinger i e-mails

- Købt med andre produkter
- Produkter set for nyligt
- Populære produkter
- Populært indhold
- Personlige produktanbefalinger
- Produkter der ofte er købt sammen
- Produkter ofte set sammen

Onsite anbefalinger i pop-ups

- Produktforslag ud fra *aktuelle produkter*, *variant* eller *indhold*
- Relevant indhold ud fra tidligere sete produkter eller læst indhold
- Rekommanderinger ud fra tidligere søgninger

Så nemt kan det gøres

1

Opsæt integrationen mellem Relewise og din Heyloyalty konto på få minutter

2

Træk “Relewise”-blokken ind i din e-mail og vælg kriterier for produktanbefaling

3

Send personaliserede rekommanderinger ud fra modtagernes individuelle adfærd

Se video fra vores system

Spørgsmål & feedback

Skriv dine spørgsmål i chatten eller kontakt os efterfølgende på:

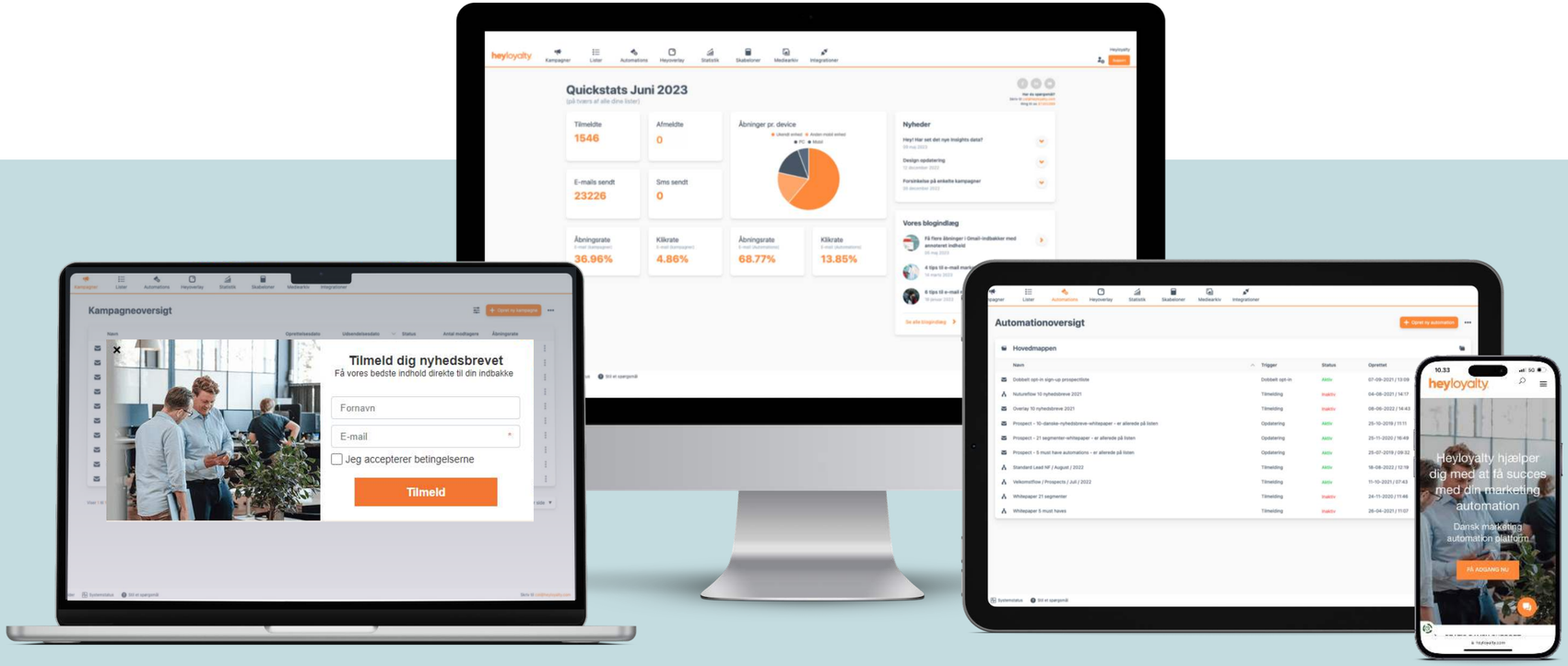
Filip Rokamp

fr@heyloyalty.com

Martin Popp Andersen

mpa@relewise.com

heyloyalty

Relewise

Tak for i dag!