

April 2025



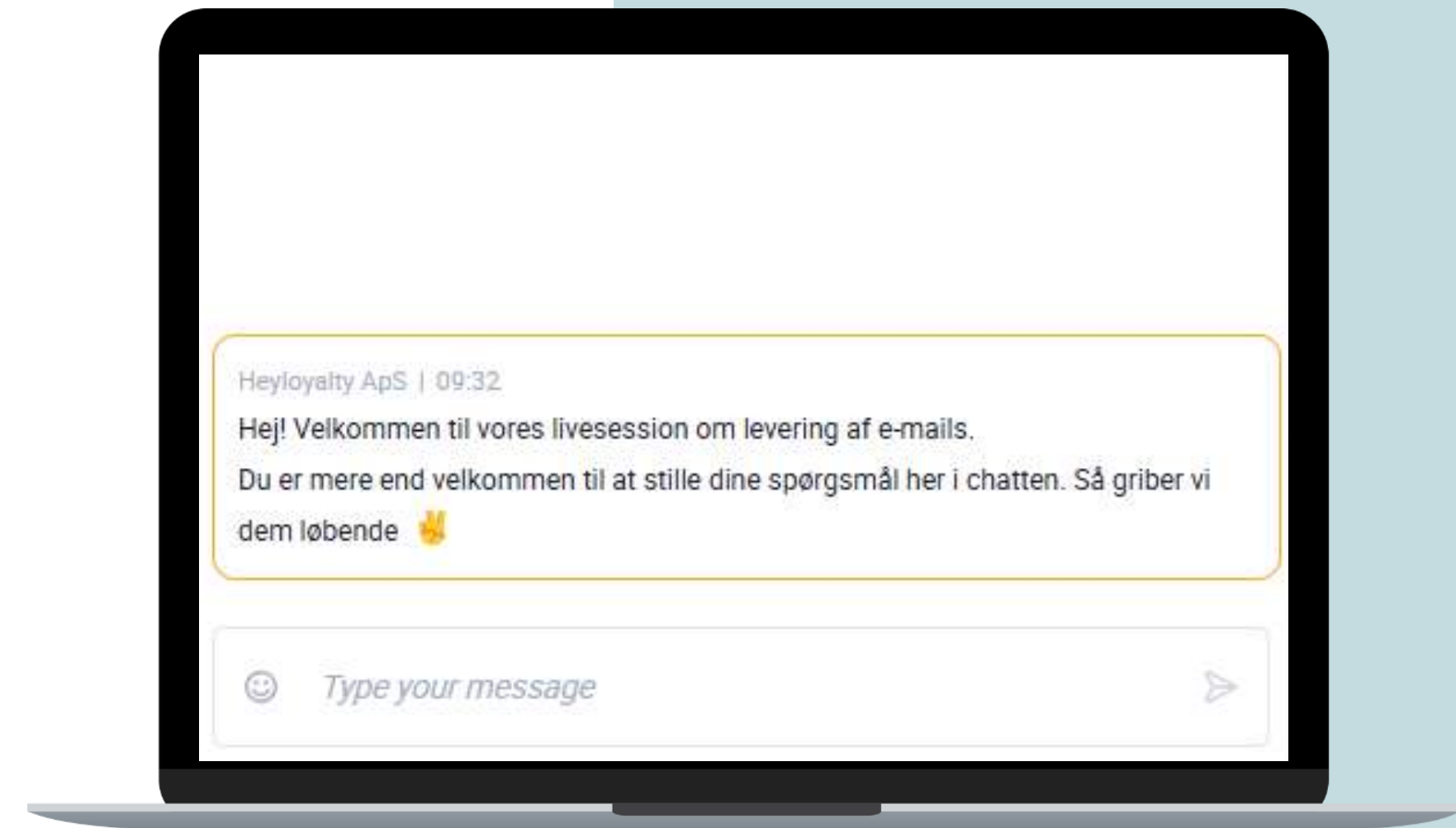
SÅDAN LANDER DU I INDBAKKEN

*Et uformelt webinar med fokus på levering
af nyhedsbreve.*



Agenda

- Introduktion til os
- Spamfiltre i 2025
- Opsætning af konto og det tekniske
- Design af e-mails
- Relevante metrics
- **Lynrunde**
- Relevante processer
- Automations og segmentering



Kort om mig

heyloyalty



Martin Bjerre Troelsen

*Head of Sales & Marketing
i Heyloyalty*

Jeg er:

- Ansvarlig for vores salg- og marketingafdeling.
- Bidrager til onboarding af større kunder.
- Forsvarende mester i Heyloyaltys padelturnering.

Kort om mig



David McNally

CEO Heysender

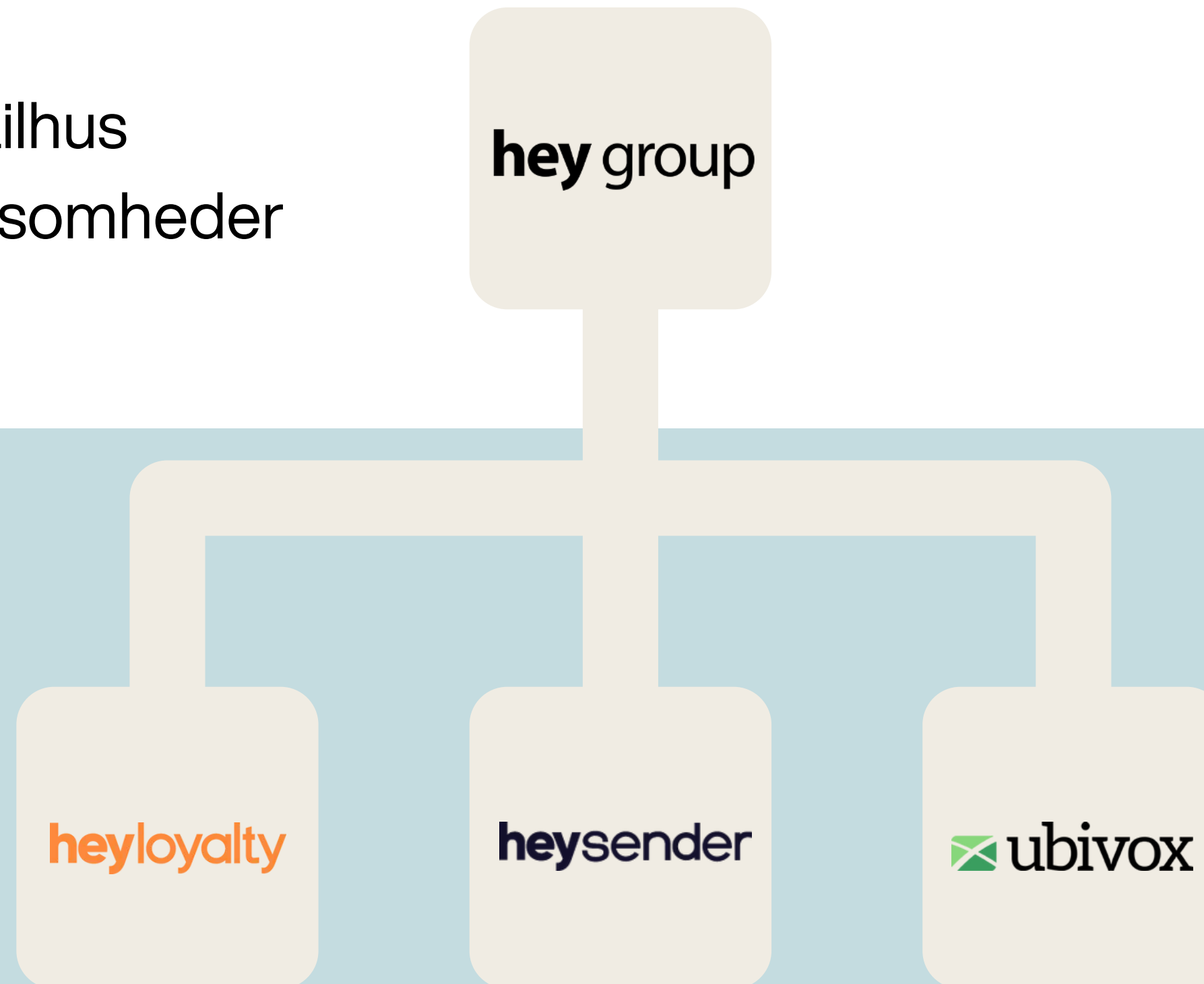
COO Ubivox

Jeg er:

- Ansvarlig for udvikling og optimering af vores platform, integrationer og specialløsninger til vores kunder.
- Stor e-mailnørd - især inden for det tekniske.

Hvem er Hey Group?

- Vi er et dansk e-mailhus bestående af 3 virksomheder (og 3 platforme)



Hvem er Heyloyalty?



- Dansk marketing automation platform til e-commerce, retail og oplevelsesindustrien.
- +20 års erfaring med marketing automation og loyalitetskoncepter.
- Vi står til rådighed som sparringspartner til professionelle.

Udpluk af kunder

SPORT 24

MyTrendyPhone

TRESS

Den Gamle By



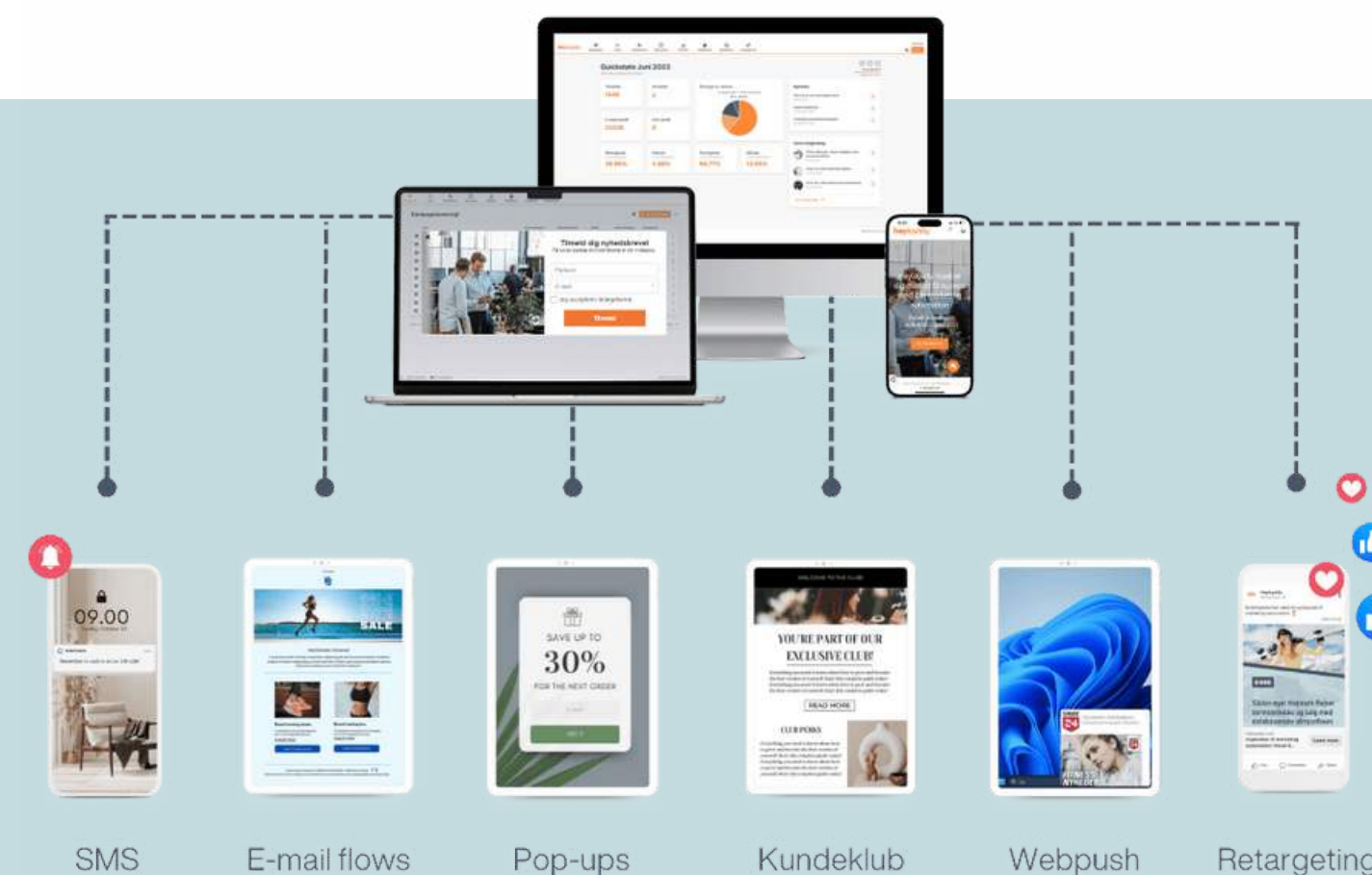
ApoPro.dk
DIT ONLINE APOTEK

SPEJDER SPORT

JYSK VIN
Fuld af fristelser



MOMU
MOESGAARD MUSEUM



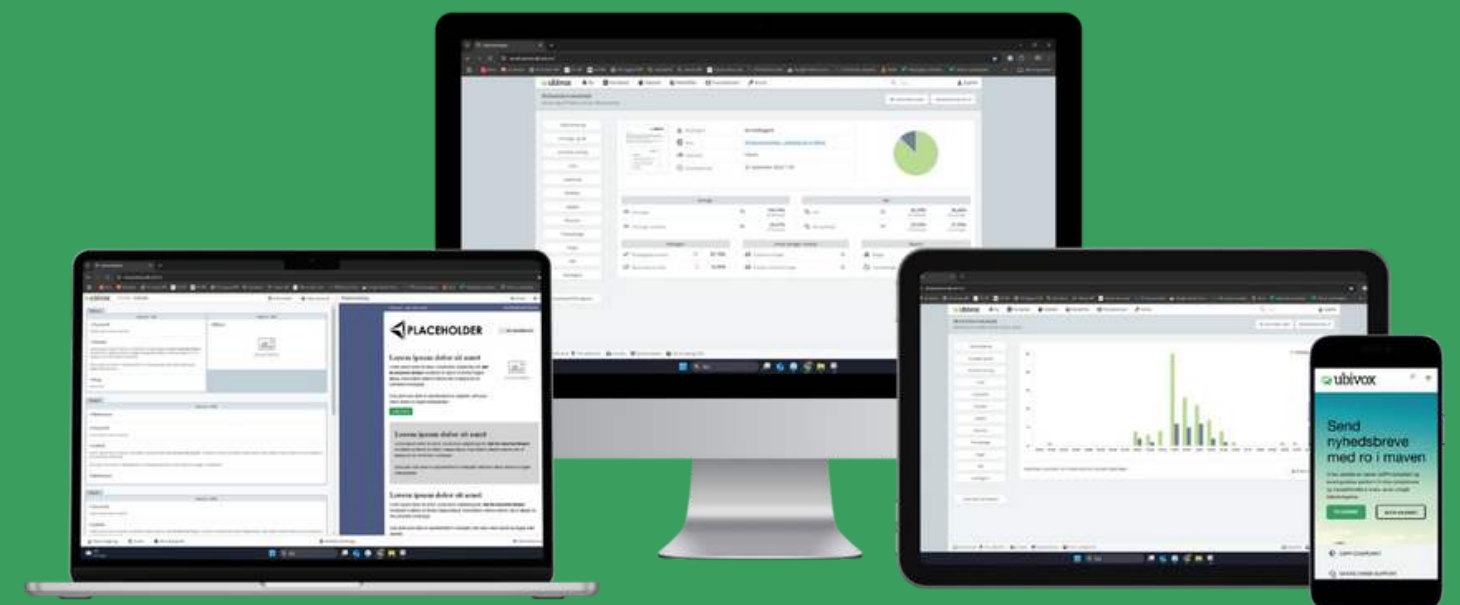
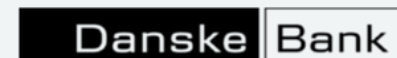
Hvem er Ubivox?



- Dansk e-mailplatform til nyhedsbreve og kommunikation.
- Stort fokus på datasikkerhed og leveringssikkerhed.
- Vi henvender os bl.a. til større virksomheder, det offentlige og foreninger.



Udpluk af kunder



Hvis du arbejder med e-mails, har du formentlig hørt:



*"Nyhedsbreve... Nå, så det er dig,
der sender alle de der spammails?"*



Hvad er formålet med dagens live?

1: At undgå at dine modtagere tænker:

"Nyhedsbreve... Nå, så det er dig, der sender alle de der spammails?"

2: At undgå at e-mailklienterne siger:

"Nyhedsbreve... Nå, så det er dig, der sender alle de der spammails?"



Spørgsmål 1:

*Hvordan fungerer spamfiltre i 2025
ift. tidligere?*



Spørgsmål 1:

Hvordan fungerer spamfiltre i 2025 ift. tidligere?

- **Tidligere:** Du må ikke sende ulovligt indhold. Undgå nogle bestemte buzzwords. Baseret på jura og faste krav.
- **Nu:** Du må ikke sende irrelevant indhold. Vis e-mailklienterne, at dine modtagere vil læse dit indhold. Baseret på følelser og reaktioner.



Spørgsmål 1:

Hvordan fungerer spamfiltre i 2025 ift. tidligere?

- **Generelt:** Ser på dit afsenderomdømme - åbninger, klik, interaktioner osv.
- **Gmail / Yahoo:** Bekræft afsender (SPF og DKIM), nem afmeldelse, send relevant indhold (spamrate under 0,10%).



Spørgsmål 2:

Hvordan opsætter jeg min konto bedst muligt for at forbedre leveringsevnen?



Spørgsmål 2:

Hvordan opsætter jeg min konto bedst muligt for at forbedre leveringsevnen?

- Ved skift til ny platform: Domæneopvarmning kan være nødvendigt.
- Opsætning af det tekniske: SPF, DKIM og evt. DMARC.
- Afsendernavn - er det troværdigt?
- Dobbelt opt-in.



Spørgsmål 3:

*Hvordan designer jeg mine e-mails
bedst for at minimere risikoen for at
ende i spamappen?*



Spørgsmål 3:

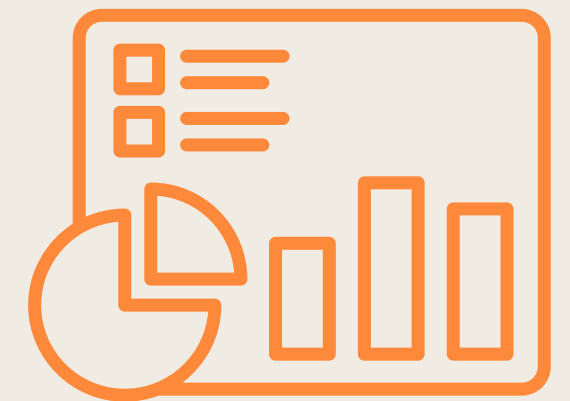
Hvordan designer jeg mine e-mails bedst for at undgå spamappen?

- Design har ikke længere den store direkte påvirkning som tidligere, da e-mailklienter ser på andre parametre.
- Design e-mailen, så modtageren interagerer (spændende indhold, grafik, evt. GIFs osv.).
- Afmeldingslink - ALTID.
- Tag højde for mobilvisning - åbner du din testmail på mobilen?



Spørsmål 4:

Hvilke metrics bør jeg fokusere på, når jeg vil forbedre min leveringsevne?



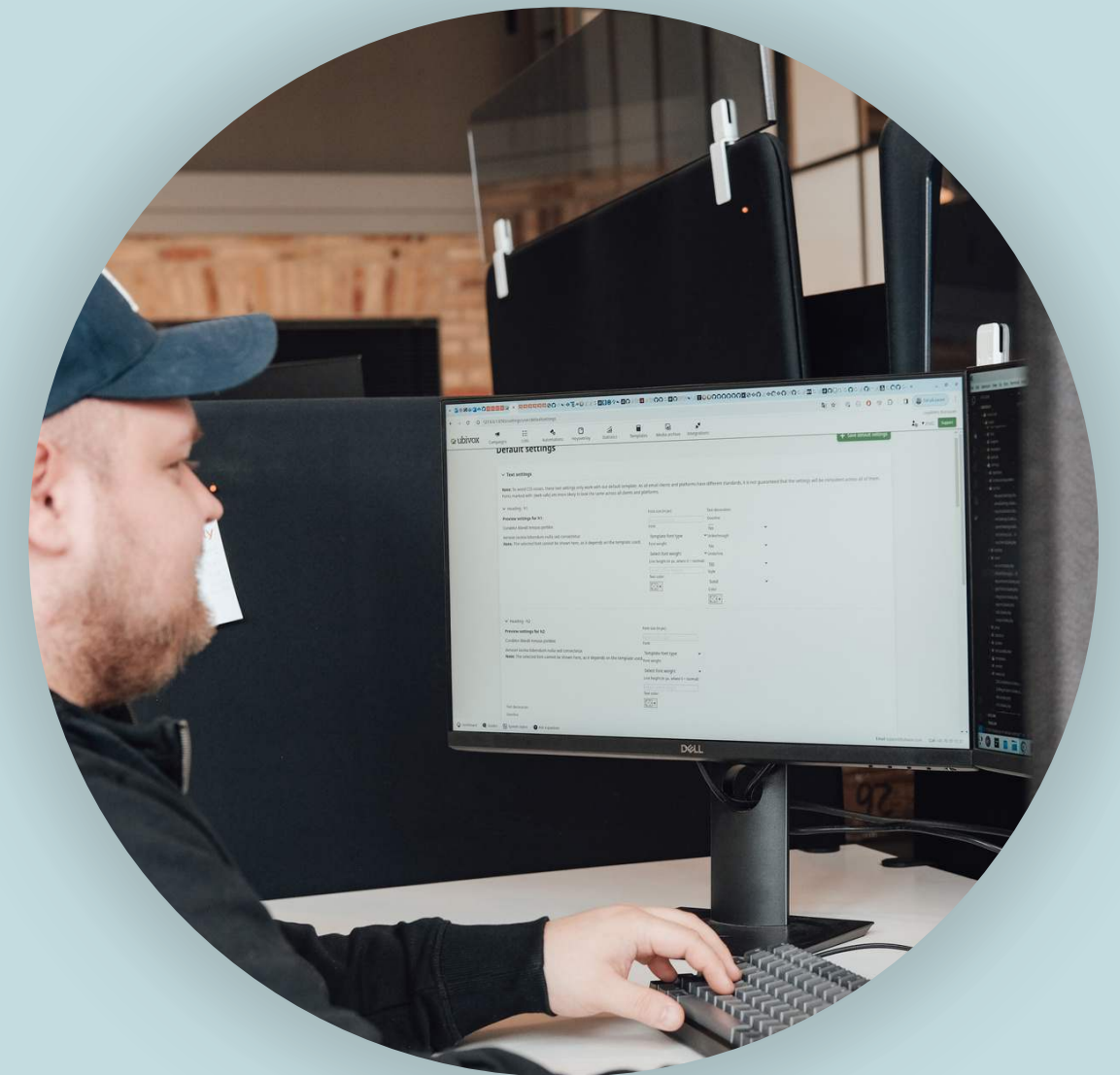
Spørgsmål 4:

Hvilke metrics bør jeg fokusere på, når jeg vil forbedre min leveringsevne?

- Google: Send kun til dem, der gider at åbne dine e-mails.
- Apple: Vi skjuler hvem, der åbner dine e-mails.

Derfor:

- Åbninger er svære at arbejde med.
- Klik viser kvalitet men kan også være “falske”.
- Se på interaktioner: Besvarelser og tal fra andre tools (fx GA).



Spørgsmål 5:

Hvilke processer kan jeg implementere for at opretholde en høj leveringsevne?



Spørgsmål 5:

Hvilke processer kan jeg implementere for at opretholde en høj leveringsevne?

- Oprydning af lister. Inaktive modtagere = passive afmeldinger.
- Se på dine tal jævnligt.
- Skriv e-mails, der leder til interaktion
- Tilmeld dit eget nyhedsbrev og forskellige flows - hvordan er oplevelsen?



Spørgsmål 6:

Hvordan sender jeg relevant indhold?



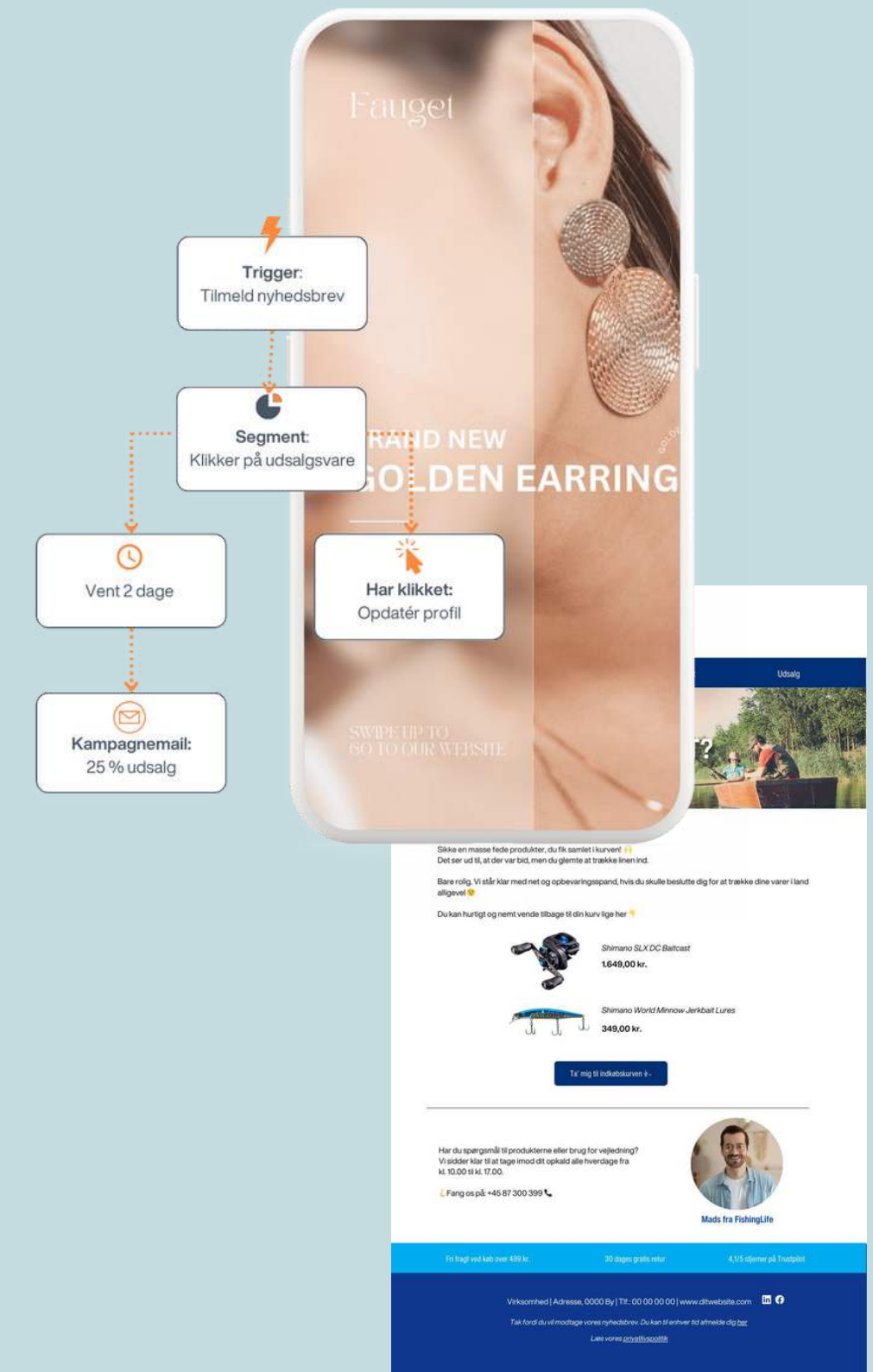
Spørgsmål 6

Hvordan sender jeg relevant indhold?

- Relevans = interaktion = bedre afsenderomdømme
- Automations og flows, der understøtter kunderejsen / din organisation og modtagerens interaktion med jer - fx:



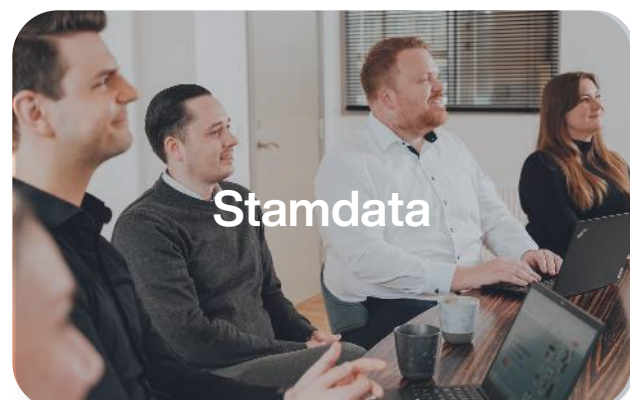
heyloyalty



Spørgsmål 6

Hvordan sender jeg relevant indhold?

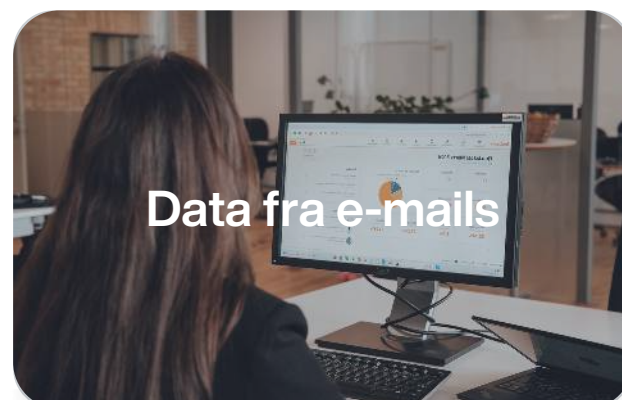
- Relevans = interaktion = bedre afsenderomdømme
- Segmentering af budskaber = mere relevans for den enkelte



Stamdata

Eksempler

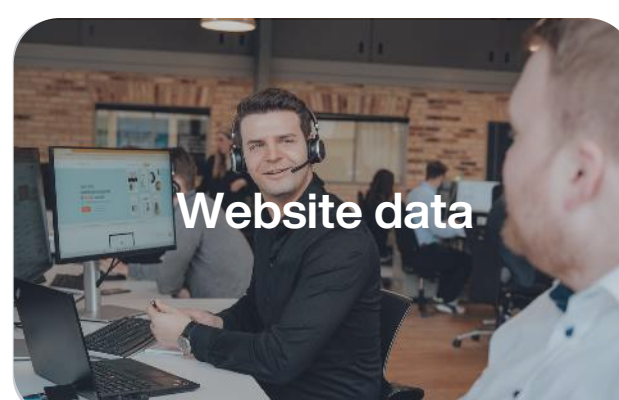
- Køn
- Alder
- By
- Fødselsdag
- Præferencer



Data fra e-mails

Eksempler

- Aktive / inaktive modtagere
- Seneste åbning for X-dage
- Klikrate over X-procent
- Har klikket i bestemt e-mailkampagne



Website data

Eksempler

- Har besøgt X-side Y- gange
- Har lagt ting i kurven uden at fuldføre køb
- Har set på X-produkt, kategori eller service
- Har ikke besøgt website i over X-tid



Købsdata

Eksempler

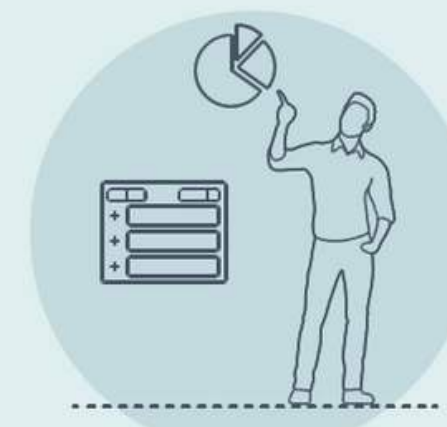
- Har købt X-produkt/service
- Har købt X-antal gange / over X-beløb (VIP-kunder)
- Har ikke købt i X-periode
- Tilbudsjægere

heyloyalty

WHITE PAPER

20 konkrete segmenter til din marketing automation

Der er ingen vej uden om segmentering, når du er på jagt efter højere klik- og åbningsrater, samt lavere afmeldingsrate. Derfor får du her 20 segmenter, der gør det lettere for dig at få succes med din marketing automation.



heyloyalty

Find og download vores white paper med 20 segmenter på:

heyloyalty.com/viden/heyacademy

Spørgsmål & dialog

heyloyalty



Martin Troelsen
mt@heyloyalty.com



David McNally
dm@ubivox.com

