

Webinar

Fra dataindsamling til kundeloyalitet

Sådan bruger du kundedata til at
øge salget og skabe stærkere
kunderelationer

Onsdag den 26. februar, kl. 10-10.45
Deltag online – helt gratis



Rasmus Melbye
CCO & Medstifter

customers 1st



Martin Bjerre Troelsen
Head of Sales & Marketing

heyloyalty

Agenda

- Hvem er vi?
- Hvorfor er marketing automation vigtigt i retail?
- Leadgenerering i fysiske butikker
- Dataindsamling fra fysiske og online aktiviteter
- Brug af kundedata i e-mail automations og kundeklubsaktiviteter
- Eksempler og tips til marketing automation
- Spørgsmål og dialog

heyloyalty



Kort om mig

heyloyalty



Martin Bjerre Troelsen

Head of Sales & Marketing

Jeg er:

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

Hvem er Heyloyalty?



- Dansk marketing automation platform: E-mail, SMS, kundeklub/loyalitetsprogram, pop-ups, webpush
- +20 års erfaring med marketing automation og loyalitetskoncepter.
- Vi står til rådighed som sparringspartner til professionelle.

Udpluk af kunder



MyTrendyPhone



SPEJDER SPORT



Udpluk af integrationer

customers 1st

NAVIPARTNER



dandomain



_zapier

playable





Rasmus Melbye

CCO & Co-founder

Jeg er:

- Ansvarlig for forretningsstrategi og Enterprise kunder
- Arkitekt på løsninger med mange integrationer
- Uddannet ingeniør og spiller selvfølgelig padel.

customers 1st

We make retailers
succeed

customers 1st

Hvad er customers 1st ?

Customers 1st er fremtidens in store retail platform til omnichannel forretninger.



A.I.

Kasse

Sagsstyring

Lager

Indkøb

customers 1st

In-store retail platform

Statistik

CRM & loyalty

Omnichannel

 **VISMA**

 **UNICONTA**

 **dinero.**

 **e-conomic**

 Microsoft Dynamics 365
Business Central

 **sumoshop**

 **WOO COMMERCE**

 **Magento**

 **shopifyplus**

Hesehus

 **shopware**

nets

WORLDLINE

 **MobilePay**

stripe

customers 1st

API



 **GOFACT**

 **sameSYSTEM**

Delfi
TECHNOLOGIES

zapier


IMAS

klaviyo

heyloyalty

 **mailchimp**

VOYADO

 **Trustpilot**

Compose your own landscape



customers 1st

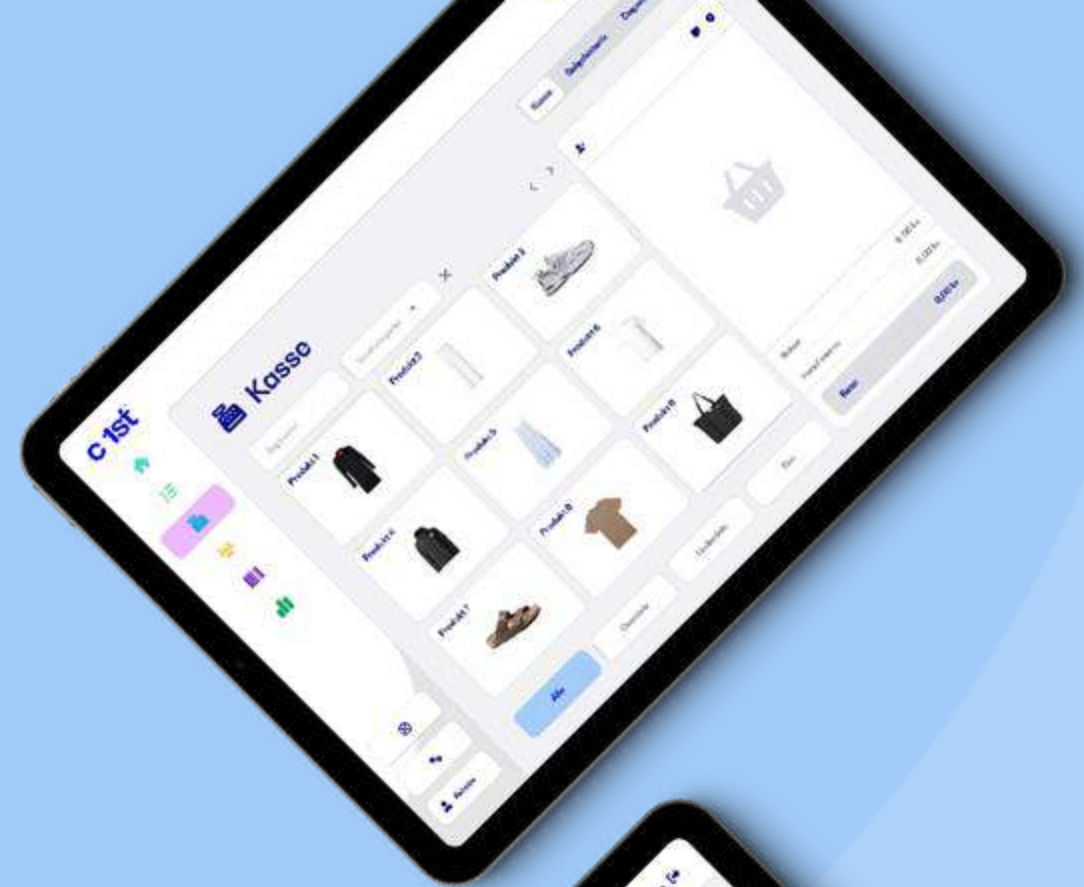


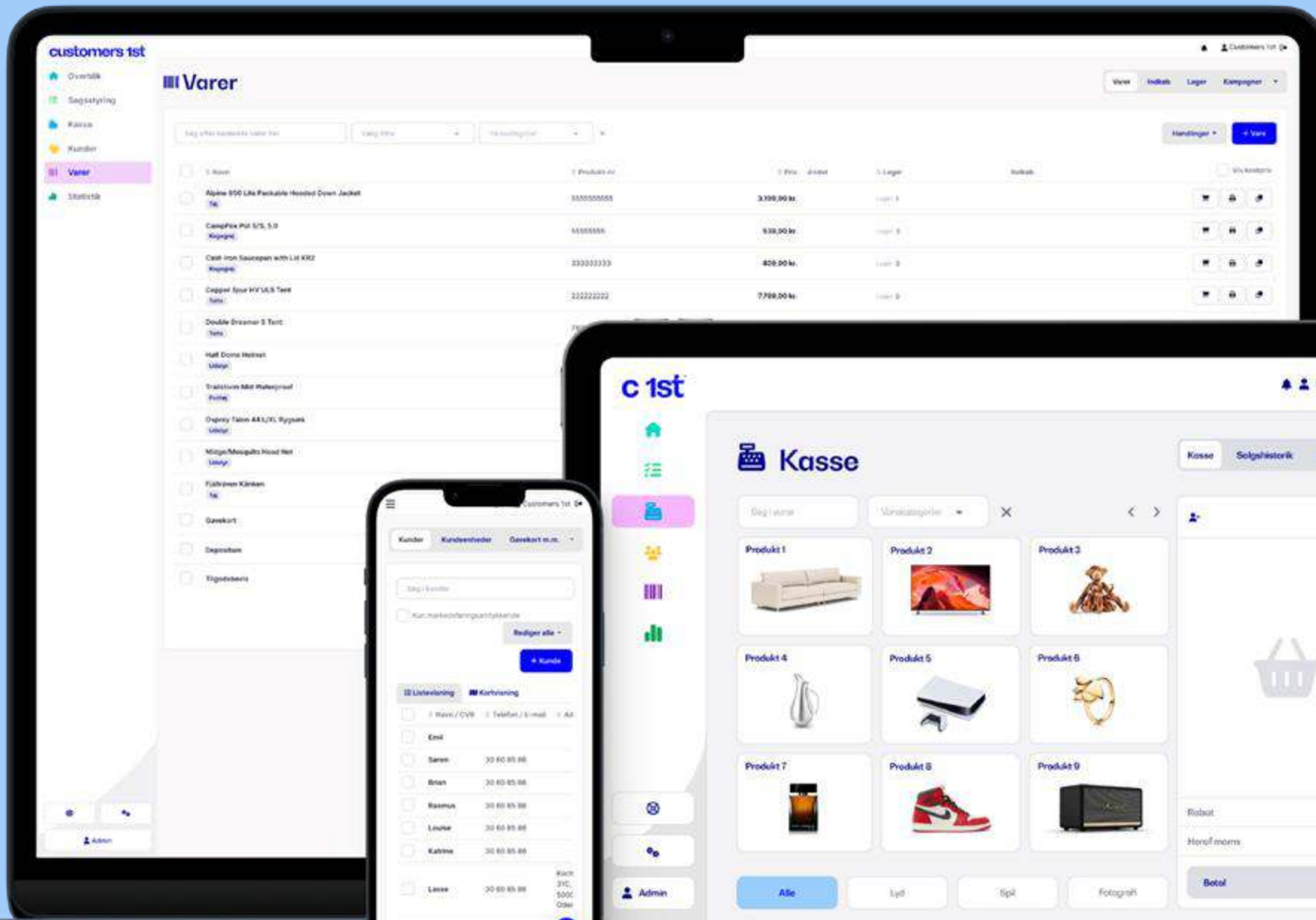
adyen

heyloyalty.

Fremtiden. I dag.

- Born web based and true cloud
- Langt billigere at komme i gang med
- PC, iPad, Mac, tablet
- Brugervenligt og confidence inspiring
- Kører på dit eget hardware
- Api baseret
- Truly omnichannel





customers 1st

- Overblik
- Salgstyring
- Kasse
- Kunder
- Varer**
- Statistik

Varer

Søg efter produkter eller varer	Varer	Pris	Årsat	Lager	Indst.	Handlinger			
<input type="checkbox"/>	0. Nive	0	Produkt nr.	0	Årsat	0 Lager	Indst.	<input type="checkbox"/>	Vis kortene
<input type="checkbox"/>	Alpine 950 Lite Parkable Hooded Down Jacket Te	555555555		3399,90 kr.	lager 1				
<input type="checkbox"/>	Campfire Pot 5/5, 5.0 Køkken	5555555		938,00 kr.	lager 5				
<input type="checkbox"/>	Cash Iron Saucepan with Lid KRZ Køkken	232323233		408,00 kr.	lager 3				
<input type="checkbox"/>	Copper Spur HV USA Tent Telt	22222222		7799,00 kr.	lager 8				
<input type="checkbox"/>	Double Dreamer 3 Tent Telt								
<input type="checkbox"/>	Half Dome Helix Udv.								
<input type="checkbox"/>	Trailmix Mini Waterproof Potte								
<input type="checkbox"/>	Osprey Talon 44 L/XL Rygsæk Udv.								
<input type="checkbox"/>	Midge/Mouganis Hood Hat Udv.								
<input type="checkbox"/>	Fjällräven Kånken Taske								
<input type="checkbox"/>	Gasvask								
<input type="checkbox"/>	Dejstern								
<input type="checkbox"/>	Vejlednings								

customers 1st

Kunde Kundeheder Gæstekort m.m.

Søg i kunder

Kun markedsføringsaktive kunder

Rediger alle

+ Kasse

Udførelse Kortvisning

- Navn / CVR
- Telefon / E-mail
- Adr.

- Emil
- Søren 30 60 85 99
- Brian 30 60 85 99
- Basmus 30 60 85 99
- Louise 30 60 85 99
- Kasper 30 60 85 99
- Lasse 30 60 85 99
- Mads 30 60 85 99

Kort 31C, 100C, 050C

info@k1st.dk

c 1st

- 🏠
- 📋
- 👤**
- 👑
- 📊

Kasse

Søg i varer

Varekategori

Produkt 1

Produkt 2

Produkt 3

Produkt 4

Produkt 5

Produkt 6

Produkt 7

Produkt 8

Produkt 9

Alle Lyd Spil Fotograf

Robot 0,00 kr.

Herof moms 0,00 kr.

Total 0,00 kr.

A woman with long, wavy red hair tied in a ponytail is working at a retail counter. She is wearing a light-colored, long-sleeved shirt. A male customer with a beard and a bald head, wearing a brown blazer over a white shirt, is smiling and handing a credit card to her. The background shows a clothing store with racks of clothes and shelves. The text is overlaid on the image in white, bold font.

**Vores mission er at facilitere
fremtidens kundeoplevelser.**

Sammen med jer.

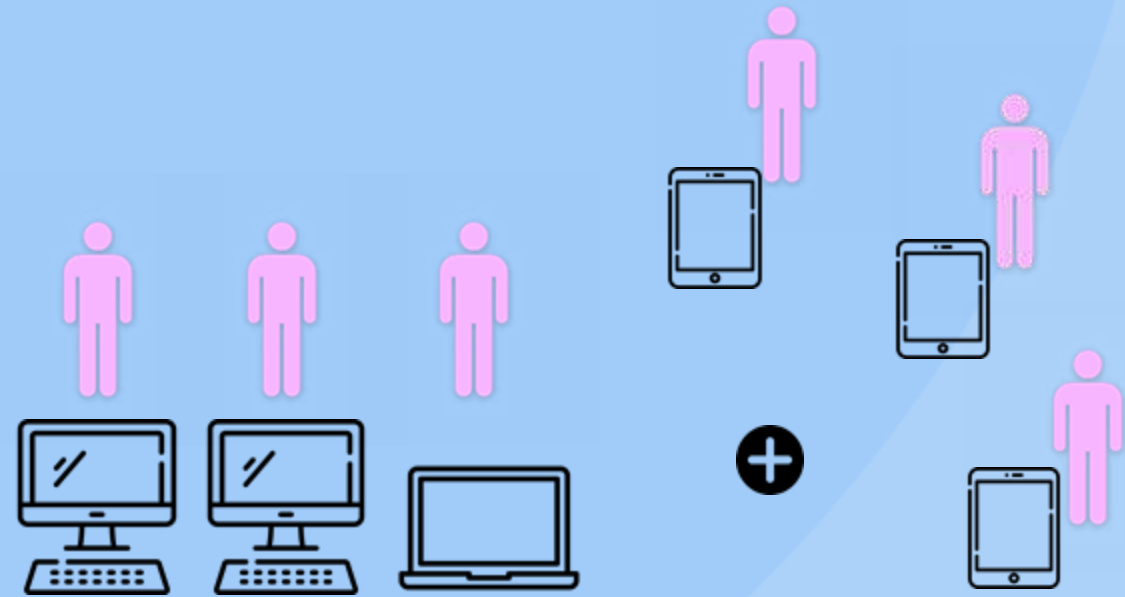
Skalér op og ned efter behov



1. Træt af lang kø og risiko for kunder der smutter?



2. Skaler systemet



3. Skab unikke kundeoplevelser og mersalg

Bruges af 1000+ butikker

- På mere end 2500 enheder hver dag.
- Fokus kun på retail
- Større forretninger og butikskæder
- Super høj kundetilfredshed



Telefon og IT forretning



Guldmed og smykkeforretning



Have og park forretning



Vinhandler



Låsesmed og -service



Tøj og sko forretning



Genbrugsbutik



Flyttefirma



Helsekostbutik



Boghandler



Legetøjsbutik



Møbelforretning

LI Lisa
6 anmeldelser DK



8. sep. 2021

Fantastisk kassesystem og god og tilgængelig teknisk support...

Fantastisk styresystem og nemt at komme i gang med.
Tak for sublim teknisk support, der hele tiden er til rådighed!
Vi bruger det med stor glæde i det lille galleri.

Mvh Lisa Klok

Hvorfor er vi her?

Marketing i retail er ofte præget af:

- Store mængder data og tracking af kunders adfærd (både online og i fysiske butikker)
- Mulighed for at kortlægge den digitale og fysiske kunderejse
- Mange systemer man skal sætte sig ind i (og bruge ressourcer på)
- ➔ Der stilles større krav til vores markedsføring, og det bliver samtidig dyre (fx at annoncere - grundet giganter som Temu)
- ➔ Generelt er der store krav til, at følge de nyeste trends for at holde på kundernes opmærksomhed

heyloyalty



Hvilke marketing automation udfordringer ser vi i retailbranchen?

- 1** *Hvordan indsamler vi de nødvendige data?
Der er mange muligheder, men hvordan udnytter vi dem uden at investere i ressourcetunge systemer?*
- 2** *Hvordan opbygger vi et setup, der kan kombinere alle kundens datapunkter?*
- 3** *Hvordan undgår vi, at alle vores datapunkter trigger for mange automations og bliver til larmende budskaber?*



Lad os se på løsninger til udfordringerne 🙌



heyloyalty



Indsamling af data i butik

Hvad vil vi gerne indsamle:

- Mail, navn og telefonnummer
- Fødselsdato eventuelt
- Markedsføring accept
- Kundeklub medlemskab status
- Salgstransaktioner
- Kundegrupper
- Betalingskort token



Indsamling af data i butik

Standard metoder til at indsamle data

- Ekspedienten udfylder data i POS vinduet, som minimum "navn" og "e-mail"
- E-mailen kan ofte bruges til at efterspørge mere data fra kunden, som kunden selv udfylder
- Brug eventuelt gamification til at opfordre til at få mere data fra kunden via CDP / CRM platform
- Hvis kunden har købt på web, vil deres data være tilgængelig i Customers 1st allerede

Customer

Name: Rasmus Melbye No items to show

Focus this field if you need to scan a health card using the magnetic stripe.

Telephone number: + 60 61 34 94

Email *: ram@c1st.com

Address: Fredens Allé 4

Zip nr. and city: 5250 Odense SV

Country: Denmark

VAT Reg No.:

EAN / GTIN number. 13 digit.:

Birthdate:

Customer groups: C1st

Note:

Marketing consent

customers 1st Close Save

Indsamling af data i butik – Andre metoder

- Mobilepay tilbyder at man henter kunders data via deres platform – kræver kun telefonnummer fra kunden
- Byg unikke løsninger med vores headless commerce funktionalitet
 - Assisted checkout
 - Recommendation / abandoned basket
 - Endless aisles ordre



MobilePay

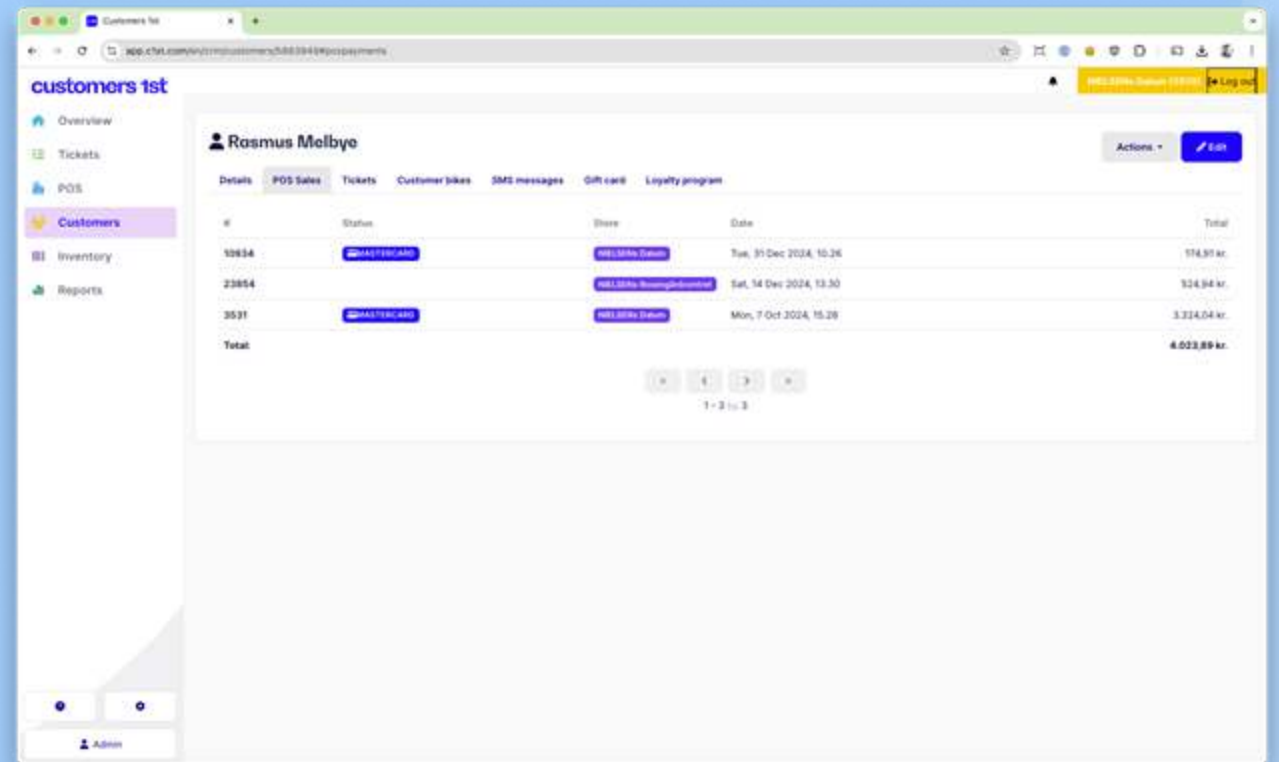
adyen



Muligheder ved integrationen

customers 1st ↔ heyloyalty.

- Live 2-vejs synkronisering af kundestamdata
- Få salgstransaktioner fra POS til Heyloyalty
- Få kundeklub status synkroniseret
- Administrer nemt marketingconsent
- Mulighed for double opt-in
- Lav automatiske regler for kundegrupper
- Synkroniser kundeklub point
- Udløs automatisk kunderabatter med kundegrupper



The screenshot displays the 'customers 1st' web application interface. The main content area shows the profile for 'Rasmus Melbye' with tabs for 'Details', 'POS Sales', 'Tickets', 'Customer likes', 'SMS messages', 'Gift card', and 'Loyalty program'. The 'POS Sales' tab is active, showing a table of transactions. The table has columns for 'ID', 'Status', 'Store', 'Date', and 'Total'. The data rows are as follows:

ID	Status	Store	Date	Total
10634	PAID	HELLO! Denmark	Tue, 31 Dec 2024, 10:26	174,91 kr.
23854	PAID	HELLO! Denmark	Sat, 14 Dec 2024, 13:30	324,94 kr.
3531	PAID	HELLO! Denmark	Mon, 7 Oct 2024, 15:28	3.214,04 kr.
Total				4.023,89 kr.

Navigation controls at the bottom of the table show '1 - 3 of 3'.

Hvad kan vi så bruge vores data til?



... Kundeklubber og marketing automation!

Den ideelle kundeklub skaber både værdi for din forretning og for kunden



Eksklusive goder, optjening af point, rabatter, VIP-fordele, early access osv.



Øget kundeloyalitet, øget salg, adgang til kundedata, øget kundelivstidsværdi (CLV)



En stærkere relation, tillid og styrket fællesskabsfølelse

Lad os se på forskellige typer kundeklubber 🙌

heyloyalty



Pointbaseret kundeklub

heyloyalty

- Der optjenes point ved køb, der kan byttes til rabat eller fordele
- **Fordele:** Det er nemt at arbejde med og let at forstå for kunder
- **Ulemper:** Når en kunde har brugt alle deres point, skal de starte forfra

Eksempel: H&M Members

OPTJEN POINT, MODTAG REWARDS

Shop H&M-varer for at samle point. Når du har optjent 1250 point, belønnes du med en bonus-reward på 25 kr.

MÅDER AT TJENE POINT PÅ →

1 point for hver 1 kr., du har shoppet h&m-varer for

200 point for at udfylde din profil

100 point for at indlevere uønskede tekstiler i butikken

25 point for at medbringe din egen pose



Niveaubaseret kundeklub

- Medlemmer inddeles i forskellige trin (tiers) alt efter interaktion
- **Fordele:** Kan give en følelse af eksklusivitet
- **Ulemper:** Kræver ofte bagvedliggende arbejde at udvikle

Eksempel: SAS EuroBonus

MEDLEMSNIVEAUER OG FORDELE

EuroBonus har fire medlemsniveauer: Medlem, Sølv, Guld og Diamant. Medlemsniveauet er baseret på antallet af optjente Niveaupoint eller kvalificerende flyvninger med SAS/Widerøe. Jo mere, du rejser i din kvalifikationsperiode på 12 måneder, desto hurtigere kan du nå op på det næste niveau og få gavn af flere fordele.

ER DU IKKE MEDLEM ENDMU? BLIV MEDLEM NU



MEMBER
STANDARD



SØLV
☆ 20 000 eller ✈ 10



GULD
☆ 45 000 eller ✈ 45



DIAMANT
☆ 90 000 eller ✈ 90

Kontingentbaseret kundeklub

heyloyalty

- Kunden betaler for at være medlem for at få eksklusive goder
- **Fordele:** Vi kan tillade os at give ”større” fordele, da vi kan geninvestere kundernes kontingent i aktiviteter
- **Ulemper:** Det kan være sværere at få medlemmer

Eksempel: Coop Medlem

Bliv **medlem** af Coop og få glæde af medlemsfordelene med det samme

Medlemskab koster et engangsbeløb på 200 kr. Dette beløb får du tilbage igen, hvis du ønsker at melde dig ud.

Som **Coop Medlem** får du en masse fordele



Optjen bonus

Som medlem optjener du bonus, når du handler. Du kan betale med bonussen i Coops butikker når som helst.



Personlige tilbud

Som medlem får du personlige tilbud hver uge, på det du køber mest. Tilbuddene skal aktiveres inden køb.



Medlemstilbud

Som medlem er der penge at spare på vores medlemstilbud. Scan appen eller medlemskortet, så får du din rabat.



Medlemspartnere

Som medlem kan du optjene bonus, når du handler hos Coops partnere. Der er alt fra forsikringer til mobilabonnementer.



Gratis Samvirke

Som medlem kan du hver måned hente et gratis Samvirke-magasin. Samvirke henvender sig til den nysgerrige forbruger.

Værdibaseret kundeklub



- Klubben er baseret på et community ud fra fælles værdier
- **Fordele:** Bidrager til et stærkt brand, hvor virksomhed og kunde arbejder mod et fælles mål
- **Ulemper:** Kræver ofter at man i forvejen er drevet af etiske eller værdibaserede mål

Eksempel: Patagonia Pro Program

Patagonia Pro Program

The Patagonia Pro Program is a membership program for qualified outdoor professionals, environmental grant recipients, and outdoor industry partners. Membership is by application, is not guaranteed and can be revoked at any time. If you are interested in applying, please sign in with an existing account to start the application or create a new account below.

Use your work issued email address when creating and applying for your account.

Step 1: Select Your Category

Pro Category

Pro Account Log in
Log in to your existing Pro account.

Email *

Password *

 We guarantee everything we make. View Ironclad Guarantee	 We take responsibility for our impact. Explore Our Footprint	 We support grassroots activism. Visit Patagonia Action Works	 We keep your gear going. Visit Worn Wear	 We give our profits to the planet. Read Our Commitment
--	--	--	--	--

Kombination af forskellige typer

heyloyalty

Eksempel: Klub SPORT 24

- Pointbaseret ud fra forskellige tiers

NY KUNDEKLUB
Nu opsparer du bonuspoint
Point er den nye valuta, når der beregnes bonus

Klub
SPORT
24

BRONZE-MELEM
**Køb for 0 - 2499 kr.
pr. år**

Du får 50 basispoint for hver 500 kr., du køber for.
Tilskrives løbende. Fx hvis du køber for 140 kr., får du 14 basispoint sat ind på din Klub SPORT 24-konto.
Alle medlemmer starter som Bronze-medlemmer hvert år den 1. januar.

**BRONZE
MEDLEM**
0 - 2499 Kr.

**SØLV
MEDLEM**
2500 - 4999 Kr.

SØLV-MELEM
**Køb for 2500 - 4999
kr. pr. år**

Juhull! Nu begynder du at få ekstrapoint. Du får nemlig 150 point ekstra for hver 500 kr., du køber for.
De 150 ekstrapoint indsættes på din klubkonto, når du har købt for i alt hhv. 2500 kr., 3000 kr., 3500 kr., 4000 beløb, kr. og 4500 kr. Du kan opjævne 150 point 5 gange i alt.
Alle dine køb udlæses stadig løbende basispoint.
Pointene tilskrives din klubkonto, når du i alt har købt for det respektive beløb.

+150
point

GULD-MELEM
**Køb for 5.000 kr.
eller mere pr. år**

Du har nu taget næste skridt op ad stigen! Fra nu af er du Guld-medlem. Du får nu 300 ekstrapoint, hver gang du har købt for 500 kr.
De 300 ekstrapoint får du, når du har købt for i alt 5000 kr., 5500 kr., 6000 kr., osv. for hver ekstra 500 kr. et uendeligt antal gange - indtil du igen bliver Bronze-medlem den 1. januar det efterfølgende år.
Du får stadig løbende basispoint på din Klub SPORT 24-konto. Tilskrives, når du i alt har købt for det respektive beløb.

**GULD
MEDLEM**
5000+ kr.

+300
point

Kombination af forskellige typer

heyloyalty

Eksempel: Club Matas Plus

- Du kan enten være medlem af Club Matas eller betale for at være Plus-medlem

Større fordele. Større forkælelse.

Spar flere penge med **Club Matas Plus** – en opgradering til Club Matas med endnu større fordele. Fra kun 31 kr./md. får du fri fragt helt til døren, ekstra tilbud hver 14. dag og tredobbelt point på dine køb, som du kan bruge til at betale med.

Prøv gratis* i 30 dage – du kan altid afmelde, hvis det viser sig, at det ikke er noget for dig.

Prøv 30 dage gratis*

Fra 31 kr. / md. efter prøveperiode.

Ingen binding ved et månedsmemberskab. 6 måneders binding ved et årsmemberskab. *Gælder for nye Plus medlemmer.



Fri fragt til døren

Uanset hvilket beløb du shopper for, leverer vi uden ekstra beregning



Ekstra tilbud hver 14. dag

Få ekstra tilbud kun for Plus medlemmer, fx rabatter på beauty, sundhed eller hele dit køb



3 x point på dine køb

Vi tredobler dine point, som du kan bruge til at betale med



Prøv 30 dage gratis*

Udvid dit Club Matas medlemskab og oplev alle glæderne ved et Plus medlemskab.

Hvordan opbygger vi et setup, hvor vi kan bruge datapunkter fra kundeklubben?

heyloyalty

Opstil en plan, hvor du tænker baglæns:

- 1 Hvordan vil vi arbejde med **personalisering** og **segmentering**?
- 2 Hvilke **data** skal vi bruge til det?
- 3 Hvordan kan vi indsamle og opbevare disse **data**?
- 4 Hvad kræver det af vores **setup**?



Mange datapunkter kan trigge mange e-mails...

heyloyalty

... Så hvordan undgår vi, at vores e-mails fremstår som spam?

"E-mail marketing... Nå, så det er jer, der sender alle de der spammails?"



Hvordan undgår vi, at vores e-mails fremstår som spam?

”E-mail marketing... Nå, så det er jer, der sender alle de der spammails?”

Undgå at dine e-mails fremstår som spam:

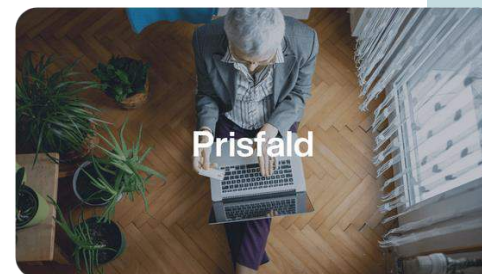
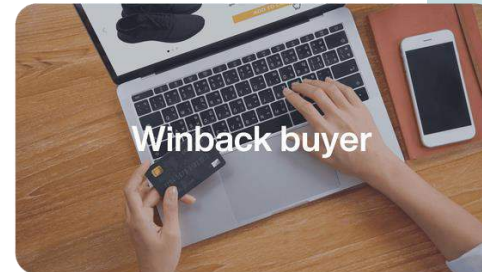
- Send **relevant indhold** baseret på modtagerens interesser
- Undgå at sende produkter kunden allerede har købt



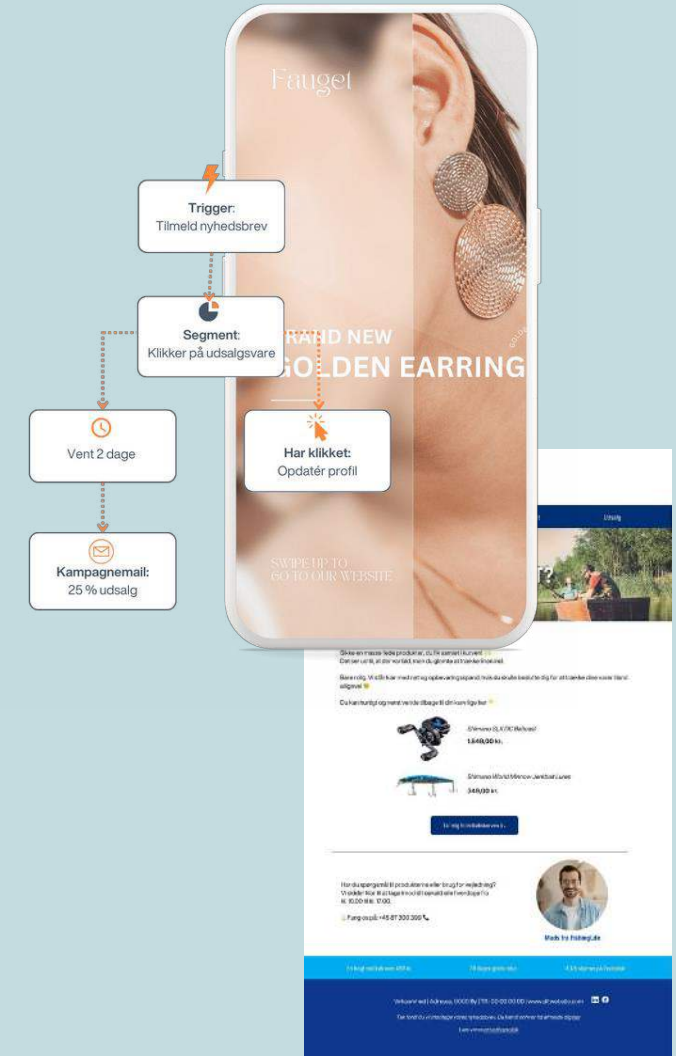
Hvordan undgår vi, at vores e-mails fremstår som spam?

Send relevant indhold

- Automations og flows, der understøtter kunderejsen
- Segmentering af budskaber



heyloyalty



Hvordan undgår vi, at vores datapunkter trigger for mange automations?

Løsning: Brug dine data til at sætte begrænsninger

➔ Fx kunder der har købt online eller i fysisk butik de seneste 7-14 dage, får ikke konverteringsorienterede automations.

heyloyalty



Eksempel på et stærkt setup ved en af vores kunder

Dansk butikskæde og webshop, der sælger sportstøj og udstyr.

3 fokusområder:

- 1 At fange nye brugere → Konstant nyt flow af kunder i butikken
- 2 Indsamling af data → Mulighed for at lave automations og segmenterede kampagner
- 3 Vi skal vide, hvem du er – også i butikkerne
→ Mulighed for relevant service, opfølgning og retargeting

Behovet er ikke nødvendigvis at sælge her og nu.

Det er vigtigere at vide hvem kunden er.



Eksempel fra en af vores kunder

De bruger bl.a. deres data til 6 primære segmenteringskriterier:

Aktiviteter (fx fashion, løb, håndbold)

Aktivitetstype (fx indoor og outdoor)

Audience (fx børn og familie)

Tid (fx e-mail åbnet i går)

Adfærd (fx onsite og butiksadfærd)

Loyalitet (fx gode kunder og bonustrin)

Nøglen til succes her: Der er en klar og prioriteret strategi til leadindsamling (online og offline) samt en visionær automationstrategi

heyloyalty



Resultatet af krydssalg (online og fysiske transaktioner)

Ved vores kunder, der lykkedes med det, ser vi:

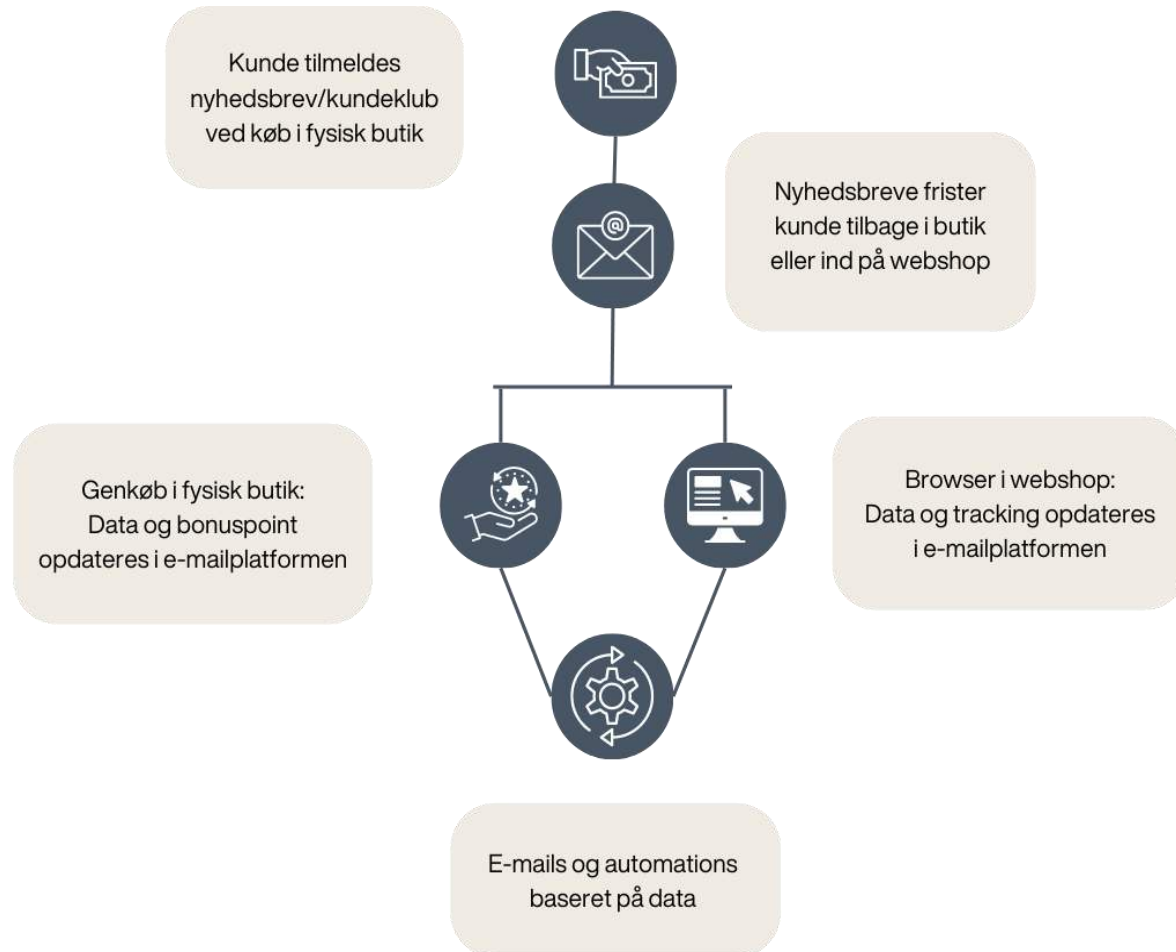
- Højere købsfrekvens
- Større basket size
- Større CLV

heyloyalty



Forsimplet udgave af kunderejsen gennem e-mail flows

heyloyalty



Mål:

At aktivere kunder (online og offline) gennem relevante automations

Spørgsmål & dialog



Martin Troelsen

mt@heyloyalty.com



Rasmus Melbye

ram@c1st.com

heyloyalty



Tak for i dag!