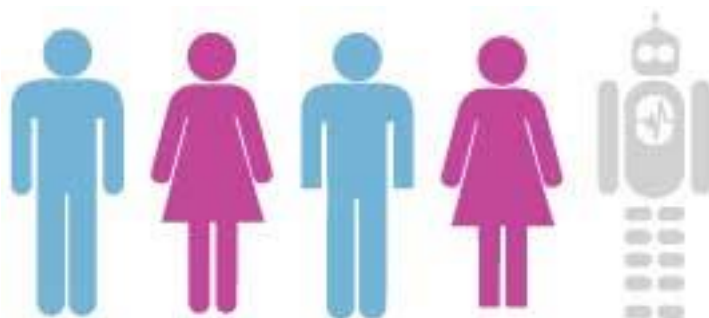


# 3 hack för er digitala resa 2017

Vi möter nu den andra vågen av digitalisering, där skärmar blir sensorer och artificiell intelligens börjar finnas i ting runt om oss. Och visst är ambivalensen kring vart digitaliseringens gränser skall dras fortfarande stor, men faktum är att **teknikens framfart** faktiskt skapar tid för oss att **bygga relationer**. Och gällande just vårt förhållande till kunden måste vi i större utsträckning använda data till att förstå hur vi kan och bör utveckla relationen.



För 2017 kommer det på allvar att gå upp för många att kunden faktiskt sitter i förarsätet, och förväntar sig att om vi använder deras data, så måste det vara till fördelaktiga villkor och i personaliserad tappning. Helt ärligt så får vi hoppas att detta blir året då vi omformulerar det som kallas Big data till Smart data. Smart som i relevant, för att i realtid agera på kundens förändrade attityder; nuförtiden har du **10 sekunder** eller mindre för att fånga kundens intresse.

## Men

om vi börjar i rätt ände, så är det nog många av oss som känner att

digitaliseringsstormen lite har tagit oss på sängen. Där vi likt chockade föräldrar som just fått sitt barn i famnen undrar – okey, det här borde vi ju ha koll på, men hur tusan gör man....

Föga förvånande så listas datadriven marknadsföring (marketing automation) som den främsta trenden 2017. Därför har vi satt ihop en snabbguide till dig, som vill lära dig mer om

en teknologi som *hjälper er* att genomföra personifierade "en till en" konversationer över multipla kanaler, och med många personer.

Så, hur ser verkligheten ut för oss?



- Vi är mitt i en explosion av erbjudanden – en person ser i snitt 2900 marknadsbudskap per dag.
- Dina kunder sitter i förarsätet – i upp till 90 % av köpresan vill man kunna söka information självständigt.
- Ökade förväntningar på upplevelsen – 64 % av kunderna säger att kundupplevelsen är viktigare än priset.

Just kundupplevelsen ligger högt uppe på agendan för de flesta organisationer (Läs mer i [Vår rapport om varför CX trender 2017](#)); nära 90 % av företagen hävdar att det främsta konkurrensmedlet är just kundupplevelsen, vilket ställer stora krav på bl.a. marknadsavdelningen att också se till att skapa en exceptionell sådan – att visa att ni på djupet förstår kundens förutsättningar.

Här listar vi tre hack för att ge dig en flygande skjuts på er digitala resa;

### 1. Skapa ryggraden i din kommunikation:

- Sätt mål för hur ni skall förflytta er från taktiska måttal till ökad affärsvolym.
- Skapa s.k. buyer personas (kundarketyper), och tänk er in i deras rädslor, problem – kort sagt, vad de går igenom varje dag.
- Mappa ihop ditt content med personas, och segmentera din kundbas på så sätt att ni kopplar samman produkter till dina kundsegment (dvs jobba inte med hagelbössor-principen).
- Beskriv hur kundresan ser ut efter köp (Ett tips är att intervjua kunder till er; Vad hade de för funderingar i respektive steg av köpresan?)





2. Dags att gå till handling; Förflytta er från monolog till dialog. Så gör ni det: Skapa en mix mellan triggade email, re-targeting annonser, varma samtal och personiserat innehåll genom att göra såhär:

- Personaliserade webbupplevelser - presentera personliga budskap baserat på datan ni har om kunderna
- Meningsfulla retargeting annonser – det är irriterande att bli exponerad för retargeting för något som man inte vill ha (problemet då är att leverantören inte kunnat koppla samman datan rätt).
- Automatiserade content rekommendationer – ett så kallat content bibliotek (akta bara så att ert content bibliotek inte blir en content-kyrkogård, som ingen hittar till...).
- För att vara relevant för kunden beroende på var man befinner sig i köpresan behöver ni skapa dialoger med triggade e-postutskick

## Några exempel där ni bör ha triggade e-mail

- Upptäcker- / nyfikenhetsstadiet
- Söker information
- Fyller i formulär (nyhetsbrev, rapport, prova på etc.)
- Laddar ned content
- Välkomstmail
- Återaktivering (vi saknar dig)
- Personlig uppmärksamhet (ex födelsedag)
- Köp - tack för att du är kund
- Tid för att uppgradera / förnya
- Övergivet formulär

Var noga med att följa upp med personliga *en-till-en* dialoger i kritiska konverteringspunkter i kundens köpresan. Det kan röra sig om

- [Chatt](#)
- Boka in [personliga möten](#)
- Bjuda in till [event](#)
- Genomföra [marknads- och kundundersökningar](#)

Tänk på detta:

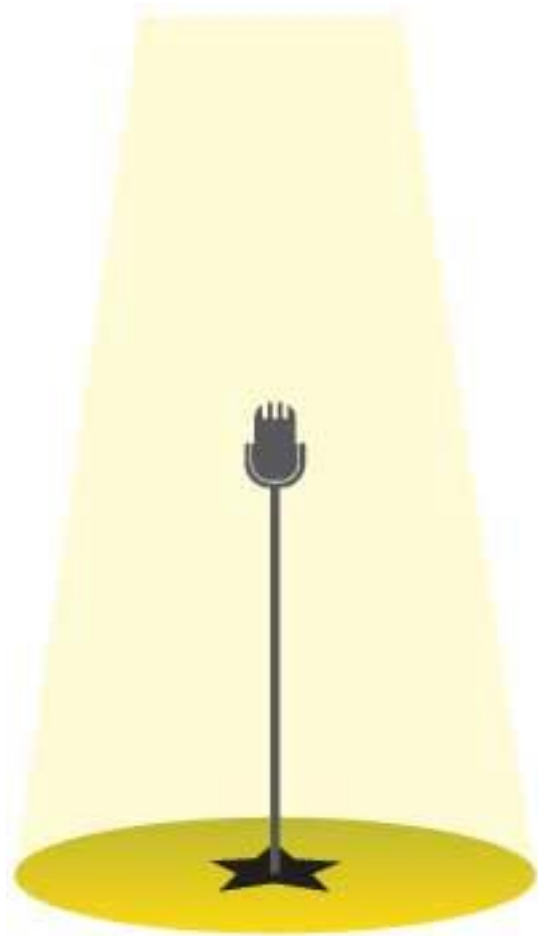
- Förflytta er från silobaserad kommunikation (kunden tänker inte en kanal) till omni-kanalkommunikation.
- Tillgodose vad din publik vill ha i de olika delarna av köpresan med hjälp av [marketing automation](#)
- Glöm inte att fokusera på hela kundlivscykeln (alldeles för många företag slarvar med kommunikationen efter att kunden blivit kund)

### 3. Talangerna, talangerna, talangerna

I all digitalisering och datadriven marknadsföring får man inte glömma bort människans betydelse. Faktum är att den mänskliga och autentiska interaktionen är viktigare än någonsin och det är just kombinationen av data och mänsklig handpåläggning som skapar framgång.

Utifrån ett talangperspektiv så behöver vi leta efter personer som påminner om ett kinder ägg, och är en "Thinker, Doer & Feeler" – där den ultimata strävan måste vara att likt en da Vinci, vilja förstå och hela tiden förbättra kundens upplevelse.

Som arbetsgivare behöver ni också förstå att människorna som jobbar hos er, fungerar i stor grad som era kunder. Möjliggör en kreativ & känslomässig anknytning till ert varumärke - ytterst en känsla av tillhörighet.



Vi kommer under 2017 att se en förflyttning från tiden då data styrde oss, till att **människan igen får stå i centrum**. I det avseendet kommer vi alla behöver fundera på vilken social valuta vår organisation bidrar med.

## Lämna aldrig kundens sida!

