



Times are Tough

ONLINE INSPIRATIONSMORGEN

23. maj 2024



DAGENS VÆRTER



Mariann L. Antoniussen
Presale Consultant



Susan L. Hansen
Presale & Business
Consultant



DAGENS AGENDA

1

Times are Tough

Introduktion og e-bog

2

Kundeprogram

Salgsintelligens (SAINT) og salgsmål

3

AI Lab

Nyheder og pilot

4

Marketing PREMIUM

Marketing Automation Flows i SuperOffice

5

Spørgsmål

- til dagens emner

6

Afrunding og evaluering

Tak for i dag





TIMES ARE TOUGH



Relationships that matter. Revenue that grows.

NYE TIDER – NYE BEKYMNINGER!

Konkurrencen er overalt



Hvordan skiller man sig ud fra mængden?

Økonomien er presset



Hvordan skaber man en robust salgspipeline?

Lavere budgetter og færre ressourcer



Hvordan gør man mere med mindre?

Kundernes forventninger ændrer sig



Hvordan opbygger man de relationer, kunderne ønsker?

Teknologisk udvikling ændrer forretningen



Hvordan halter man ikke bagud i udviklingen?

TIMES ARE TOUGH

Ny e-bog til download

I vores nye e-bog har vi sat fokus på 3 vigtige forretningsstrategier der kan hjælpe virksomheder med at klare den økonomiske storm og komme ud på toppen.

- Tiltrække nye kunder
- Sikre glade og tilfredse kunder
- Sælge mere til eksisterende kunder



EMNER VI BEHANDLER I E-BOGEN



1. NYE KUNDER

Ved, hvem du skal sige 'ja' og 'nej' til - vigtigheden af at kende din ICP

2. KUNDEFASTHOLDELSE

Sæt kundeservice i centrum: Sådan undgår du "churn"

3. SÆLG MERE TIL EKSISTERENDE KUNDER

Mersalg og krydssalg: Sådan sikrer du omsætningsvækst

HVORDAN KAN CRM HJÆLPE?



1. CRM – en redningsvest til at klare den økonomiske storm
2. Hvordan en CRM-løsning kan hjælpe dig med at tiltrække nye kunder
3. Hvordan en CRM-løsning kan hjælpe dig med at øge kundefastholdelsen
4. Hvordan en CRM-løsning kan hjælpe dig med at sælge mere til eksisterende kunder



E-BOG

“A LEADER’S GUIDE TO BUSINESS GROWTH IN TOUGH TIMES”



CONTENTS

- 1 Introduction
- 2 Setting the scene: What worries business leaders today
- 7 Narrowing your focus: Three proven strategies that can help
- 9 Focus on winning new customers
- 18 Focus on boosting customer retention
- 25 Focus on selling more to existing customers
- 30 CRM – a life vest to weathering the economic storm
- 34 Conclusion

INTRODUCTION



Times are tough. The economic situation in the world right now is far from being stable.

Due to the shaky economic circumstances, businesses are now facing unprecedented challenges, such as rising inflation, soaring interest rates, labor shortages, disrupted supply chains, declining customer demand, and others.

For medium-sized B2B organizations, in particular, this means it's time to reevaluate the key business strategies in order to not just weather the storm, but also emerge stronger.

As business leaders today are navigating through unpredictable market conditions, they need to not only adapt, but also make a strategic shift in focus that will help their companies thrive in times of adversity.

Having been on the market for over 30 years, SuperOffice has seen it all – the ups and downs of economies, financial crises, political turmoil, and returns to growth and prosperity.

Since we managed to get over all of those fluctuations, we've decided to share our knowledge and hands-on experience.

In this guide, we will:

- Outline the key challenges of today's turbulent business landscape.
- Offer you our vision on how to tackle the key challenges: attracting new customers, selling more to existing customers, and boosting customer retention.
- Share some of the lessons we've learned from our own experience of going through tough times.
- Give you the unique insights we've collected by talking to thousands of companies about their growth strategies and tactics.

What we want to do with this guide is to help you **focus on what matters most now – finding, catching and keeping happy customers.**

OVERVIND “TOUGH TIMES”

Fokuser på de 3 vigtigste forretningsstrategier og understøt disse med CRM

Find og vind nye kunder



Behold de hårdt tjente kunder



Sælg mere til dine (glade) eksisterende kunder





KUNDEPROGRAM

Brug SAINT og Sales Target til at sikre at
dit kundeprogram bliver fulgt og dine
KPI'er opfyldt



KUNDEPROGRAM

Defination

Et kundeprogram er en strategisk tilgang til at opbygge og vedligeholde relationer med kunder gennem en række målrettede aktiviteter og incitamenter.

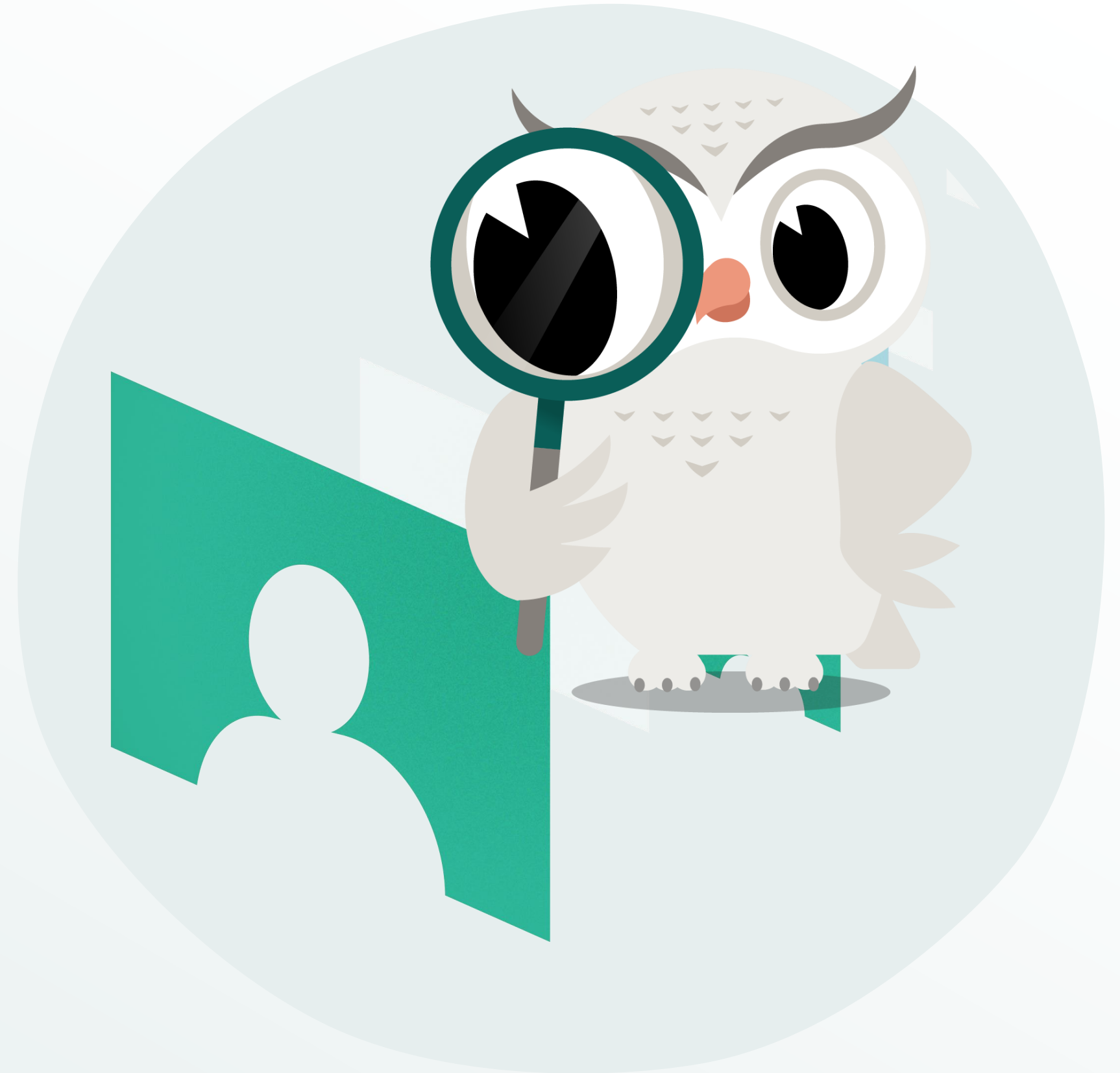
Formålet med et kundeprogram er typisk at skabe loyalitet, øge kundetilfredshed, opnå gentagne køb og styrke kundens tilknytning til virksomheden eller brandet.



HVORDAN...?

SuperOffice skal understøtte jeres kundeprogram.

Jeres medarbejdere skal være bekendt med kundeprogrammet.



CRM/KUNDEPROGRAM

Et eksempel på et kundeprogram

Kundekategori

Definer dine kundekategorier i forhold til omsætning:

- ✓ A-kunde: > xx tusind
- ✓ B-kunde: ≤ xx tusind
- ✓ C-kunde: < xx tusind



Aktivitetsfrekvens

Antal møder pr. kategori/år

VIP arrangementer og kampagner



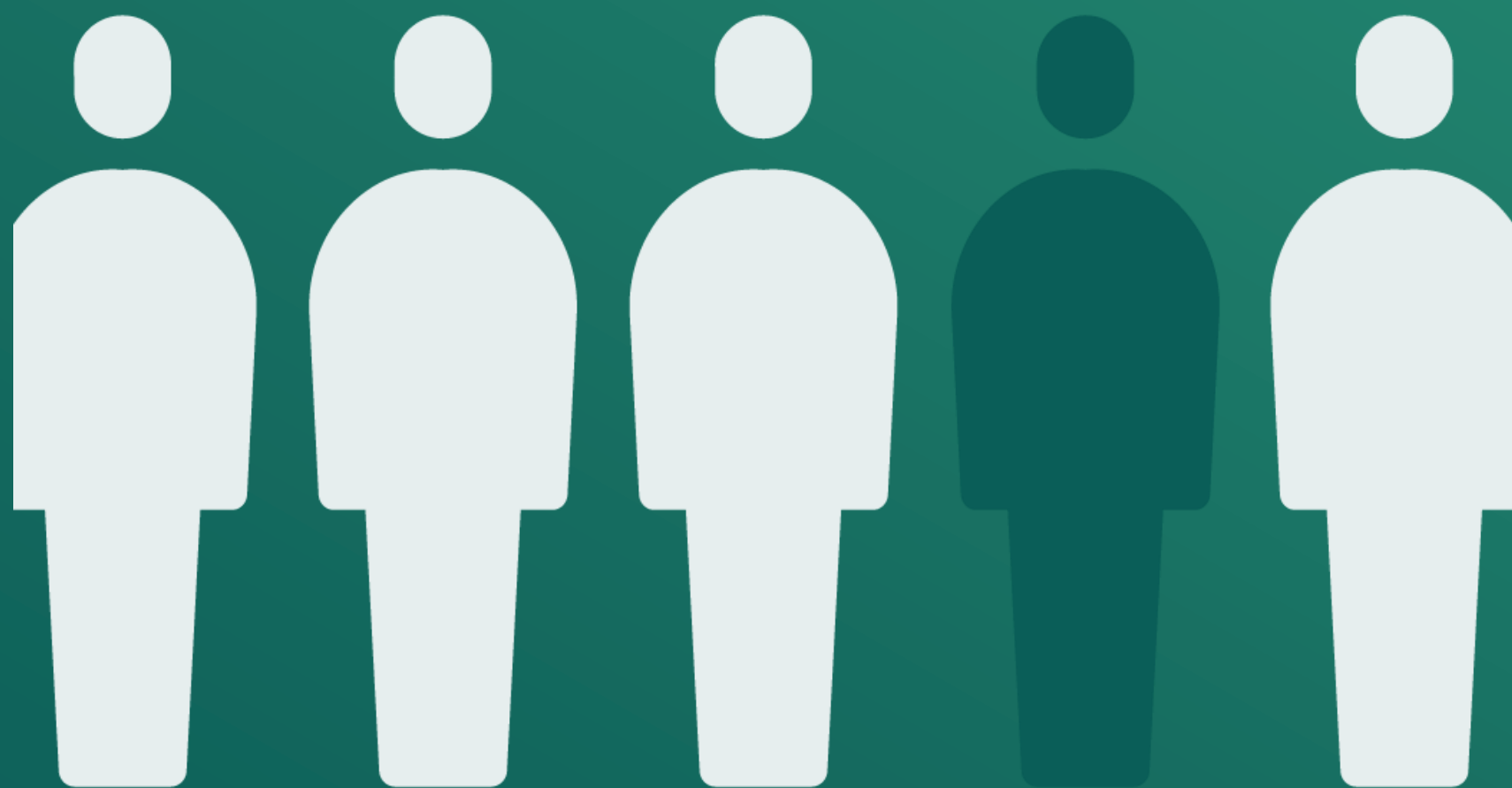
KPI

Vækste 10% i omsætning på A-kunder

Minimer churn (kundeafgang)

Øge kundeengagementet (events, kampagner etc)





KUNDE KATEGORISERING

- ✓ Integration med Erp
 - ✓ Køb år til dato
- ✓ Scripting
 - ✓ Solgte "Salg" i SuperOffice

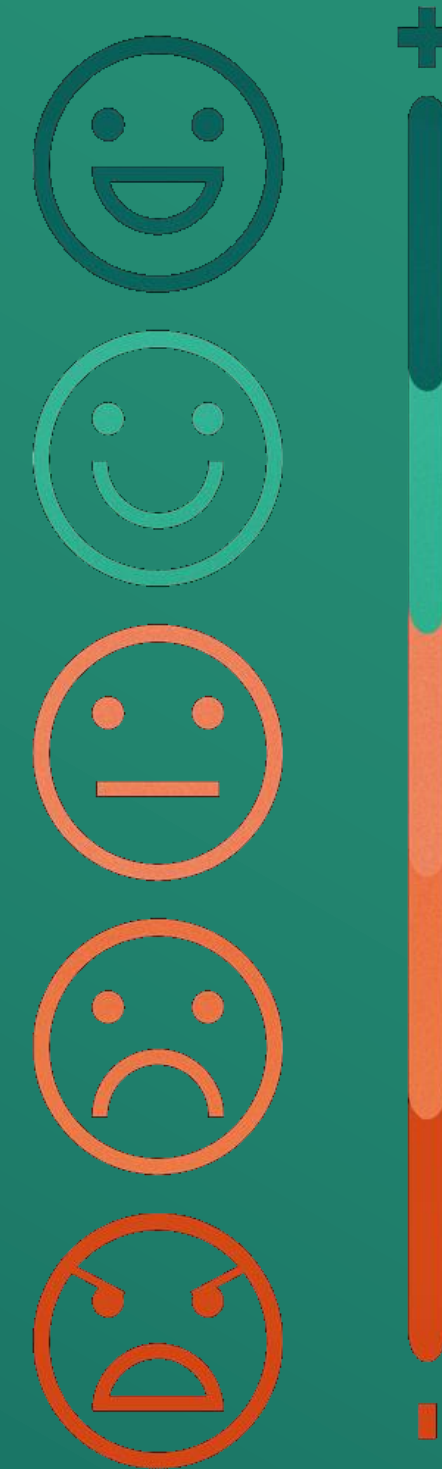
AKTIVITETSFREKVENNS

- ✓ Besøgsfrekvens
- ✓ Aktivitetstyper & møder med den rigtige person
- ✓ Engagement (events, kampagner etc.)



RAPPORTERING

- ✓ Dashboard
 - ✓ Forsømte kunder
 - ✓ Aktivitetsliste
 - ✓ Manglende opfølgning på tilbud
 - ✓ Kundetilgang/kundeafgang
- ✓ SAINT (Sales Intelligence)



SAINT SUPEROFFICE SALES INTELLIGENCE

At være proaktiv – kontrollere en forventet situation, før den opstår

- ✓ Hvilke kunder har vi ikke fulgt op på de sidste 6 måneder?
- ✓ Hvilke kunder har ikke købt hos os inden for de sidste 3 måneder?
- ✓ Er der kunder med for mange sager inden for de sidste 6 uger?
- ✓ Er der fremtidige aktiviteter registreret på alle aktuelle projekter?



SAINT REGLER

EKSEMPEL PÅ SAINT R

Forsømte kunder:

Kriterier som “antal opfølgninger

SuperOffice

Licenser

Brugere

Roller

Privacy

Tællere

Firma

Projekt

Person

Statusovervågning

Navn

Prioritet

Forsømte kunder

3

Kunden uden køb det sidste år

5

Forsømte kunder

Beskrivelse

Opret opfølgning

Mangler aktivitet

☒ Vis



Ændr billede

Vis statusser...

Forsømte kunder

Mangler aktivitet

Senest opdateret 06-05-2024 11:20



Opret opfølgning

Tilføj i udvalg...

Luk

Service

Bemærkning

Interesser

Børsen

N

>

...

Vores kontakt:

Test Demo

Kategori:

A - Kunde

Kode:

TU INSTALLA

Nummer:

10063

SE-pris:

Branche:

Handel

Primær person:

Bent Hansen

06-01-2022 MA

←

→

≡ Opgave

Rediger

Salg

Projekter

Tilbudsdokumenter

Sager

Pote

>

...

Træk en kolonneoverskrift, og slip den her for at gruppere efter den pågældende kolonne

▼ K..

Dato

▼ Type

▼ Tekst

▼ F ▼

F ▼

S. ▼

▼ Salgsnavn

▼ Navn

▼ Projek...

▼

Relationships that matter. Revenue that grows.

SAINT – SUPEROFFICE SALES INTELLIGENCE

SAINT er tilgængelige for:

Alle kunder med Sales Premium, Service Premium eller Marketing licens



SALES TARGET

*Vi har altid et mål, som vi forsøger at nå – få realtime data med **SALES TARGET**, som vil hjælpe med at guide jer til beslutninger og aktioner*

Sammenlign jeres faktiske salg med jeres salgsmål



SALES TARGET

Opsætningsmuligheder

Targets

SALES TARGETS

Select year: 2022

Freetext search

	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Apr 2022	May 2022	Jun 2022	Sum	
▼ Sales EUR ▼	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	= 5,100,000	🔒
All	494,251	494,251	494,251	494,251	294,251	494,251	= 5,731,012	
Abigail Hart	62,500	62,500	62,500	62,500	62,500	62,500	= 750,000	🔒
Abigail Harrison	200,000	200,000	200,000	200,000	0	200,000	= 2,200,000	🔒
Anna Brown	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	= 600,000	🔒
Dylan Reed	27,084	27,084	27,084	27,084	27,084	27,084	= 325,008	🔒
	29,667	29,667	29,667	29,667	29,667	29,667	= 356,004	🔒
Company target	62,500	62,500	62,500	62,500	62,500	62,500	= 750,000	🔒
Technical	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	= 150,000	🔒
Finance department	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500	= 450,000	🔒
Administration	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	= 150,000	🔒
Marketing								
Services								

Search criteria

+ Add groups and users

Create targets for your teams and their members to track their progress.

Task

Save Save and close Close

Brugergruppens
mål

Firmakategori
Branche
Land

Salgstype
Kilde
Konkurrent

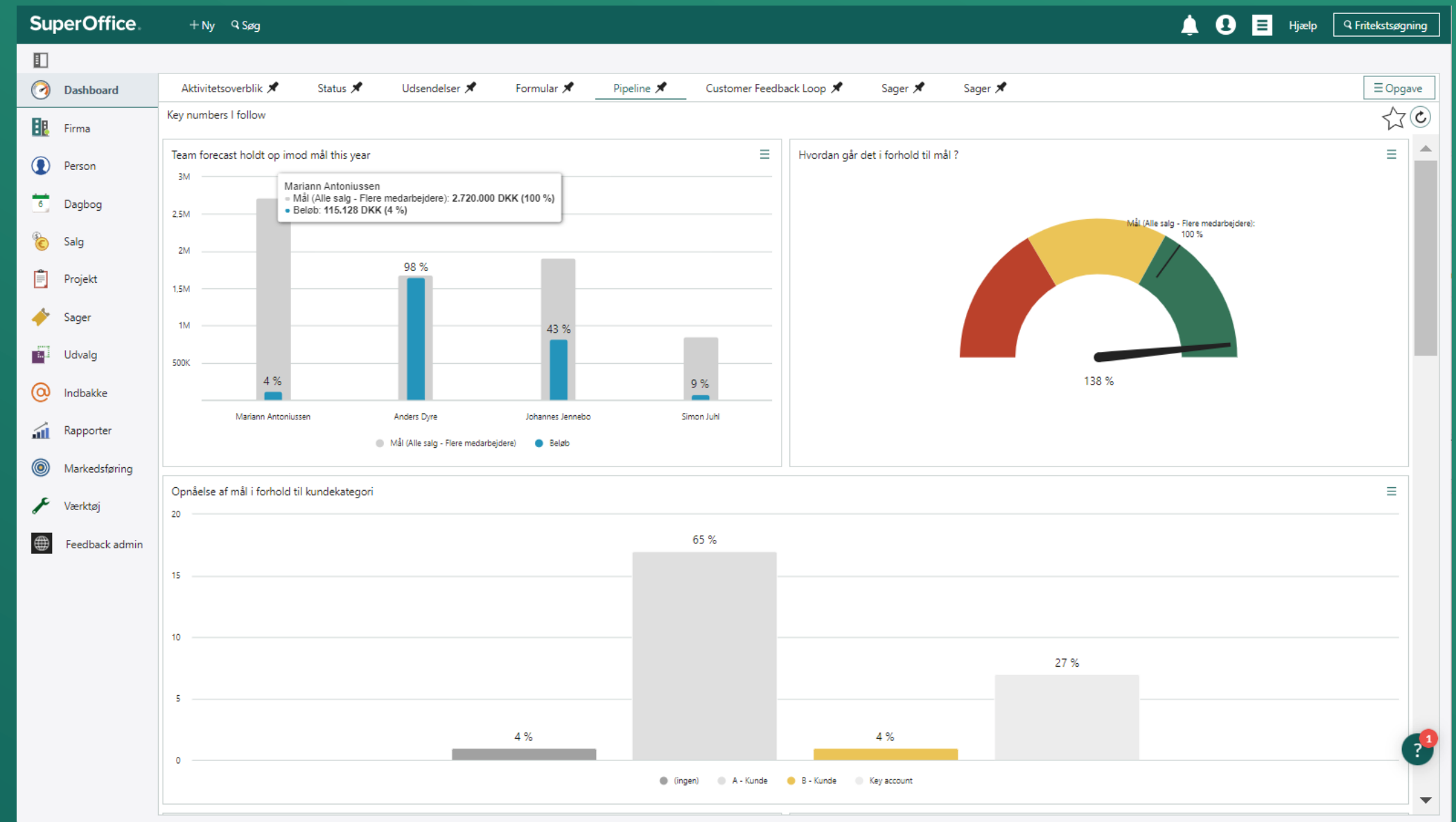
Virksomhedens
mål

Brugerens mål

DASHBOARDS

Sammenlign jeres mål med:

- ✓ Opnået omsætning pr. kategori
- ✓ Team forecast imod mål for dette år
- ✓ Omsætning vs. mål dette år
- ✓ Mål vs. salgstype forecast



SALES TARGET

Er tilgængelig for ONLINE kunder:

Kræver:

Sales Premium licens

SALES TARGET UNLIMITED (sitelicens)
kan tilkøbes

Giver ubegrænset antal teams mål & brugere samt mulighed for opsætning af mål for: Kategori, Branche, Land, Salgstype, Kilde, Konkurrent





AI LAB

AI Lab og de seneste fremskridt -
fremtidige muligheder for at bruge AI i
SuperOffice



SUPEROFFICE COPILOT

Relationships that matter. Revenue that grows.



SUPEROFFICE COPILOT

AI-funktionalitet i SuperOffice

- ✓ Inspiration til konkurrentinformation, salgspitch & tilbud
- ✓ Opsummering af spørgsmål og svar på en servicesag
- ✓ Hurtig oprettelse via mail med SuperOffice for Outlook

Relationships that matter. Revenue that grows.

SuperOffice Copilot

 Copilot

Bliv inspireret ved hjælp af AI. Brug de foruddefinerede spørgsmål nedenfor eller chat med mig.

Firmaoplysninger

Konkurrenter

Branche

Ryd

?

Skriv en besked...



AI HJÆLP TIL

Tilbudsskrivning

SuperOffice

+ Ny

Søg

Hjælp

Fritekstsøgning

Dashboard

Firma

Person

Dagbog

Salg

Projekt

Sager

Udvalg

Indbakke

Markedsføring

Værktøj

MailVideo

Salg

Mere

Links

Bemærkning

CSS Project overview

Service mdoul til 18 personer

DKK

☆

Firma:

Person:

Projekt:

Jeg har noteret mig følgende:

8 mand i service

6 mand i projektafdelingen

4 kørende serviceteknikere

Udført

0..

←

→

Opgave

Rediger

Salgsguide

Tilbud

Aktiviteter

Interessenter

CSS Project controll...

Identify

Qualify

Opfølgninger:

Dokumenter:

Vis alle faser

SuperOffice Copilot

Copilot

Bliv inspireret ved hjælp af AI. Brug de foruddefinerede spørgsmål nedenfor eller chat med mig.

Forslag

Copilot

Salgsforslag

Kære ,

Vi håber, at denne besked finder jer godt. Vi vil gerne præsentere jer for et spændende upsell-mulighed, der kan være til stor gavn for jeres virksomhed.

Upsell-opportunity: Service modul til 18 personer

Vi har bemærket, at I allerede er en værdsat kunde hos os, og vi vil gerne tilbyde jer vores service modul til 18 personer. Dette modul vil give jer adgang til en bred vifte af funktioner og fordele, der vil optimere jeres arbejdsprocesser og øge jeres effektivitet.

Funktioner og fordele

- **Avanceret servicehåndtering:** Med vores service modul kan I nemt oprette og administrere serviceopgaver, tildele dem til de rette medarbejdere og følge op på deres status. Dette vil sikre, at I altid er i stand til at levere en fremragende service til jeres kunder.

- **Effektiv ressourcestyring:** Med vores service modul kan I nemt planlægge og styre jeres ressourcer, herunder medarbejdere, udstyr og materialer. Dette vil

Skriv en besked...

Relationships that matter. Revenue that grows.

 SuperOffice



AI HJÆLP PÅ

Service sager

SuperOffice

+ Ny Søg

Hjælp

Fritekstsøgning

Feedback: Copilot

Dashboard

Firma

Person

Dagbog

Salg

Projekt

Sager

Udvalg

Indbakke

Markedsføring

Værktøj

MailVideo

Find sag | ID 3450006
Ikke sende mail fra SuperOffice

Ikke sende mail fra SuperOffice

Tidsfrist: 23-04-2024 14:49

Meddelelser

Detaljer

Ændringslog

Svar | Vis alle (11)

23. april 2024 14:49

23. april 2024 15:03

24. april 2024 10:24

24. april 2024 12:53

24. april 2024 15:59

25. april 2024 07:37

25. april 2024 08:17

25. april 2024 12:28

29. april 2024 14:58

Forløbet tid: 1m

Til: Sisse Stampe <sisse.stampe@engels.com>

Sagstype: Request

Status: Solved

Ejer: Sisse Stampe

Kategori: DK/Support/1. User

Prioritet: Medium

Adgangsniveau: Ekstern

Salg: Vælg eller søg efter et element

Projekt: Vælg eller søg efter et element

Tags: Tilføj tag

Gem

Afbryd

SuperOffice Copilot

bruge funktionerne 'klik for svar' eller 'klik for videresend' for at tilføje vedhæftninger og sende ud. Sagen kan lukkes.

skriv mig et svar

Copilot

Kære kollega,

Tak for din henvendelse angående problemer med at sende mails fra SuperOffice og åbne dem i Outlook. Vi beklager de udfordringer, du har oplevet.

For at løse dette problem anbefaler vores supportteam følgende trin:

1. Tjek dine lokale indstillinger og sikre dig, at alt er korrekt konfigureret.

2. Prøv at (re)tilknytte webtools ved at downloade en ny config fil.

3. Hvis du har brug for at tilføje en fil i en eksisterende e-mail aktivitet, kan du gøre det ved at følge vejledningen i SuperOffice.

4. Hvis du oplever en bug i indbakken, kan du i stedet bruge funktionerne 'klik for svar' eller 'klik for videresend' for at tilføje vedhæftninger og sende ud.

Vi håber, at disse trin vil hjælpe dig med at løse problemet. Hvis du stadig oplever problemer, er du velkommen til at kontakte vores supportteam igen.

Med venlig hilsen,
[dit navn]

+

-

?

Skriv en besked...

Relationships that matter. Revenue that grows.

 SuperOffice



AI HJÆLP TIL

Oprettelse af firma/person fra mail (SuperOffice for Outlook)

AI I SUPEROFFICE FOR OUTLOOK

Nem og hurtig oprettelse af firma & person

SuperOffice for Outlook

← Back

Add new company and contact

✦ Based on the content of this e-mail, we have suggested details for this sender. Please verify before creating this contact.

Mr/Ms

First name

Adam

Last name

Neil

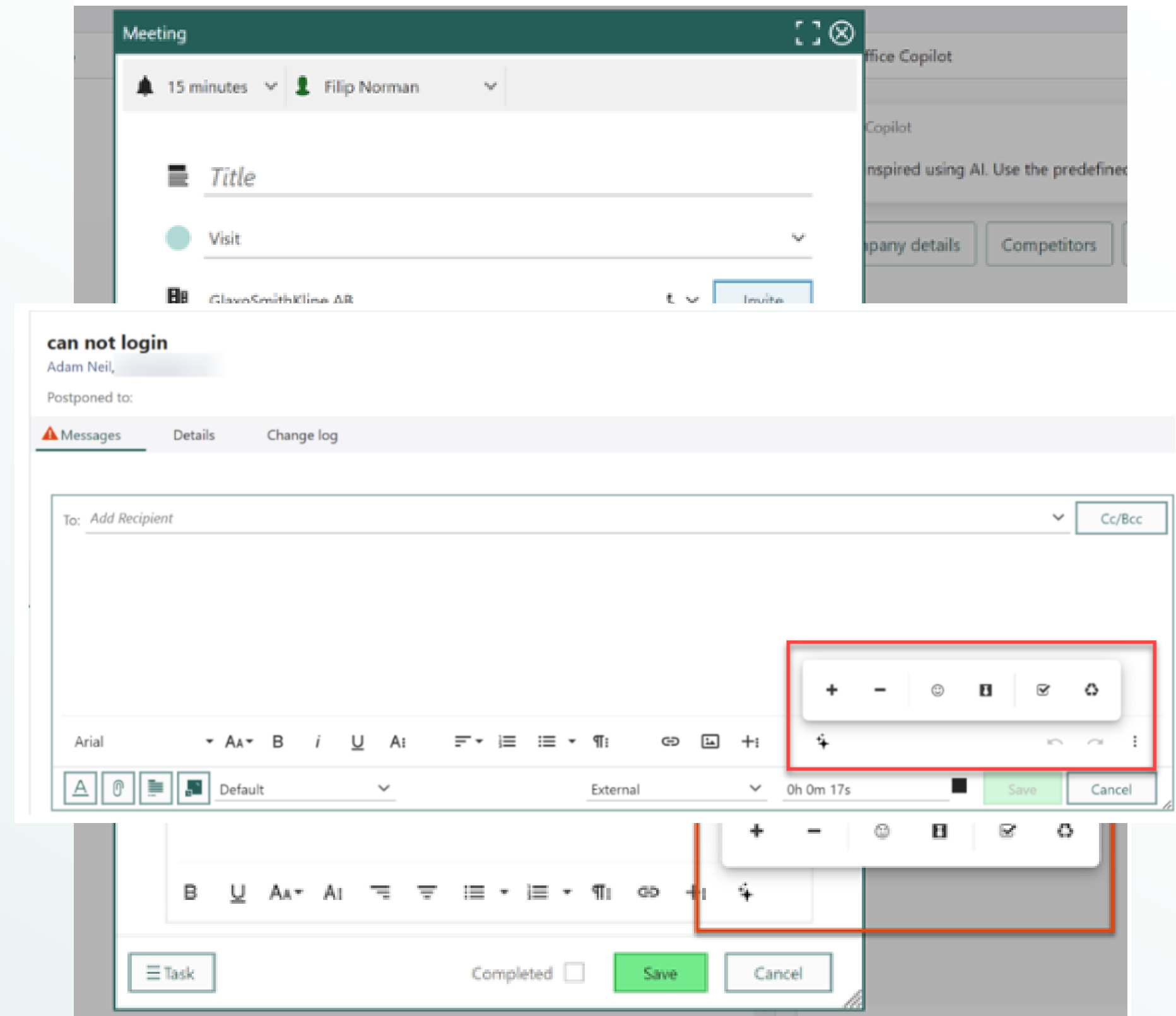
Title

AI Expert

KOMMENDE AI FUNKTIONER (PILOT V2)

AI i aktivitetsdialogen

AI i service sager





MARKETING PREMIUM

Marketing Automation Flows -
automatiserer en bred vifte af opgaver
gennem hele kunderejsen



VI GENNEMGÅR

1

Marketing typer
og trends

2

CRM Marketing
- og kunderejsen

3

SuperOffice Marketing
Premium

4

Forskellige Marketing
Automation Flows

5

Vi bygger et Marketing
Automation Flow

6

Pilot kunde på
Marketing Premium

MARKETING TYPER OG TRENDS

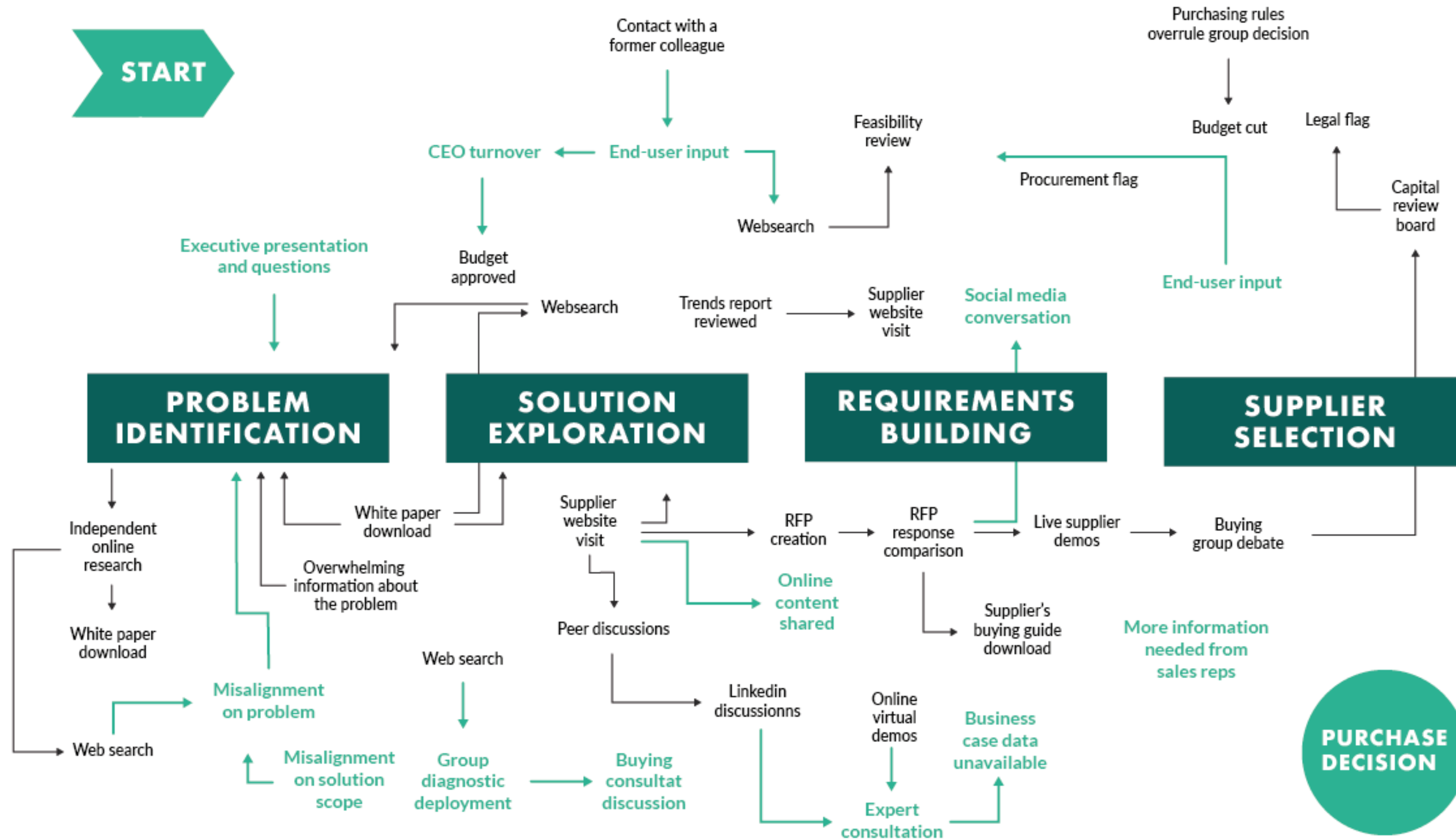


MARKETING ER ARBEJDET MED AT SKABE OG KOMMUNIKERE VÆRDIBASEREDE ARGUMENTER FOR DE PRODUKTER OG YDELSER DU LEVERER

Det omfatter alle dele af den plan der er for
at gøre en potentiel kunde til en glad og tilfreds kunde



B2B BUYING JOURNEY



Customer Marketing

Traditional marketing

Online/Digital marketing

Content marketing

Relationship marketing

Video marketing

Stealth Marketing

Affiliate marketing

Relationship marketing

eMail marketing

Social media marketing

Influencer marketing

Native Marketing

Personalized marketing

Word of mouth marketing

Buzz marketing

Account Based Marketing

Product marketing

Brand marketing

Outbound marketing

Guerilla marketing

Inbound marketing

Event marketing

Influencer marketing

User-generated marketing

Search Engine marketing

Acquisition marketing

Contextual marketing

Voice marketing

Partner marketing

Conversational marketing

TOP MARKETING TRENDS 2024

Internettet forklarer de 4 største marketing trends som værende:

1. AI og automation

>> Hvordan virksomheder analyserer data, personaliserer kundeoplevelser og optimerer kampagner ved brug af kunstig intelligens og marketing automation.



2. Personalisering

>> Personalisering af kundedata for bedre at sammensætte og tilpasse indhold, anbefalinger og tilbud.

I B2B udmønter dette sig i forbedret ABM-markedsføring.



3. Video marketing

>> Fra "nice to have" til "need to have" - også i B2B.

Visuel historiefortælling kan forvandle kompleks information til forståelige, engagerende fortællinger.



4. E-mail marketing

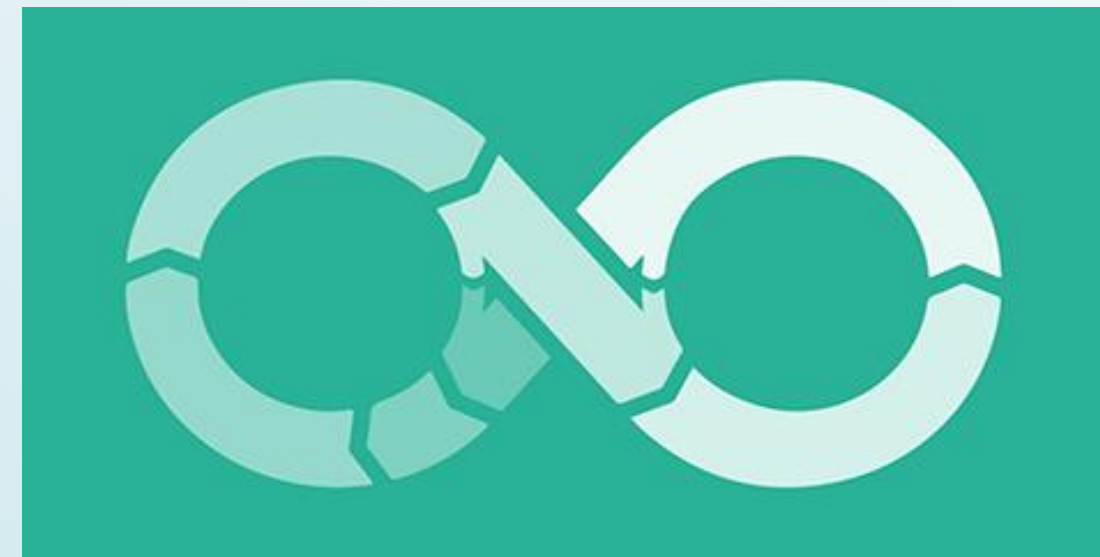
>> Genopblomstring af e-mail marketing.

70 % af fagfolkene foretrækker stadig at blive kontaktet via e-mail, hvilket gør det til en af de mest effektive kanaler til B2B-marketing.

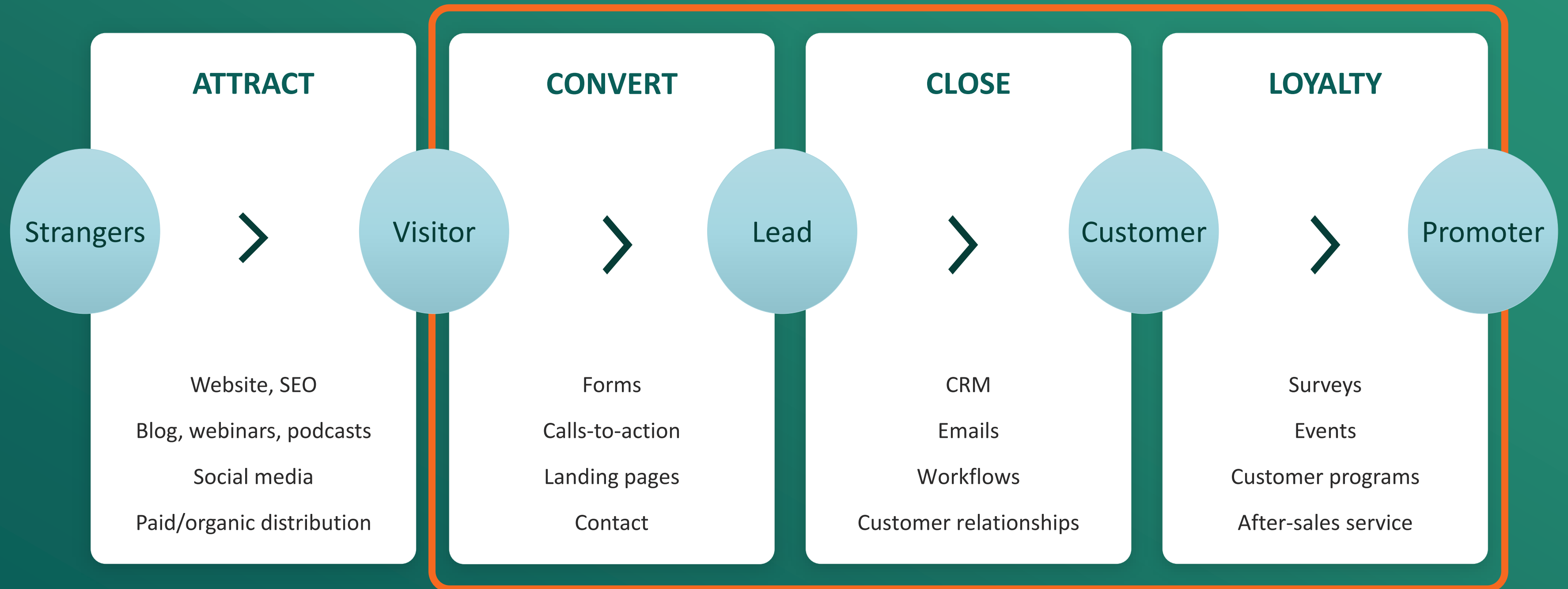


CRM MARKETING

Marketing der understøtter kunderejsen



MARKETING | SUPEROFFICE



HVORFOR UDVIDE MARKETING?

Traditionelle Marketing Automation platforme

Kræver integration

Omkostninger og kompleksitet ved integration med dine andre forretningskritiske løsninger.

Problemer med datakvalitet og dataintegritet.

Risiko for informationssiloer og fejljustering.

Kan ikke bruge andre CRM-data til målretning.

Behov for en specialist

Behov for en (ekstern) marketing specialist for at have nødvendige ekspertise til opsætning og vedligehold af marketing automation flows, hvilket er kostbart.

Mere tidskrævende at komme i gang og se resultater.

Mindre kontrol.

Betaler for mere

Betaler for muligheden for at sende kommunikation (antal kontakter), frem for dem du reelt sender til.

De fleste MA-løsninger er designet til store B2C-marketingbehov. Som B2B-virksomhed risikerer du at betale for en lang række funktioner, du måske aldrig har brug for eller ønsker.

Dårlig ROI.



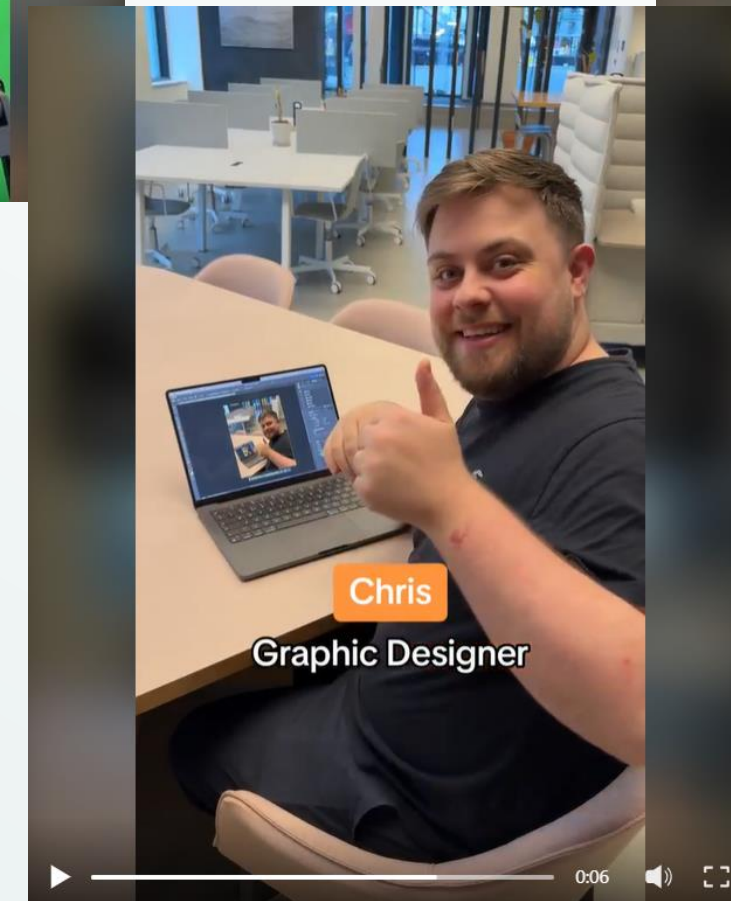
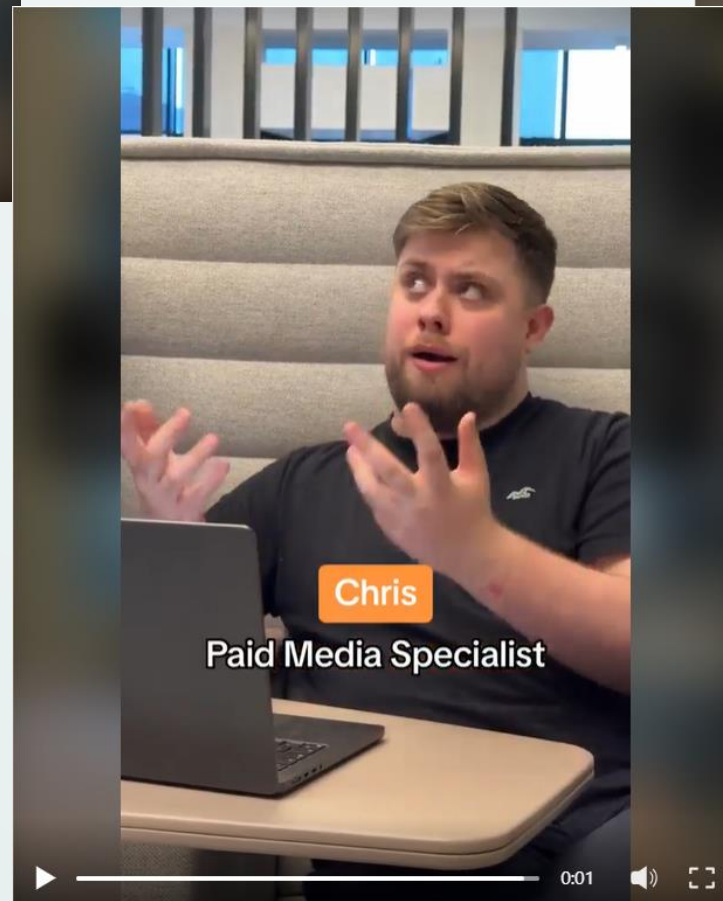
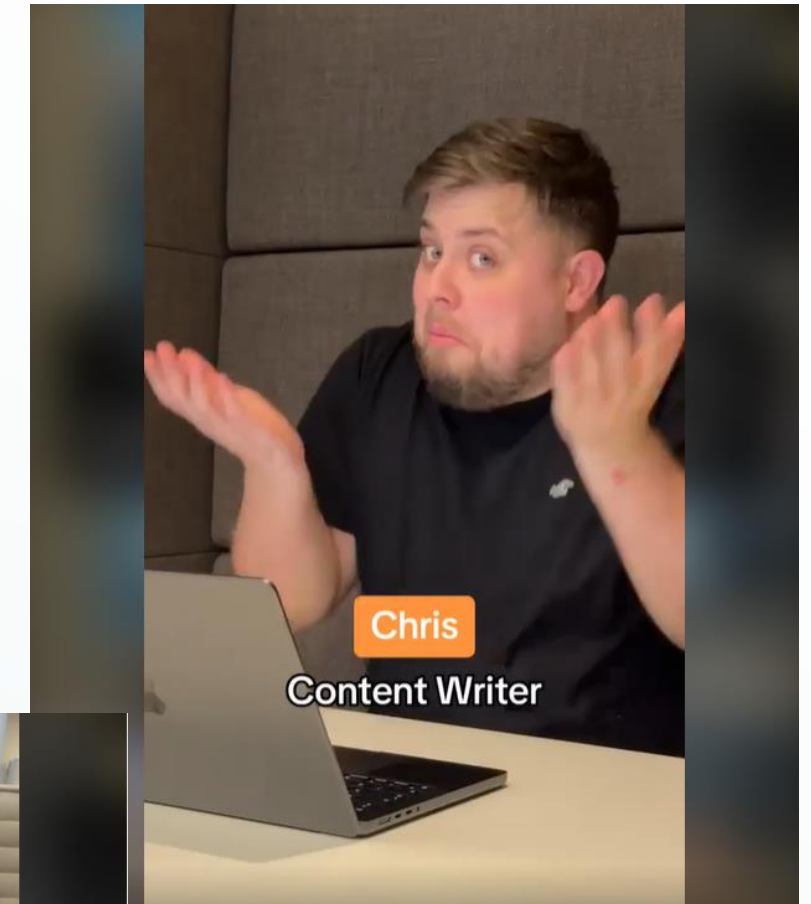
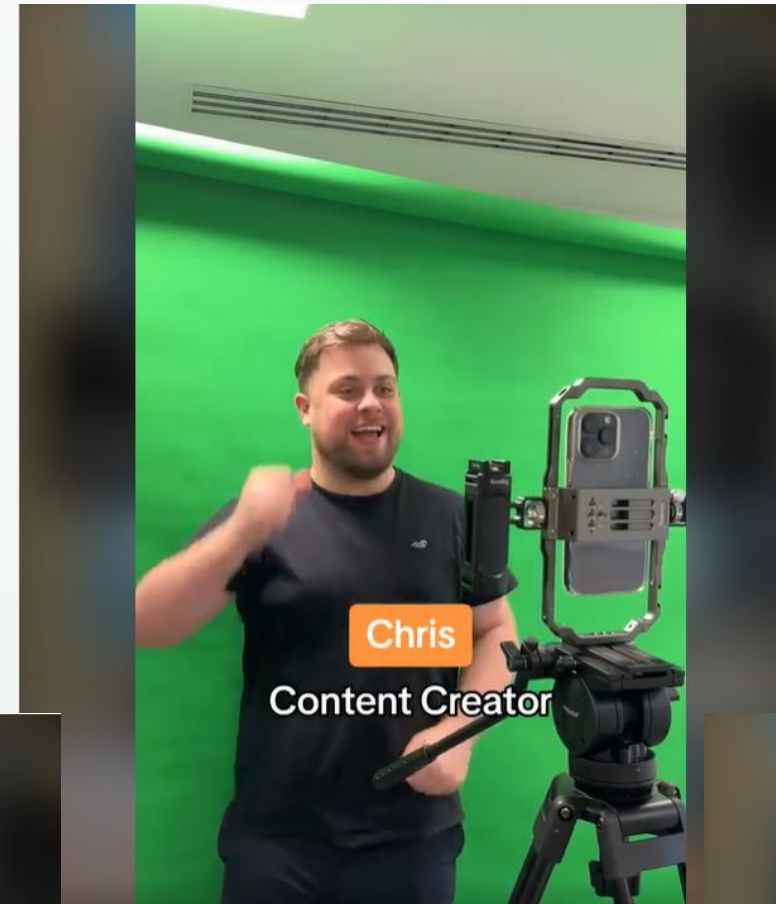
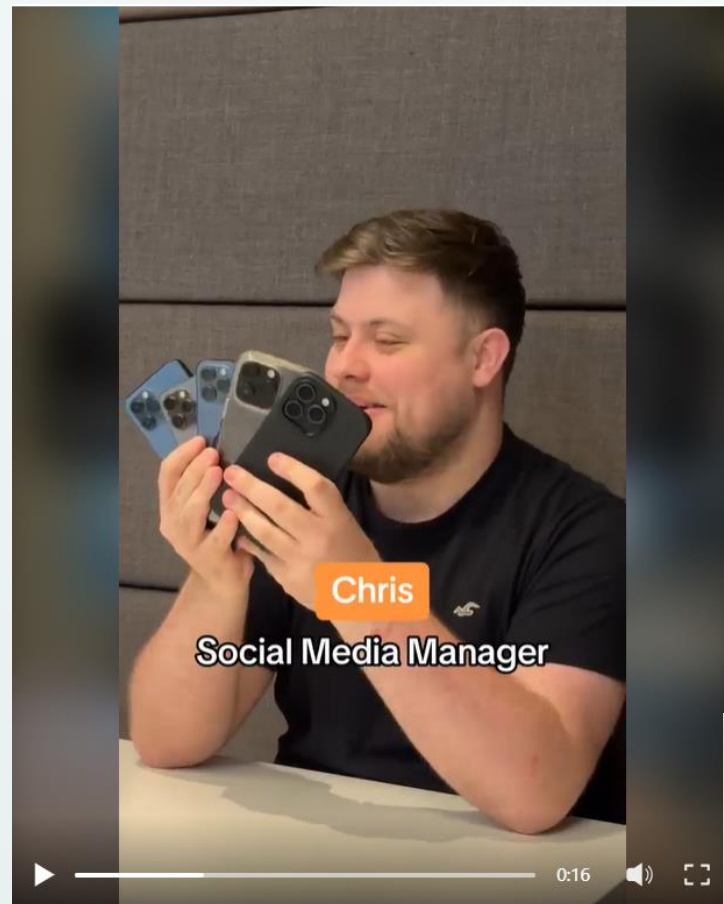
MARKETING PREMIUM

SuperOffice nye Marketing Automation

Relationships that matter. Revenue that grows.



MARKETING AFDELINGEN?



Relationships that matter. Revenue that grows.

Venligst lånt fra LinkedIn

MARKETING PREMIUM

Hvorfor kommer SuperOffice med en ny Marketing licens?

Med SuperOffice Marketing Premium ønsker vi at tilbyde en brugervenlig Marketing Automation løsning, der giver Marketing-afdelingen mulighed for at opbygge avancerede marketing flows uden ekstern assistance.

Vores integrerede system kombinerer både Marketing- og CRM-data uden behov for komplekse integrationer.

Vi leverer den nødvendige funktionalitet, uden overflødige funktioner.





EKSEMPLER PÅ FLOWS

Forskellige typer af Marketing
Automation Flows

FLAWS

3 eksempler på Marketing Automation Flows der understøtter kunderejsen

Lead generering flow

Personen har tilmeldt sig vores nyhedsbrev.

Et flow bestående af 2-3 mails skal inspirere og informere personen om vores firma, produkter og løsninger, og fortælle om andre referencekunder, der har succes med vores produkter og løsninger.

Målet er at få personen til at vælge én eller flere person-interesser.

Krydssalg flow

Firmaet har købt et bestemt produkt. Som supplement til dette produkt kan firmaet med fordel købe et tilhørende produkt/ydelse (eksempelvis salg af en serviceaftale/-ydelse).

Et flow bestående af 1-2 mails skal fortælle om muligheden og få personen til at vise interesse og købe.

Målet er et vundet salg på specifikt produkt/ydelse registreret på firmaet.

Event flow

Personen har tidligere deltaget til et lignende event eller vist interesse for vores events ved at abonnere på invitationer.

Et flow bestående af 2-3 mails skal få personen til at tilmelde sig og deltage i eventet.

Målet er at få personen til at tilmelde sig det aktuelle event, og efterfølgende evaluere eventet.



HANDS-ON FLOWS

Opbygning af Marketing Automation Flow

FREM GANGSMÅDE

Hvordan kommunikation automatiseres med SuperOffice Flows

1

Planlæg din kommunikation

Hvor skal vi automatisere for at være mere relevante, sikre høj produktivitet og mindre manuel opfølgning?
Hvad er formålet og hvem skal vi målrette vores kommunikation mod?

2

Definer trin og handlinger

Beskriv/tegn hvilke trin og handlinger der skal være i flowet. Hvad skal starte et flow og hvornår skal man forlade et flow?

3

Lav indholdet klar

Personlige e-mail, links, formularer, produktblade, landingpages mv., samt udvalg og projekter.

4

Byg flowet

Opbyg flowet trin for trin med smarte drag & drop features.

5

Sæt mål og spor succes

Sæt succeskriterier for flowet.

6

Monitorér og analysér

Hold øje med effekten og analyser data.



LEAD GENERERING FLOW

Formål

At få vækket personens interesse for vores firma og produkter generelt, og overbevise personen om, at vores firma vil være det rigtige valg som ny leverandør af de produkter og løsninger personen efterspørger.

EKSEMPEL // MARKETING AUTOMATION FLOW - LEAD GENERERING

Beskrivelse

Personen har givet samtykke til e-marketing og valgt abonnementstypen "Nyhedsbrev". Dette kan enten være sket via en udfyldt formular på hjemmesiden, eller ved at personen er blevet oprettet manuelt af en medarbejder og via GDPR-mailen med linket til kundeportalen, har personen givet samtykke til e-marketing og valgt at abonnere på "Nyhedsbrev". Et flow bestående af 3 mails skal inspirere og informere personen om vores firma, produkter og løsninger, og fortælle om andre referencekunder, der har succes med vores produkter og løsninger.

Formål

At få vækket personens interesse for vores firma og produkter generelt, og overbevise personen om, at vores firma vil være det rigtige valg som ny leverandør af de produkter og løsninger personen efterspørger.

Mål

Få personen til at vælge person interesser, hvilke svarer til de produkter og løsninger firmaet leverer, så vi fremover kan være endnu mere specifikke og relevante i vores kommunikation med personen.

KPI'er

Flere nye kunder (strategisk)
Flere leads (taktisk)
Flere tilmeldinger til nyhedsbrev (operationelt)

Forberedelse/forudsætninger

- E-marketing samtykke
- Relevante person-interesser
- Formular med marketing samtykke og abonnement
- Mail 1 - Velkomst mail (om firmaet)
- Mail 2 - Vores produkter og ydelser + link
- Mail 3 - Kundecases og referencer + link
- Link til person-interesser

Trigger

Person er opdateret med e-marketing samtykke og abonnementstypen "Nyhedsbrev".

Løbende validering

Person skal have samtykke til e-marketing og have abonnementstypen "Nyhedsbrev", ellers fjernes personen automatisk fra flowet.

Succeskriterie

En eller flere person-interesser, omhandlende vores produkter, er udfyldt.

Andre bemærkninger

2

LEAD GENERERING FLOW

Trigger

Person er opdateret med e-marketing samtykke og abonnementstypen "Nyhedsbrev".

Løbende validering

Personen skal have marketing samtykke mens flowet gennemføres.

EKSEMPEL // MARKETING AUTOMATION FLOW - LEAD GENERERING

Beskrivelse

Personen har givet samtykke til e-marketing og valgt abonnementstypen "Nyhedsbrev". Dette kan enten være sket via en udfyldt formular på hjemmesiden, eller ved at personen er blevet oprettet manuelt af en medarbejder og via GDPR-mailen med linket til kundeportalen, har personen givet samtykke til e-marketing og valgt at abonnere på "Nyhedsbrev". Et flow bestående af 3 mails skal inspirere og informere personen om vores firma, produkter og løsninger, og fortælle om andre referencekunder, der har succes med vores produkter og løsninger.

Formål

At få vækket personens interesse for vores firma og produkter generelt, og overbevise personen om, at vores firma vil være det rigtige valg som ny leverandør af de produkter og løsninger personen efterspørger.

Mål

Få personen til at vælge person interesser, hvilke svarer til de produkter og løsninger firmaet leverer, så vi fremover kan være endnu mere specifikke og relevante i vores kommunikation med personen.

KPI'er

Flere nye kunder (strategisk)
Flere leads (taktisk)
Flere tilmeldinger til nyhedsbrev (operationelt)

Forberedelse/forudsætninger

- E-marketing samtykke
- Relevante person-interesser
- Formular med marketing samtykke og abonnement
- Mail 1 - Velkomst mail (om firmaet)
- Mail 2 - Vores produkter og ydelser + link
- Mail 3 - Kundecases og referencer + link
- Link til person-interesser

Trigger

Person er opdateret med e-marketing samtykke og abonnementstypen "Nyhedsbrev".

Løbende validering

Person skal have samtykke til e-marketing og have abonnementstypen "Nyhedsbrev", ellers fjernes personen automatisk fra flowet.

Succeskriterie

En eller flere person-interesser, omhandlende vores produkter, er udfyldt.

Andre bemærkninger

3

LEAD GENERERING FLOW

Forberedelse af indhold

- ✓ E-marketing samtykke i CRM
- ✓ Relevante person-interesser i CRM
- ✓ Formular med marketing samtykke og abonnement
- ✓ Mail 1 - Velkomst mail (om firmaet)
- ✓ Mail 2 - Vores produkter og ydelser + link
- ✓ Mail 3 - Kundecases og referencer + link
- ✓ Link til person-interesser

Relationships that matter. Revenue that grows.

EKSEMPEL // MARKETING AUTOMATION FLOW - LEAD GENERERING

Beskrivelse

Personen har givet samtykke til e-marketing og valgt abonnementsstypen "Nyhedsbrev". Dette kan enten være sket via en udfyldt formular på hjemmesiden, eller ved at personen er blevet oprettet manuelt af en medarbejder og via GDPR-mailen med linket til kundeportalen, har personen givet samtykke til e-marketing og valgt at abonnere på "Nyhedsbrev". Et flow bestående af 3 mails skal inspirere og informere personen om vores firma, produkter og løsninger, og fortælle om andre referencekunder, der har succes med vores produkter og løsninger.

Formål

At få vækket personens interesse for vores firma og produkter generelt, og overbevise personen om, at vores firma vil være det rigtige valg som ny leverandør af de produkter og løsninger personen efterspørger.

Mål

Få personen til at vælge person interesser, hvilke svarer til de produkter og løsninger firmaet leverer, så vi fremover kan være endnu mere specifikke og relevante i vores kommunikation med personen.

KPI'er

Flere nye kunder (strategisk)
Flere leads (taktisk)
Flere tilmeldinger til nyhedsbrev (operationelt)

Forberedelse/forudsætninger

- E-marketing samtykke
- Relevante person-interesser
- Formular med marketing samtykke og abonnement
- Mail 1 - Velkomst mail (om firmaet)
- Mail 2 - Vores produkter og ydelser + link
- Mail 3 - Kundecases og referencer + link
- Link til person-interesser

Trigger

Person er opdateret med e-marketing samtykke og abonnementsstypen "Nyhedsbrev".

Løbende validering

Person skal have samtykke til e-marketing og have abonnementsstypen "Nyhedsbrev", ellers fjernes personen automatisk fra flowet.

Succeskriterie

En eller flere person-interesser, omhandlende vores produkter, er udfyldt.

Andre bemærkninger



4

LEAD GENERERING FLOW

Byg flowet

Opsæt flowet trin for trin





Dashboard

Firma

Person

Dagbog

Salg

Projekt

Sager

Udvalg

Indbakke

Chat

Rapporter

Markedsføring

Værktøj

SharePoint

Kalendersync



Meddelelsseskabeloner

Sporede links

Billeder

Blokerede e-mailadresser

Formularer

Formularskabeloner

Formularindsendelser 1**Flows**

Alle

Seneste

I gang

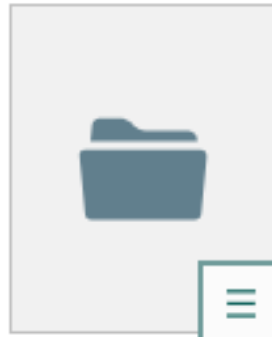


Flows > Marketing Flows

Kampagne Flows



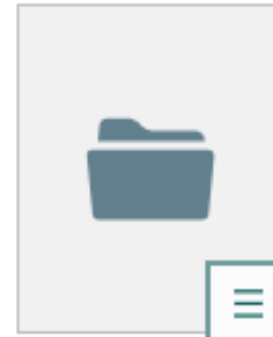
Kundeservice Flows



Marketing Flows



Salgs Flows



Opret ny

Flow





Floweditor


Indstillinger

E-mail



Succes



Trin

Lead generering

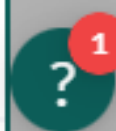
Beskrivelse

Personen har givet samtykke til e-marketing og valgt abonnementstypen "Nyhedsbrev". Dette kan enten være sket via en udfyldt formular på hjemmesiden, eller ved at personen er blevet oprettet manuelt af en medarbejder og via GDPR-mailen med linket til kundeportalen, har personen

Ejer: Susan L.H. Synlig for: Alle Mappe: Marketing Flows Tidszone for indstillinger for flowtid: Danmark (GMT+01.00) 

Gem

Afbryd





Floweditor



Indstillinger



E-mail



Succes

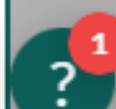


Trin

Abonnementstype: (Uspecificeret) ▼☐ Tilsidesæt samtykke og abonnementFra: Brug altid ▼Fra navn: Service teamet (no reply)Fra adresse: kundeservice@slh.suocrm.euSvar til: Brug 'Fra' som 'Svar'-adresse ▼☒ Send kun e-mails og sms'er inden for en bestemt tidsrammeHverdage (man-fre) ▼Tidsramme mellem 07:30 ⌚ og 17:30 ⌚ Danmark (GMT+01.00)☐ Brug Google Analytics

Gem

Afbryd





Floweditor



Indstillinger

E-mail

Succes

Trin



Trigger

Udvid dit flow
Slip dit trin herAfsluttet
Succes: Person opdateret

TILFØJ TRIN VED AT TRÆKKE TRINNET TIL FLOWET

@ Send e-mail

... Send SMS

Flowkontrol

⌚ Ventetid

⚡ Vent på handling

✂ Del

Opdater deltager

↺ Opdater person

+ Tilføj til udvalg/projekt

- Fjern fra udvalg/projekt

Opret aktivitet

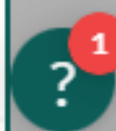
📌 Opret sag

📅 Opret opfølgning

💰 Opret salg

Gem

Afbryd





Floweditor

Indstillinger

E-mail

Succes

Trin



Trigger
Person opdateret

Udvid dit flow
Slip dit trin her

Afsluttet
Succes: Person opdateret

TRIGGER

Triggere er automatiserede startpunkter for flowet. Du kan tilføje flere triggere for flere indgangspunkter og anvende yderligere filtre på målkontaktpersoner, der kommer ind i flowet. Personer kan også tilføjes manuelt eller overføres mellem flows. Filtre gælder for alle personer, uanset hvordan de blev tilføjet.

Person opdateret Fjern trigger

= Samtyk... Er lig Ja Nej OG

= Abonne... Er en af Nyhedsbreve OG

+ Tilføj

+ Tilføj alternativ trigger

☒ En kontaktperson kan kun starte dette flow én gang

Filter – Person skal matche disse kriterier for at starte dette flow

= Samtyk... Er lig Ja Nej OG

+ Tilføj

Udelukkelsesliste – personer i udvalget føjes ikke til flowet eller udelukkes fra flowet, hvis de allerede deltager

Flow: Udelukkelsesliste (personer der skal udelukkes fra flows)



Floweditor



Indstillinger

E-mail

Succes

Trin

Trigger
Person opdateretUdvid dit flow
Slip dit trin herAfsluttet
Succes: Person opdateret

Ventetid

TILFØJ TRIN VED AT TRÆKKE TRINNET TIL FLOWET

@ Send e-mail

Send SMS

Flowkontrol

Ventetid

Vent på handling

Del

Opdater deltager

Opdater person

Tilføj til udvalg/projekt

Fjern fra udvalg/projekt

Opret aktivitet

Opret sag

Opret opfølgning

Opret salg

Gem

Afbryd





Floweditor



Indstillinger



E-mail



Succes



Trin



Trigger
Person opdateret

Ventetid
1 Time(r) efter forrige trin

Afsluttet
Succes: Person opdateret

VENTETID



Angiv ventetiden, før næste trin udføres. Yderligere ventetid kan gælde, hvis næste trin er en e-mail eller SMS, og hvis en begrænset tidsramme er defineret i e-mailindstillingerne.

Antal dage/timer efter forrige trin

Vent på: 1

Time(r)

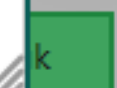
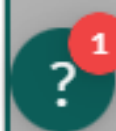
Minut(ter)

Time(r)

Dag(e)

Arbejdsdag(e)

Uge(r)





Floweditor



Indstillinger



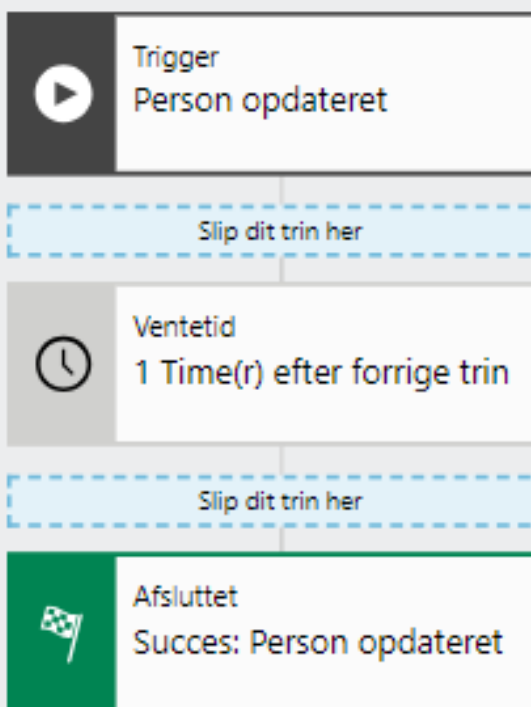
E-mail



Succes



Trin



TILFØJ TRIN VED AT TRÆKKE TRINNET TIL FLOWET

@ Send e-mail

Send SMS

Flowkontrol

Ventetid

Vent på handling

Del

Opdater deltager

Opdater person

Tilføj til udvalg/projekt

Fjern fra udvalg/projekt

Opret aktivitet

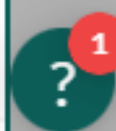
Opret sag

Opret opfølgning

Opret salg

Gem

Afbryd





Floweditor



Indstillinger



E-mail



Succes



Trin

Trigger
Person opdateretVentetid
1 Time(r) efter forrige trinSend e-mail
Mail 1 - Velkomst mailAfsluttet
Succes: Person opdateret

@ SEND E-MAIL



Send en e-mail til deltageren. Brug en eksisterende e-mail fra et foruddefineret flowindhold, eller opret en ny e-mail baseret på en af dine skabeloner eller tidligere sendte e-mails.



Mail 1 - Velkomst mail



Emnelinje

Velkommen til...

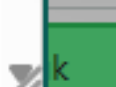
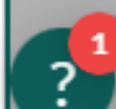


Tilføj vedhæftning:

Træk og slip filer her

Vælg et CRM-dokument

Gennemse





Floweditor



Indstillinger



E-mail



Succes



Trin



Send e-mail
Mail 1 - Velkomst mail

Ventetid
10 Minut(ter) efter forrig...

Send e-mail
Mail 2 - Vores produkter ...

Ventetid
10 Minut(ter) efter forrig...

Send e-mail
Mail 3 - Kundecases og r...

Afsluttet
Succes: Person opdateret

TILFØJ TRIN VED AT TRÆKKE TRINNET TIL FLOWET

Send meddelelse

Send e-mail

Send SMS

Flowkontrol

Ventetid

Vent på handling

Del

Opdater deltager

Opdater person

Tilføj til udvalg/projekt

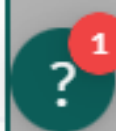
Fjern fra udvalg/projekt

Opret aktivitet

Opret sag

Gem

Afbryd



5

LEAD GENERERING FLOW

Succeskriterie

En eller flere person-interesser, omhandlende vores produkter, er udfyldt.

EKSEMPEL // MARKETING AUTOMATION FLOW - LEAD GENERERING

Beskrivelse

Personen har givet samtykke til e-marketing og valgt abonnementstypen "Nyhedsbrev". Dette kan enten være sket via en udfyldt formular på hjemmesiden, eller ved at personen er blevet oprettet manuelt af en medarbejder og via GDPR-mailen med linket til kundeportalen, har personen givet samtykke til e-marketing og valgt at abonnere på "Nyhedsbrev". Et flow bestående af 3 mails skal inspirere og informere personen om vores firma, produkter og løsninger, og fortælle om andre referencekunder, der har succes med vores produkter og løsninger.

Formål

At få vækket personens interesse for vores firma og produkter generelt, og overbevise personen om, at vores firma vil være det rigtige valg som ny leverandør af de produkter og løsninger personen efterspørger.

Mål

Få personen til at vælge person-interesser, hvilke svarer til de produkter og løsninger firmaet leverer, så vi fremover kan være endnu mere specifikke og relevante i vores kommunikation med personen.

KPI'er

Flere nye kunder (strategisk)
Flere leads (taktisk)
Flere tilmeldinger til nyhedsbrev (operationelt)

Forberedelse/forudsætninger

- E-marketing samtykke
- Relevante person-interesser
- Formular med marketing samtykke og abonnement
- Mail 1 - Velkomst mail (om firmaet)
- Mail 2 - Vores produkter og ydelser + link
- Mail 3 - Kundecases og referencer + link
- Link til person-interesser

Trigger

Person er opdateret med e-marketing samtykke og abonnementstypen "Nyhedsbrev".

Løbende validering

Person skal have samtykke til e-marketing og have abonnementstypen "Nyhedsbrev", ellers fjernes personen automatisk fra flowet.

Succeskriterie

En eller flere person-interesser, omhandlende vores produkter, er udfyldt.

Andre bemærkninger



Floweditor



Indstillinger



E-mail



Succes



Trin

Succeskriterier for deltagere



Succeskriterier definerer resultatet af, hvad du vil opnå for hver deltager. Dette kan enten være en handling, som du vil have personer til at udføre, eller et segment, du vil have dem til at være en del af. Definition af succeskriterier betyder bedre sporing af flowets succesrate.

☐ Deltageren flyttes direkte til trinnet Afslut, når succeskriterierne er opfyldt



Person opdateret

Fjern eller erstat

=



Personinteresse



Er en af



Mobil & telefoni



Billede & Lyd



OG



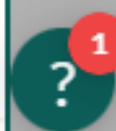
+ Tilføj



- ▼ ☒ Produktinteresser
 - ☒ Mobil & telefoni
 - ☒ Billede & Lyd
- ▶ ☐ Personligt
- ▶ ☐ Loyaltetsprogrammer
- ▶ ☐ Person relation
- ▶ ☐ Andet

Gem

Afbryd



6

LEAD GENERERING FLOW

Monitorér og analysér

Hold øje med effekten og analyser dine Marketing Automation data.

Flows har indbyggede rapporter som bl.a. viser, hvor mange personer der har gennemført flowet eller er droppet ud. Hvilke e-mails i flowet der har haft størst effekt, åbningsrater, klikrater mv.

På sigt vil man også kunne benytte de almindelige dashboards til rapportering.



-  Dashboard
-  Firma
-  Person
-  13 Dagbog
-  Salg
-  Projekt
-  Sager
-  Udvalg
-  Indbakke
-  Chat
-  Rapporter
-  Markedsføring
-  Værktøj
-  SharePoint
-  Kalendersync

Meddelelsseskabeloner Sporede links Billeder Blokerede e-mailadresser Formularer Formularskabeloner Formularindsendelser ¹ Flows > ...

 **Lead generering**

Flows > Marketing Flows

I gang:  Rediger

Oversigt Flow Rapporter Deltagere Flowindhold

Fuldt navn	Firma	E-mail	Tilmeldt d...	Deltagerstatus	Aktuelt trin	Sidste e-mailstatus	Trin startet	Vent indtil	
Jan Lillehøj	Flügger Group A/S	so8demo+janflugger@gmail....	13-05-2024	Aktiv		Ikke defineret			
Natacha Lil...	Lillelund Smykker Danm...	Natacha.LillelundLarsen@sup...	13-05-2024	Aktiv		Ikke defineret			
Lykke Brink	BC Hotel & Konference ...	so8demo+lykkebc@gmail.com	13-05-2024	Afsluttet		Sendt	13-05-2024	13-05-2024 17:11	

 Opgave

Opdater

Luk

antal: 3 



Dashboard

Firma

Person

Dagbog

Salg

Projekt

Sager

Udvalg

Indbakke

Chat

Rapporter

Markedsføring

Værktøj

SharePoint

Kalendersync



Udsendelser

Meddelelseskabeloner

Sporede links

Billeder

Blokerede e-mailadresser

Formularer

Formularskabeloner

Formularindsende



Lead generering

Flows > Marketing Flows

I gang:



Rediger

Oversigt

Flow

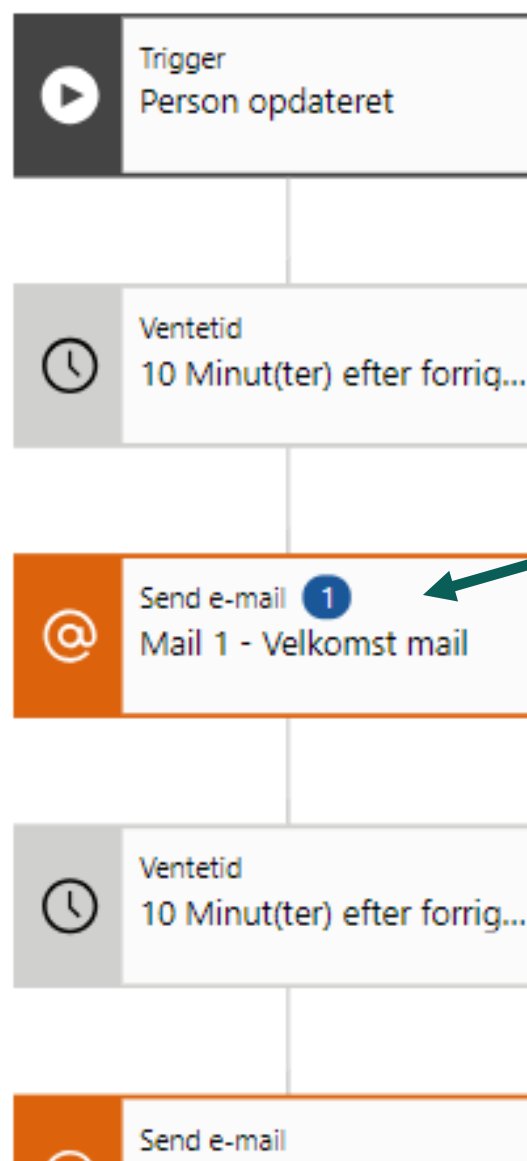
Rapporter

Deltagere

Flowindhold



Opdater



Opgave

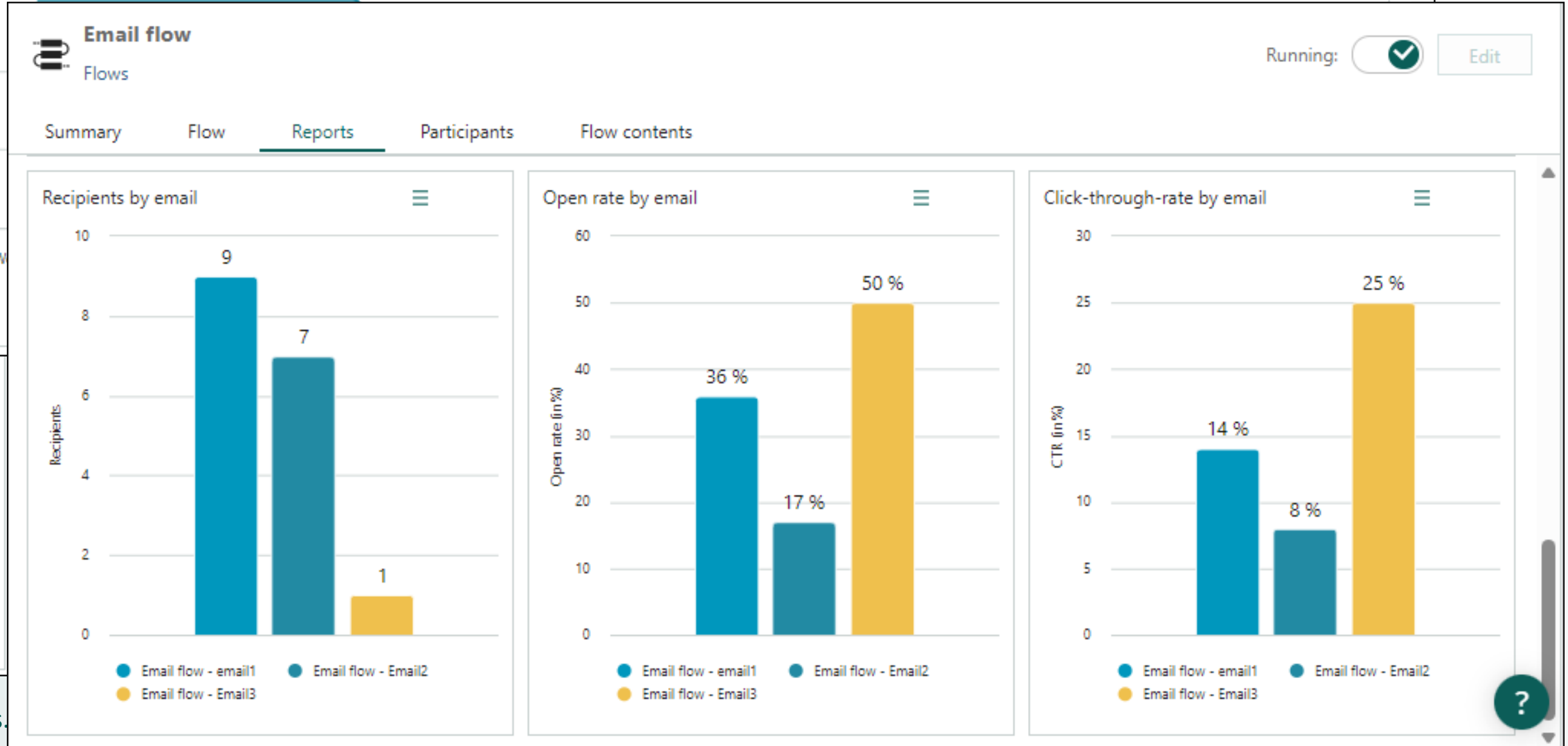
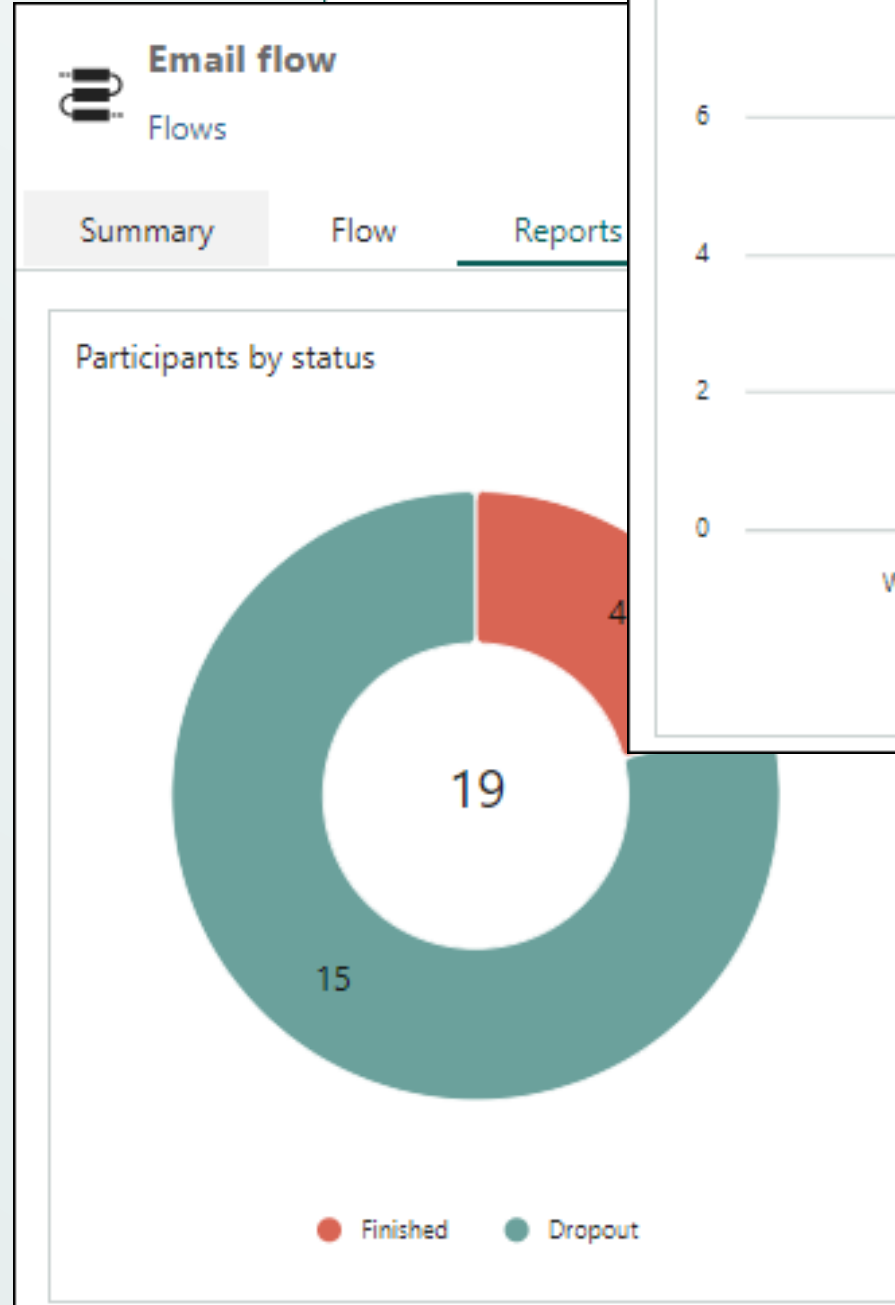
Opdater

Luk



Lead gen
Flows > Ma

Oversight



Relationships that matter. Revenue that grows.

FLOWS

3 eksempler på Marketing Automation Flows der understøtter kunderejsen

Lead generering flow

Personen har udfyldt en formular på hjemmesiden for at tilmelde sig vores nyhedsbrev.

Et flow bestående af 2-3 mails skal inspirere og informere personen om vores firma, produkter og løsninger, og fortælle om andre referencekunder, der har succes med vores produkter og løsninger.

Målet er at få personen til at vælge én eller flere person-interesser.

Krydssalg flow

Firmaet har købt et bestemt produkt. Som supplement til dette produkt kan firmaet med fordel købe et tilhørende produkt/ydelse (eksempelvis salg af en serviceaftale/-ydelse).

Et flow bestående af 1-2 mails skal fortælle om muligheden og få personen til at vise interesse og købe.

Målet er et vundet salg på specifikt produkt/ydelse registreret på firmaet.

Event flow

Personen har tidligere deltaget til et lignende event eller vist interesse for vores events ved at abonnere på invitationer.

Et flow bestående af 2-3 mails skal få personen til at tilmelde sig og deltage i eventet.

Målet er at få personen til at tilmelde sig det aktuelle event, og efterfølgende evaluere eventet.

KRYDSSALG FLOW

Formål

At få gjort personen bevidst om muligheden for tilkøb af dette ekstra produkt/ydelse og få kunden til at købe produktet/ydelsen.

Trigger

Et vundet salg på en bestemt salgs-/produkttype på firmaet.

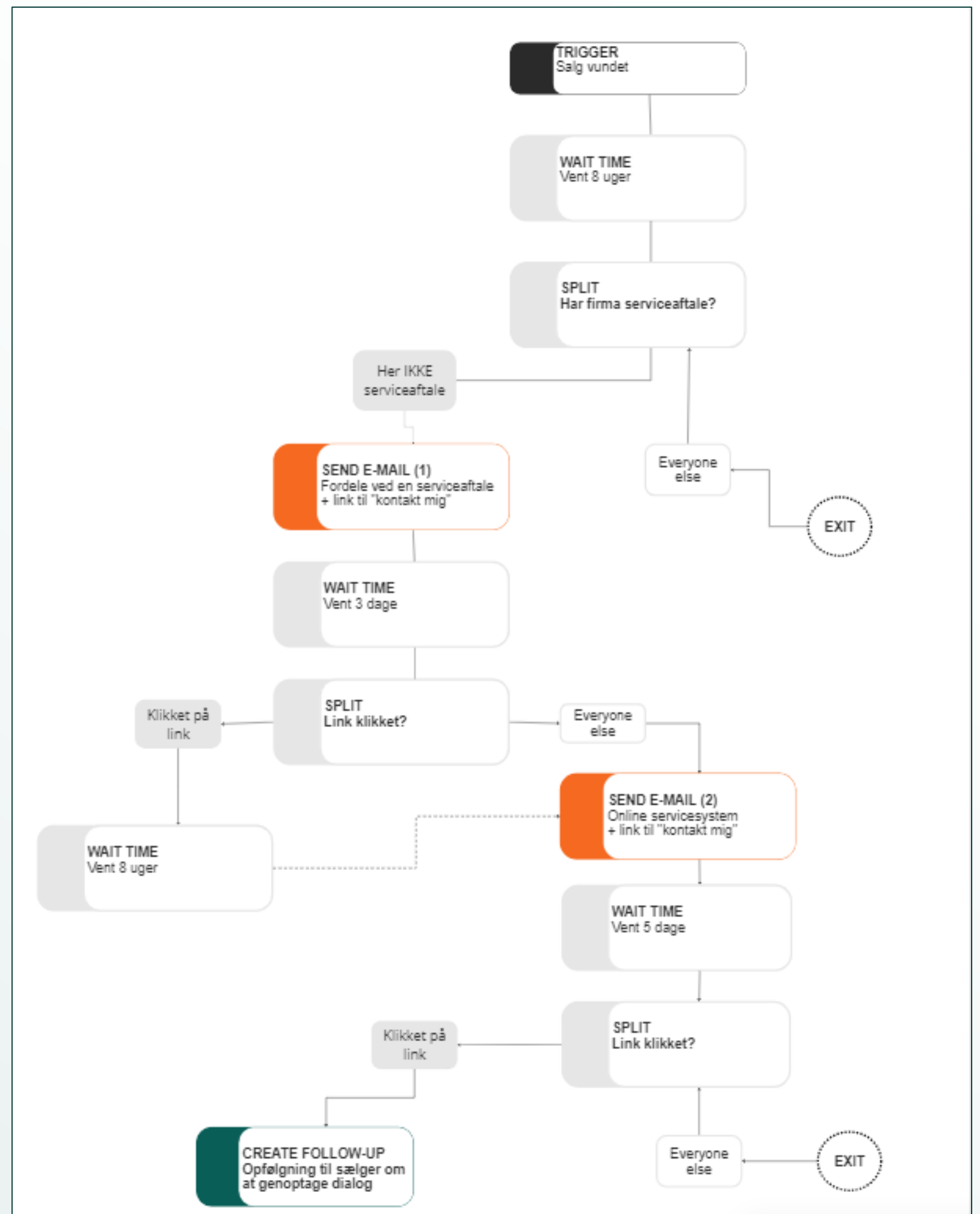
Trin for trin

Flowet indeholder forskellige trin som vent, split, e-mails og opret opfølgning.

Succeskriterie

Når der er et nyt vundet salg på firmaet af typen "Serviceaftale" (eller feltet "Serviceaftale" er udfyldt).

Relationships that matter. Revenue that grows.



EVENT FLOW

Formål

At gøre personen interesseret i vores kommende event, så personen vælger at deltage, og dermed bliver inspireret og motiveret til fortsat at købe vores produkter.

Trigger

Alle tidligere projektdeltagere med funktionen "Deltager" på projekter af typen "Event" og/eller personer der har tilvalgt abonnementstypen "Invitationer" tilføjes via et (statisk*) udvalg.

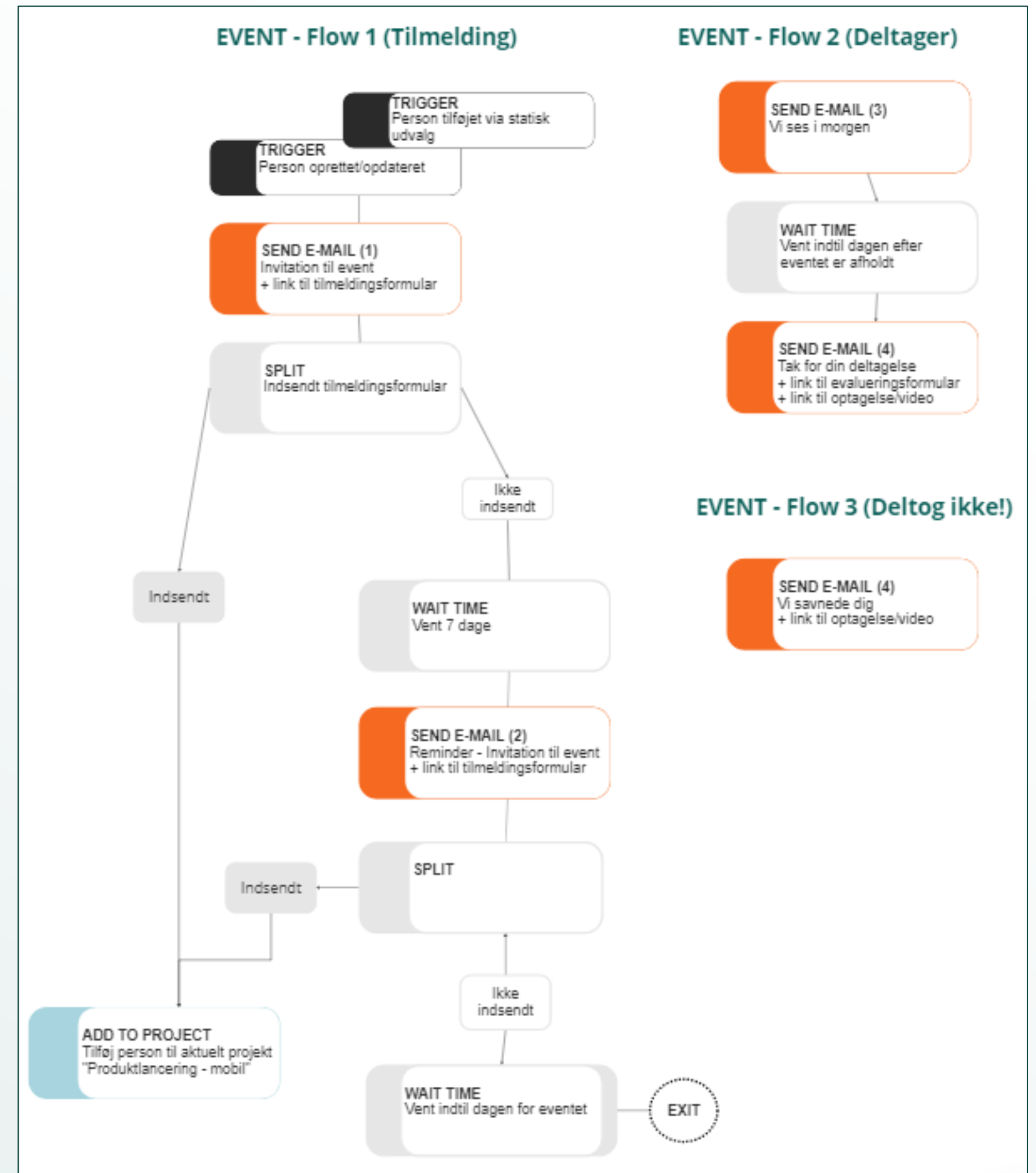
Trin for trin

Flowet indeholder forskellige trin som split, e-mails, tilføj til projekt. Flowet "deler" sig desuden i 2 nye flows.

Succeskriterie

Person tilføjes som projektdeltager på aktuelt projekt "Produktlancering - mobiltelefoni" med typen "Event".

Relationships that matter. Revenue that grows.



FLOWS

3 eksempler på Marketing Automation Flows der understøtter kunderejsen

Lead generering flow

Personen har udfyldt en formular på hjemmesiden for at tilmelde sig vores nyhedsbrev.

Et flow bestående af 2-3 mails skal inspirere og informere personen om vores firma, produkter og løsninger, og fortælle om andre referencekunder, der har succes med vores produkter og løsninger.

Målet er at få personen til at vælge én eller flere person-interesser.

Krydssalg flow

Firmaet har købt et bestemt produkt. Som supplement til dette produkt kan firmaet med fordel købe et tilhørende produkt/ydelse (eksempelvis salg af en serviceaftale/-ydelse).

Et flow bestående af 1-2 mails skal fortælle om muligheden og få personen til at vise interesse og købe.

Målet er et vundet salg på specifikt produkt/ydelse registreret på firmaet.

Event flow

Personen har tidligere deltaget i et lignende event eller vist interesse for vores events ved at abonnere på invitationer.

Et flow bestående af 2-3 mails skal få personen til at tilmelde sig og deltage i eventet.

Målet er at få personen til at tilmelde sig det aktuelle event, og efterfølgende evaluere eventet.



PILOT PROGRAM

Mulighed for at afprøve SuperOffice Flows

FLOWS PILOT PROGRAM

Hvordan deltager du i Flows Pilot Program med hjælp fra os?

Kunde

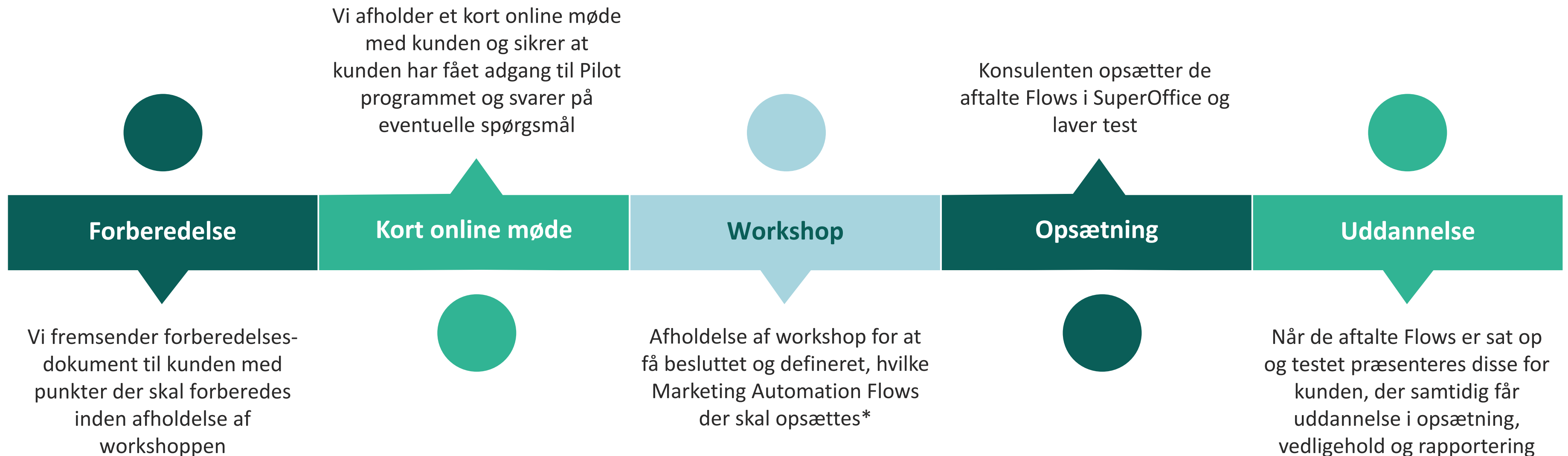
- Ønsker til konkrete Marketing Automation Flows (beskrevet)
- Relevante data og god datakvalitet
- Kendskab til SuperOffice Marketing formularer, mail udsendelser, sporede links mv. er en fordel
- Have ledige ressourcer ift. forberedelse, workshop og uddannelse
- Have Marketing Essentials licens og Marketing Platform i den nuværende SuperOffice løsning
- Betale for 16 timers nødvendig konsulent assistance, til at komme i gang med Flows Pilot Programmet (50% rabat på konsulenttimerne)

SuperOffice

- Sikre tilmelding til SuperOffice Pilot program (udføres af SuperOffice administratoren hos kunde)
- Tildele (midlertidig) Marketing **Premium** licens til løsning
- Sikre at brugere har korrekt Marketing licens
- Sikre at brugere har behørig funktionelle rettigheder (gerne administrator)
- Booke SuperOffice forretningskonsulent

FLOWS PILOT PROGRAM

Sådan udfører vi et Flow Pilot Program



“RELATIONSHIPS MATTER”

SuperOffice hjælper med at placere dine kunderelationer i kernen af din virksomhed
- og opnå reelle forretningsresultater.

Få nye kunder



Sælg mere til
eksist. kunder



Reducer
kundeafgang



Forbedre
kundeoplevelsen



Forbedre
produktiviteten



Relationships that matter. Revenue that grows.

