



**S:PEAK:UUP**

**Online Marketing & Digital forretningsudvikling**

*"Say it Simple, Say it Straight – but say it with a smile!"*



# Agenda:

- Lad mig præsentere mig selv!
- Er vi alle den næste Steve Jobs?
- Best practice – f\*\*\* it!!!
- Kend dit publikum.
- Relationer.
- Vidste du?
- 10 Gode råd.
- Værktøjer og inspiration
- Let's connect! :)



# Lad mig præsentere mig selv!

- Søren Eliassen
- Bopæl: København.
- Indehaver af S:PEAK:UUP.
- Medejer af Uncle P – salg af streetwear gennem Facebook.



# Lad mig præsentere mig selv!

- PJ Diesel Engineering A/S – Salgschef (2014 / 15)
- Biltorvet A/S – Kundekonsulent (2012 / 14)
- Bilinfo ApS – Product Manager (2011 / 12)
- Fleggaard Leasing GmbH – Rådgiver (2010)
- Nellemann A/S – Biløkonom og Salgsrådgiver (2006 / 09)
- Der før - De 7 verdenshave med A. P. Møller Mærsk



# Lad mig præsentere mig selv!

- Nysgerrig som bare fan'!
- Kæmpe passion for det digitale, så autodidakt "nørd"!
- Online Marketing Manager.
- Erfaring fra branchen = mange snitflader.



# Er vi alle den næste Steve Jobs?

Hvad er digitalisering (disruption vs. nye og/eller bedre processer) ?

## Disruption – *hvad er det?*

### DISRUPTION:

Stammer fra latin og betyder: *”at bryde op, forstyrre eller gå i opløsning.”*

Disrupt stammer fra Silicon Valleys retorik, der taler om det, som at kortslutte noget eksisterende.

Ordet er en betegnelse for noget uforudsigeligt, der pludselig sker i vores omverden, som vi ikke forstår, som truer vores forretning, og som får vores vante arbejds- strategi- og forståelsesmodeller til at fejle.

Det kommer typisk fra en mindre organisation med kompetencer, en forretningsstrategi og en virksomhedskultur, som den markedsledende organisation ikke besidder.



# Er vi alle den næste Steve Jobs?

Hvad er digitalisering (disruption vs. nye og/eller bedre processer) ?

**Disruption**, som førnævnt - er det helt store *BUZZWORD*, men ingen ved helt hvad det indebærer!

**Tendenser** når man spørger folk;

**Panik;**

[http://borsen.dk/opinion/blogs/view/17/4103/forstyrrelse\\_er\\_det\\_nye\\_sort.html](http://borsen.dk/opinion/blogs/view/17/4103/forstyrrelse_er_det_nye_sort.html)



# Er vi alle den næste Steve Jobs?

Hvad er digitalisering (disruption vs. nye og/eller bedre processer) ?

## Observeringer:

- Vi "disrupter" internt hver gang vi implementerer nye processer.  
- MEN vi er ikke nogen Steve Jobs!
- Ingen "disrupter" autobranchen pt. i DK, OG det kommer du/vi heller ikke til som forhandler –  
*uden innovationskræfter & økonomi!*
- Bedste bud på disruption i DK er AutoButler, GoMore, Rubberduck, DriveNow.  
(tilvejebringer helt nye forretningsmønstre)
- Ergo "vi digitaliserer" – som skal i øjenhøjde (brugen af SoME, Google, processer m.m.).
- Digitalisering er et hav af små og større processer, som anvendt ofte/kontinuerligt kan give resultater.
- Det er de små skridt, der gør forskellen i dagligdagen (især når pengene ikke er til store udviklingsprojekter).

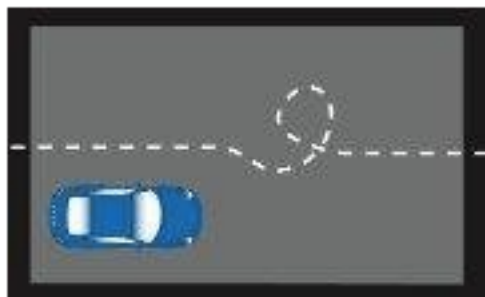




# Best practice – f\*\*\* it!

*Noget at tænke over:*

**BRO Kommunikation** 1. Du er ikke Steve Jobs 2. Din virksomhed er ikke Apple 3. Lad være med at bruge det som best practice. <https://lnkd.in/dTngDye>



## ~~Derfor skal du ikke bruge best practice~~

~~linkedin.com~~ · Genopfind ikke hjulet. Byg oven på andres viden. Lær fra de bedste. Klicheerne står i kø, når det handler om at beskrive best practice – en succesfuld

+ Sir Richard Branson: *“There are no rules!”*



Best practice – f\*\*\* it!

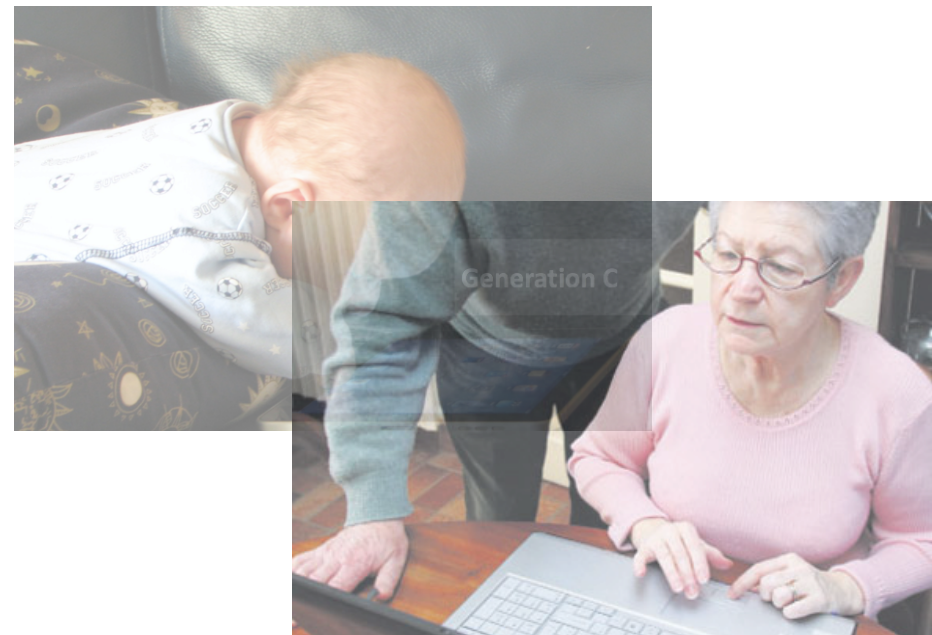
Hvad handler det så om?

**MENNESKER!!!**



# Kend dit publikum:

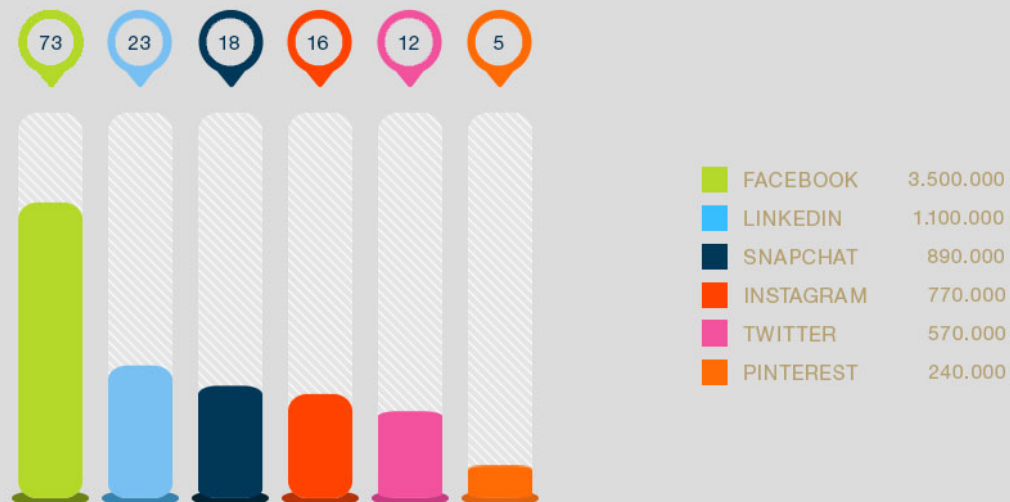
- Gen Y kommer (er her allerede) – men!
  - Alle aldre faktisk!
- Hvor færdes de? - <http://socialstats.dk/>
- Hvad er deres adfærd?
  - De finder deres info selv.
  - De er vant til informationsflowet, og til at have tingene ved hånden.
  - De er online 24/7/365 (Gen Y)
- Hvad er forskellen mellem Gen Y og OS (Den ældre generation)?
  - Årgang før 1980 – opvækst med "pas nu på!"
  - Årgang efter 1980 – opvækst med alt kan lade sig gøre! + curlingbegrebet!
- Nyere generation: "Hvis det handler om mig, så køber jeg".





# Kend dit publikum:

## Skematisering over brugen af SoME kanaler



\* antal månedlige brugere på sociale medier i Danmark 2015

 Socialemedier.dk  
NYHEDER, GUIDES OG TIPS



# Relationer!

*"Vi køber af dem vi kender og dem vi har tillid til!"*

Derfor skal der skabes relationer til ens kunder.

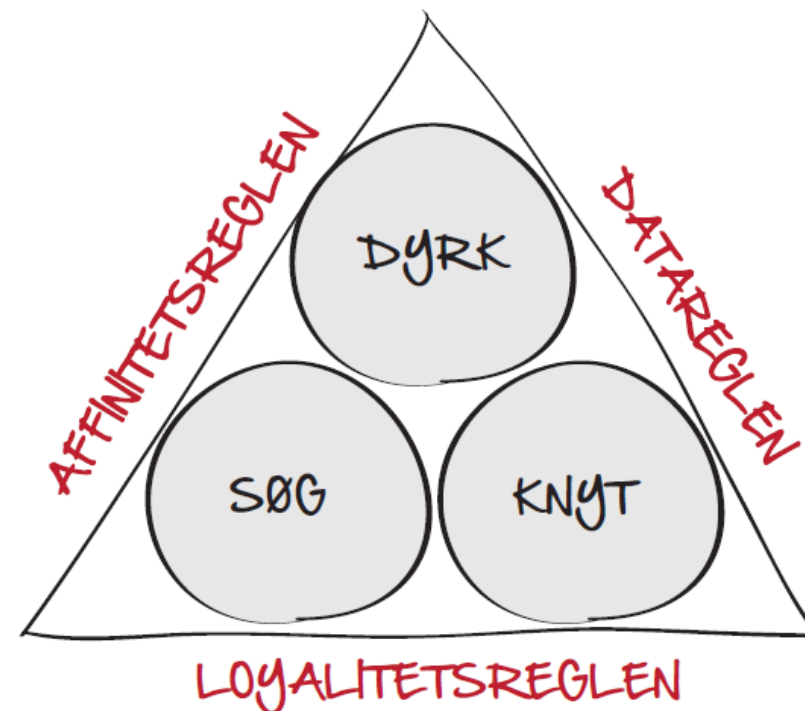
---

**Søg** dine kunder via deres interesseområder!

**Knyt** dem til dig ved at tilbyde noget som for dem er af værdi.

**Dyrk** dem til dig ved at skabe værdibaseret indhold (og produkter) til dem.

RELATIONSBASERET  
MARKEDSFØRING





# Relationer!

*Tal med dem nær dig!*

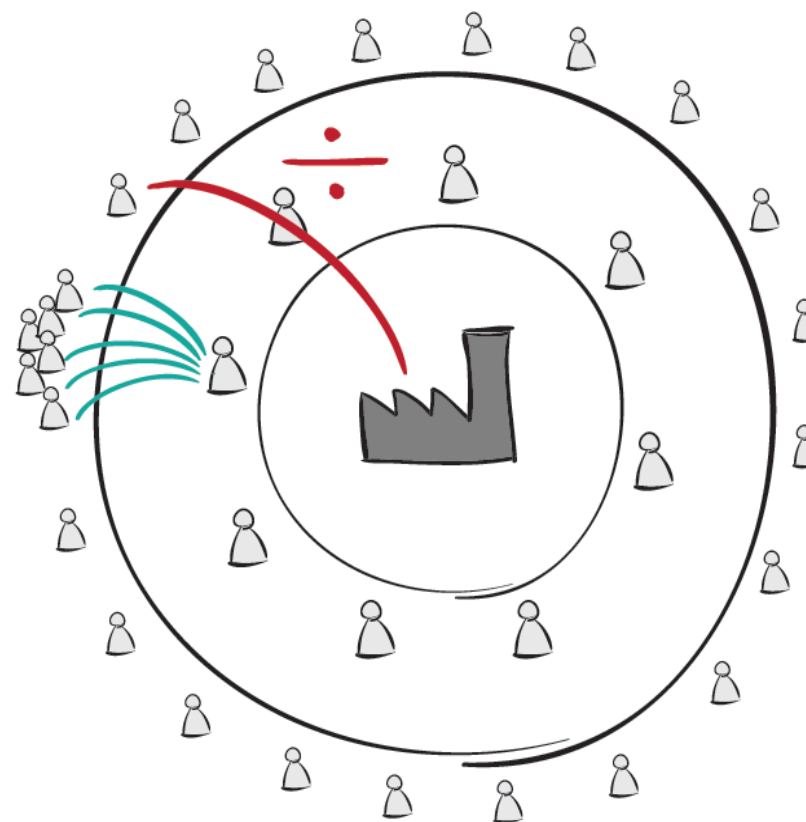
---

Tal med / til dine nuværende kunder

Tal til "nærområdet", nemmere at målrette.

*Noget at tænke over:*

*- hvis du taler til dem "længst væk" – hvorfor skulle de vælge dig, når de har samme type udbyder i nærområdet? Ergo tal til dem du kan "nå her og nu", skab værdi og de taler for dig!*





# Relationer!

*Målet er:*

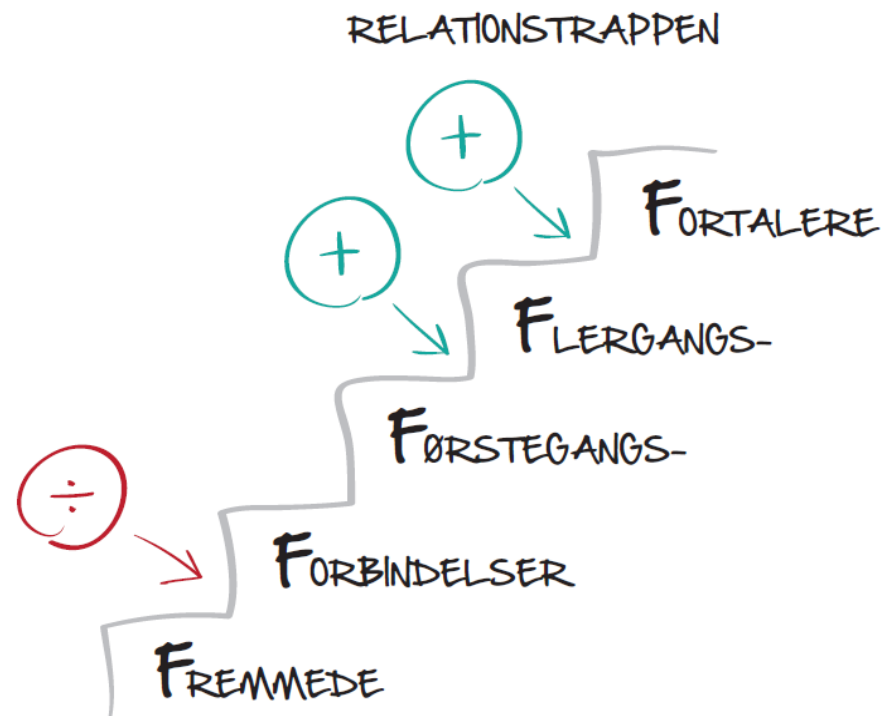
-----

At få skabt fortalere for dig!

"Over hækken" ambassadøren!

*Noget at tænke over:*

*Det er svært at få fremmede til at være ambassadører for dig (medmindre du har gjort noget af utrolig markant værdi for dem. Derfor! Jf. forrige slide henvend dig til nærmeste segment.*





# Relationer!

## *Kontekst mellem kanalerne:*

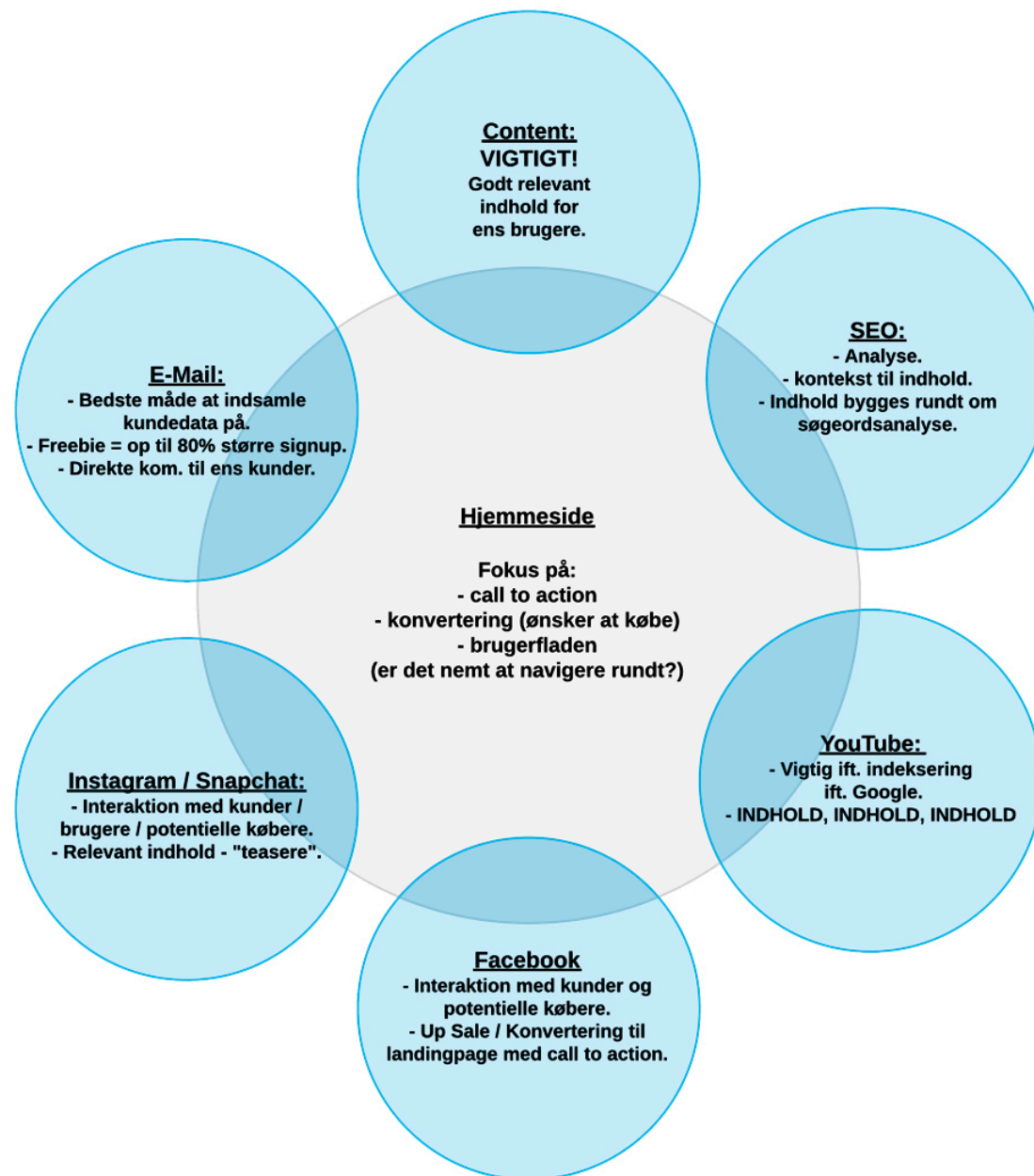
-----

Hver enkelt kanal er tragt til lead / konvertering.

Skal ses som kontekst til hinanden.

*Kort sagt:*

*SEO er rodfæstet i indhold, indhold er rodfæstet i værdi, værdi kan kommunikeres på SoME kanaler og så fremdeles.*







# Vidste du?

## Email Markedsføring;

- Jf. Hubspot, ét af verdens førende værktøjer til at samle online platforme, at der er 44 % der ikke åbner deres nyhedsbrev = 56 % der gør!
- At der er 83 % større chance for at læseren skriver sig op til nyhedsbrev, hvis han / hun får en freebee (eks. "5 gode råd til XX – download PDF her).



# Vidste du?

## Facebook;

- At der er op til 3 gange så stor sandsynlighed for at brugeren klikker "fold ud" på et FB opslag, hvis du skriver til følelserne fremfor informativt.

## Hjemmeside;

- At der er lang større sandsynlighed for at en bruger klikker sig videre, hvis man anvender eks. Vis "tag mig videre" fremfor "læs mere" på knapperne.
- At noget så enkelt som skygge på en knap kan højne konverteringsraten.
- At din trafik på hjemmesiden højest sandsynligt er størst mellem kl. 20.00 og 23.00.



# 10 gode råd:

- Hvordan virker Google (kend algoritmen);
  - Hav relevant og nyt indhold i forhold til hvad du udbyder på dit site (tekst, animation, YouTube).
  - Hav interne links forankret til landing pages på dit site (og endnu bedre opbygge ekstern link building – se ovenfor).
  - Sørg for at sitet er responsivt, og derfor funktionelt på alle devices (iPad og smartphones).
  - Hav fokus på hastigheden på dit site. Eks. vis giver for store billeder (for høj opløsning) høj load time.
  - Hav min. 100 ord pr. side for at Google har noget indhold at "gribe fat i".
  - Bonus info: opret, hvis ikke I har, en Google Business / Google + konto.
- Hvordan virker Facebook (kend algoritmen);
  - Facebook indekserer ud fra kommentarer og ikke delinger og likes (ikke at de ikke også har en stor effekt).
  - Du kan segmentere din målgruppe ned til stort set hvad som helst (interesser, demografi, likes, shares, m.m.)
  - Du kan strukturere, planlægge og monitorere alle dine kampagner opslag i Business Manager.
    - Det gælder i øvrigt også dine Instagram kampagner.
  - Generer din retargeting code i Facebook og indsæt denne på jeres hjemmeside, så I kan retarget kunden i dennes online fodspor.
  - A/B splittest dine opslag (gælder i øvrigt alle medier).



# 10 gode råd (fortsat):

- Lav en strategi;
  - Hav klare mål for hvad du vil opnå;
    - Antal likes, shares, følgere.
    - Konverteringer (skal det blive til leads eller konkret salg, og uanset, hvilket antal / hvor stor omsætning).
- Brug det du ved i forvejen;
  - Analysér det data du har tilgængeligt i forvejen (permissions) og brug det.
- Hav fokus på call to action på jeres hjemmeside;
  - Maksimalt 5 – 6 klik før man finder det info man er ude efter (helst færre). Flere klik = afvisning.
  - Intet statisk info – skal kunne konverteres til en handling der opsamler (lead, salg, booking).
  - Ingen "STUFFING" = ikke for meget info på forsiden, det skaber forvirring omkring call to action.
- Monitorer;
  - Sæt jer ind i hvad Google Analytics kan og brug det aktivt.
  - Indsæt heatmaps evt., på jeres site hvis der webshop.
- Hvorfor har alle bilforretninger lukket når trafikken på ens hjemmeside er størst? Implementer en chat-funktion, hvor der svares spørgsmål udenfor normal åbningstid.
- Hav fokus på hvordan man med få midler nemmere kan holde en dialog med kunden.
- SØG INSPIRATION ALLE STEDER!!! Læs / følg / søg.
- SPØRG JERES KUNDER!!! (DET KAN IKKE SIGES NOK GANGE)



# Værktøjer og inspiration:

- Hootsuite; gratis (og betalt) styringsværktøj, hvorfra man kan administrere alle ens SoME kanaler og monitorere samtidigt.
- Hubspot; total platform, hvorfra man kan styre sin hjemmeside/webshop, blogposts, SoME, CRM og meget meget mere.
- Mailchimp og Campaign Monitor – gratis programmer til at køre sin Email Markedsføring fra og monitorere.
- Ducksuite/Achoo/Falcon IO/Sitecore/.... And the list goes on and on and on...



# Værktøjer og inspiration:

- Følg;
  - Gary Vaynerchuck på Facebook. "The wine guy". Et unikum indenfor SoME Markedsføring.
  - Brian Solis – Digital Analyst & forfatter til X: The Experience When Business Meets Design.



**Find mig, følg mig, like men mest af alt snak med mig 😊!**

**Tlf:** +45 27122554

**Mail:** [soren@speakuup.dk](mailto:soren@speakuup.dk)

**LinkedIn:** Søren Eliassen - <https://dk.linkedin.com/in/soreneliasendk>

**Facebook:** S:PEAK:UUP - [www.facebook.com/speakuup](http://www.facebook.com/speakuup)

**Instagram:** [speakuup - https://www.instagram.com/speakuup/](https://www.instagram.com/speakuup/)

**Skype:** eliasen1978