

Tre steg mot engasjerte givere og lojale medlemmer

Personalisert kommunikasjon for organisasjoner

[b a s] agilic

**Norges bredeste
kompetansemiljø innen
CRM, analyse og
kommunikasjon**

**Vi skal redde verden fra
irrelevant
kommunikasjon!**

I've got a job as a fundraiser.



www.dilbert.com scottadams@aol.com

I'll ask people to give me money...



© 2004 Scott Adams, Inc./Dist. by UFS, Inc.

...and when they do, I'll ask them for more.





www.dilbert.com scottadams@aol.com



10/15/01 © 2001 United Feature Syndicate, Inc.



Agenda

- Rammebetingelser og metodeverk for personalisert kommunikasjon
- Innsikt og analyser
- Markedsføringsteknologi
- Kreativitet og kommunikasjon

Forbrukertrendene

- Giverne og medlemmene vil i større grad **velge** og bestemme selv.

Forbrukertrendene

- Giverne og medlemmene vil i større grad **velge** og bestemme selv.
- Giverne er mindre lojale og **shopper saker**, ikke organisasjoner

Forbrukertrendene

- Giverne og medlemmene vil i større grad **velge** og bestemme selv.
- Giverne er mindre lojale og **shopper saker**, ikke organisasjoner
- Giverne ønsker å interagere, synes og behandles individuelt og **personlig**

The diagram illustrates the relationship between Push and Pull marketing strategies. On the left is a large blue rectangle labeled 'PUSH'. On the right is a large red rectangle labeled 'PULL'. Between them are two overlapping arrows pointing towards each other. The blue arrow, pointing from the Push box, contains a list of factors: Posisjon, Verdiforslag, Produkt, Pris, and Service. The red arrow, pointing from the Pull box, contains a list of factors: Interesse, Preferanser, Historikk, Lokasjon, and Behov.

PUSH

Posisjon
Verdiforslag
Produkt
Pris
Service

Interesse
Preferanser
Historikk
Lokasjon
Behov

PULL

Tre steg mot engasjerte givere og lojale medlemmer

- Personlig, **data-drevet** markedsføring tuftet på innsikt om den enkelte giver (analytisk kompetanse)

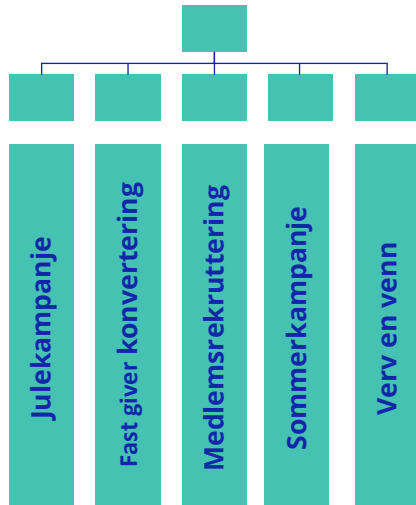
Tre steg mot engasjerte givere og lojale medlemmer

- Personlig, **data-drevet** markedsføring tuftet på innsikt om den enkelte giver (analytisk kompetanse)
- **Omni-kanal**, dvs være synlig, tilstede og interagere på alle de flatene og kanalene hvor giverne er (teknisk kompetanse)

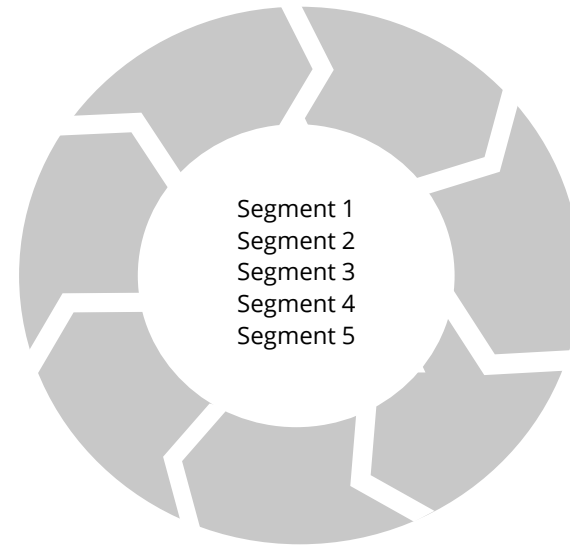
Tre steg mot engasjerte givere og lojale medlemmer

- Personlig, **data-drevet** markedsføring tuftet på innsikt om den enkelte giver (analytisk kompetanse)
- **Omni-kanal**, dvs være synlig, tilstede og interagere på alle de flatene og kanalene hvor giverne er (teknisk kompetanse)
- Store krav til **kåntent**, relevans og engasjement (kommunikasjonskompetanse)

Vi må begynne å tenke kundeopplevelser i giverens perspektiv



Kampanjesentrert



Giversentrert

Riktig budskap

Rett person

Riktig tid

Tre rammebetingelser for personalisert kommunikasjon

Data

Datakilder
Aggregerte data
Analysegrunnlag

Tre rammebetingelser for personalisert kommunikasjon

Data

Datakilder
Aggregerte data
Analysegrunnlag

Analytisk kompetanse

Analytiske
modeller/algoritmer
Analytiske verktøy

Tre rammebetingelser for personalisert kommunikasjon

Data

Datakilder
Aggregerte data
Analysegrunnlag

Analytisk kompetanse

Analytiske
modeller/algoritmer
Analytiske verktøy

Plan for kommunikasjon

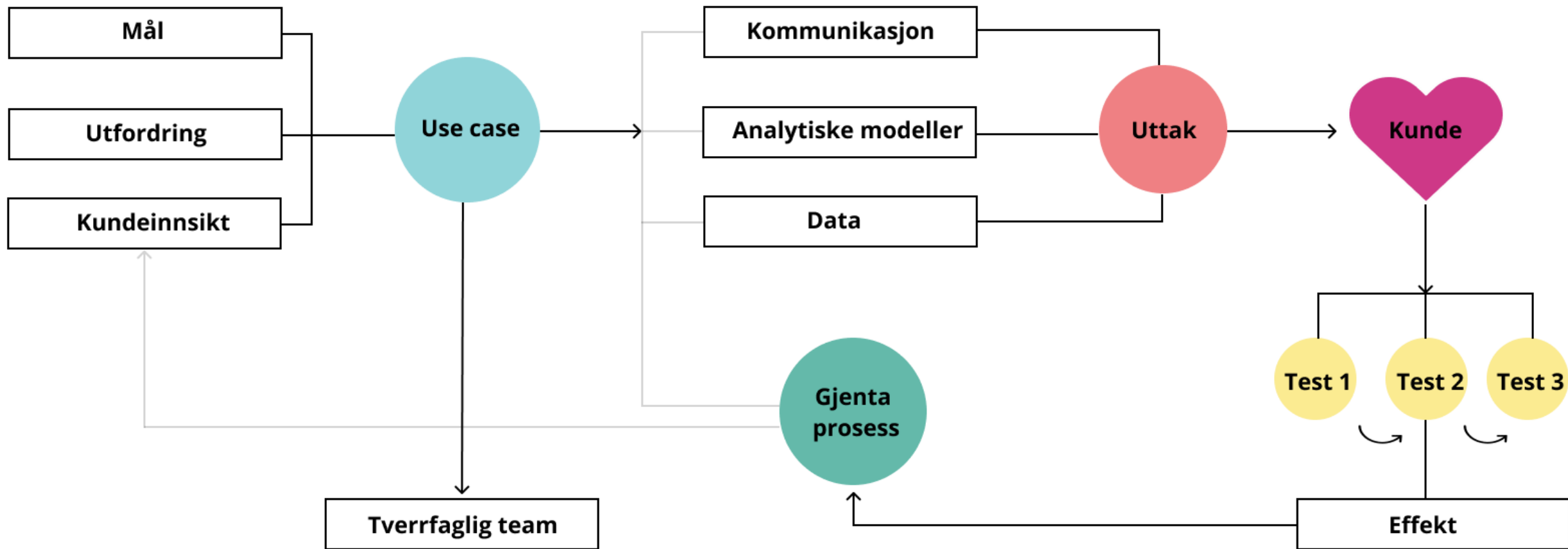
MA / CM system
Automatisering
Innhold og design
Testing og kanalvalg

Situasjonsbeskrivelse

Mulighet

Skape

Test og lær



Hvordan komme i gang?

- Få støtte hos toppledelsen
- Bryt ned siloene
- Riktig kompetanse
- Stykk opp elefanten! Fokuserer på en prosess av gangen
- Sett mål, test, lær, tilpass, test.... repeat



Innsikt og analyser

Resultater og erfaringer

- Humanitær organisasjon: **25% høyere respons** fra kalde adresser ved bruk av rekrutteringsscore

Resultater og erfaringer

- Humanitær organisasjon: **25% høyere respons** fra kalde adresser ved bruk av rekrutteringsscore
- Bistandsorganisasjon: Sparte ca kr **200.000** og fikk like god respons ved å ekskludere de med lavest svarsannsynlighet.

Resultater og erfaringer

- Humanitær organisasjon: **25% høyere respons** fra kalde adresser ved bruk av rekrutteringsscore
- Bistandsorganisasjon: Sparte ca kr **200.000** og fikk like god respons ved å ekskludere de med lavest svarsannsynlighet.
- Interesseorganisasjon: **130% økning i salget** av husstands-medlemskap gjennom behovsprediksjon

Resultater og erfaringer

- Humanitær organisasjon: **25% høyere respons** fra kalde adresser ved bruk av rekrutteringsscore
- Bistandsorganisasjon: Sparte ca kr **200.000** og fikk like god respons ved å ekskludere de med lavest svarsannsynlighet.
- Interesseorganisasjon: **130% økning i salget** av husstands-medlemskap gjennom behovsprediksjon
- Fadderorganisasjon: Sliter med opptil **40% frafall** første året. Tester nå en churnprediksjonsmodell

Andre nyttige bruksområder for analyser

- Rekruttering av «riktigere» kunder, givere og medlemmer
- Customer lifetime value-beregninger (CLV)
- Konvertering, oppsalg, mersalg, kryssalg. Hvem bør få hvilke tilbud?
- Kanalvalg og ressursallokering
- Churn prediksjon: Sannsynlighet for frafall
- Hvor mange segmenter bør jeg splitte medlemsmassen inn i, og hva skal kriteriene være?
- Hvilket budskap er best å benytte i kommunikasjonen?
- Hvilke kunder /medlemmer er mest lønnsomme?
- Hvordan måle effekten av aktiviteter og kanaler?

**– Innsikt og analyse gir lite
forretningsmessig verdi, hvis ikke
kommunikasjonen og innholdet er
bra. En analytisk modell har ingen
verdi i seg selv. Det er riktig bruk av
den som kan skape verdi for deg.**



Markedsføringsteknologi og automatisering

agillic

Who's speaking?

Rasmus Houlind

- Chief Experience Officer at the software company Agillic
- Author of the Omnichannel Book "Make it all about me"
- 12+ years experience from Digital Agencies

Contact:

- dk.linkedin.com/in/houlind
- rasmus.houlind@agillic.com
- Tlf. +45 53 886 555
- www.agillic.com



agillic

Agillic is a Scandinavian based Marketing Automation platform enabling you to use data to always act on insight as you create, automate and execute hyper-personalised communication.

Born omnichannel, Agillic empowers you to engage with prospects and customers across channels from one single interface.



**Higher
conversion rates**



**Enhanced customer
satisfaction**



**Better
retention**



**Increased customer
lifetime value**

Select customers

Retail



Subscription



Finance



Travel & Hospitality



Charities and NGOs



Agillic is the most efficient platform for enabling personalised omnichannel marketing at scale

Data and Content Repositories



All markets, all languages, products, etc.

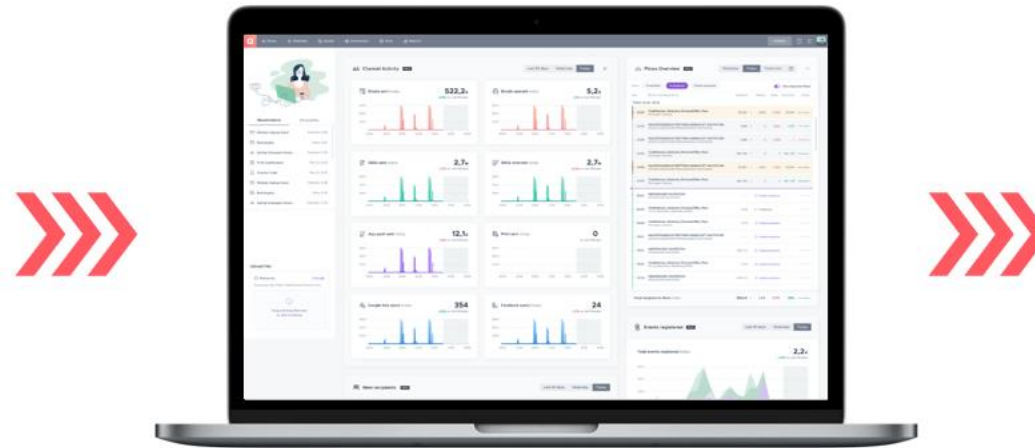
Agillic is the most efficient platform for enabling personalised omnichannel marketing at scale

Data and Content Repositories



All markets, all languages, products, etc.

Agillic Platform

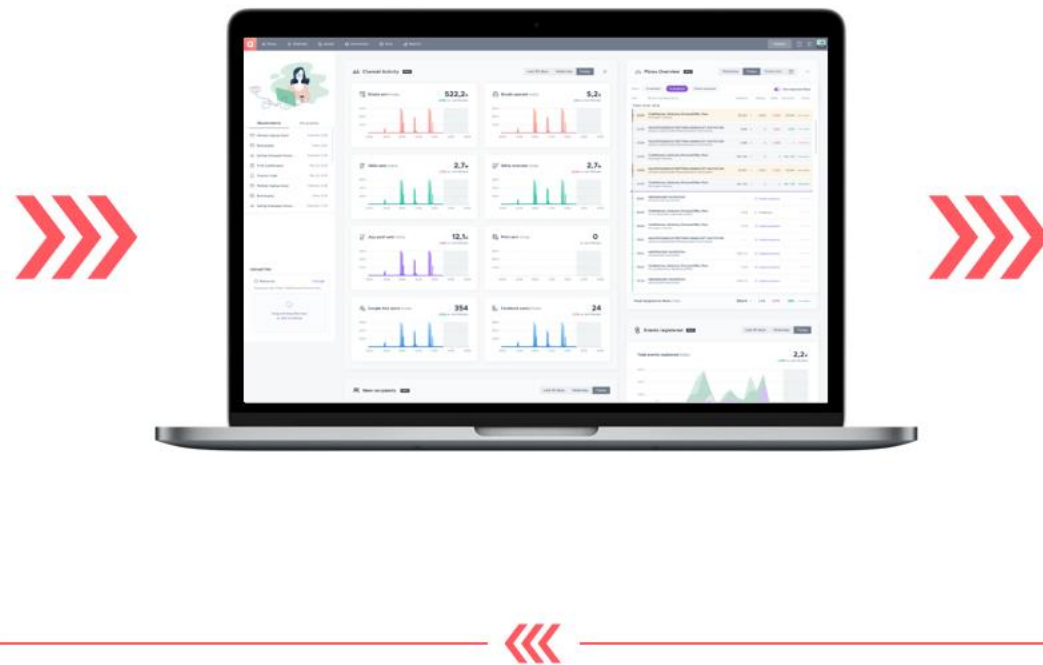


Agillic is the most efficient platform for enabling personalised omnichannel marketing at scale

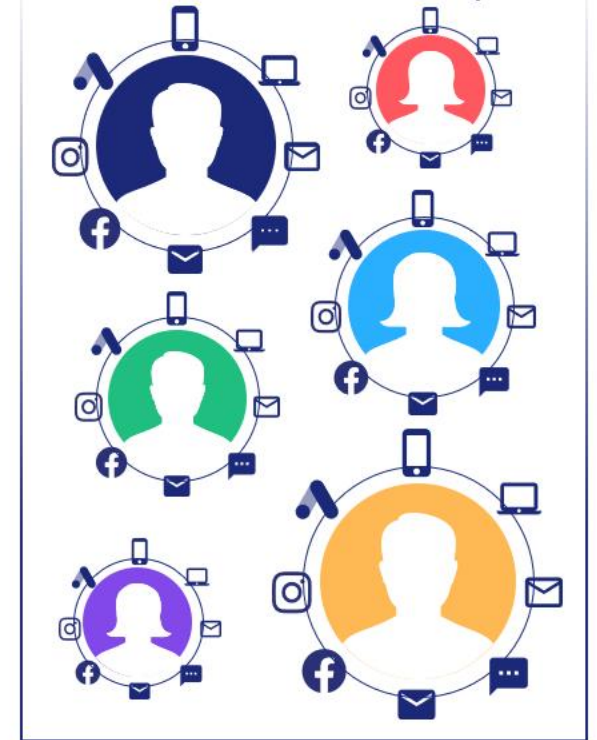
Data and Content Repositories



Agillic Platform



Personalised Customer Experience



All markets, all languages, products, etc.

Omnichannel “Out-of-the box”

In- & Outbound channels



Omnichannel “Out-of-the box”

In- & Outbound channels



Web hooks and Extension SDK/ framework for custom made channels
Rich REST API framework for integration to 3rd party websites, social media etc.

Omnichannel “Out-of-the box”

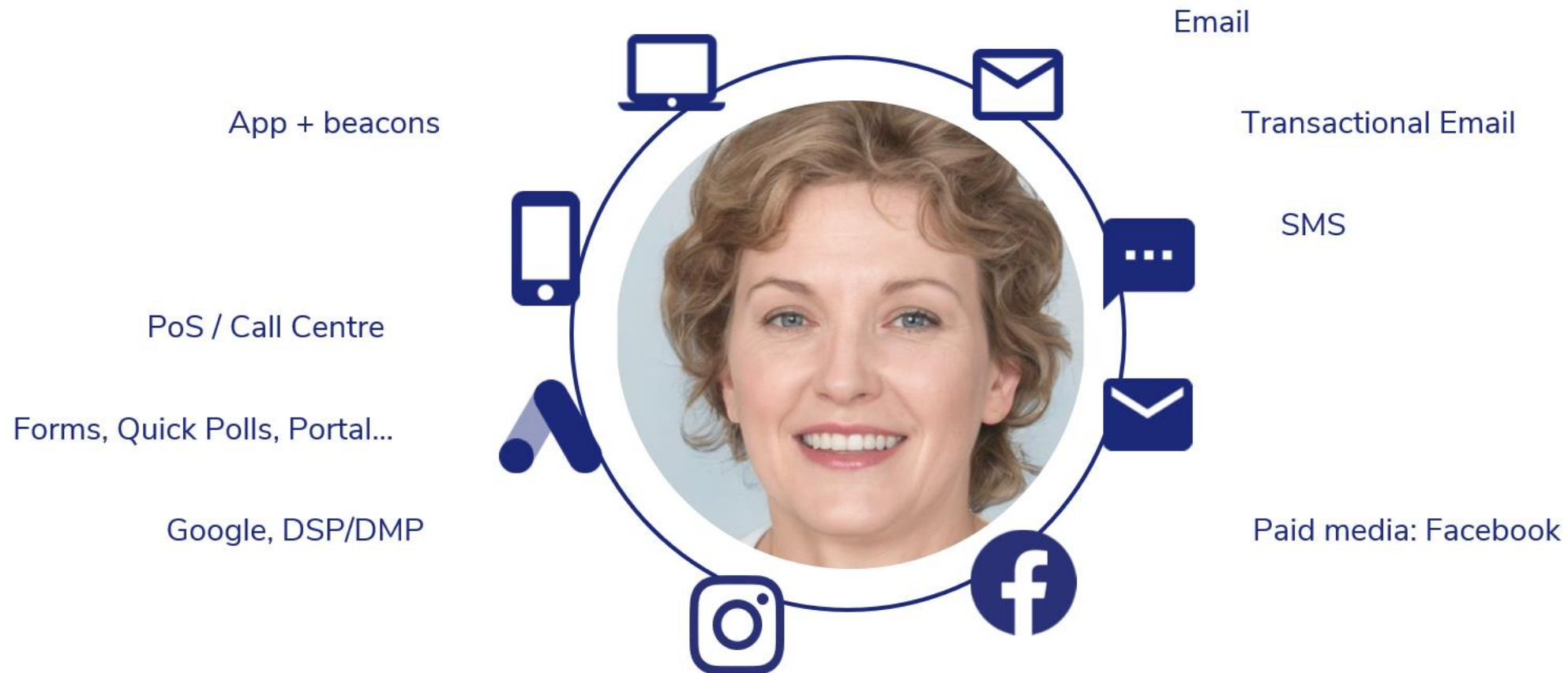
In- & Outbound channels



Web hooks and Extension SDK/ framework for custom made channels
Rich REST API framework for integration to 3rd party websites, social media etc.

Omnichannel “Out-of-the box”

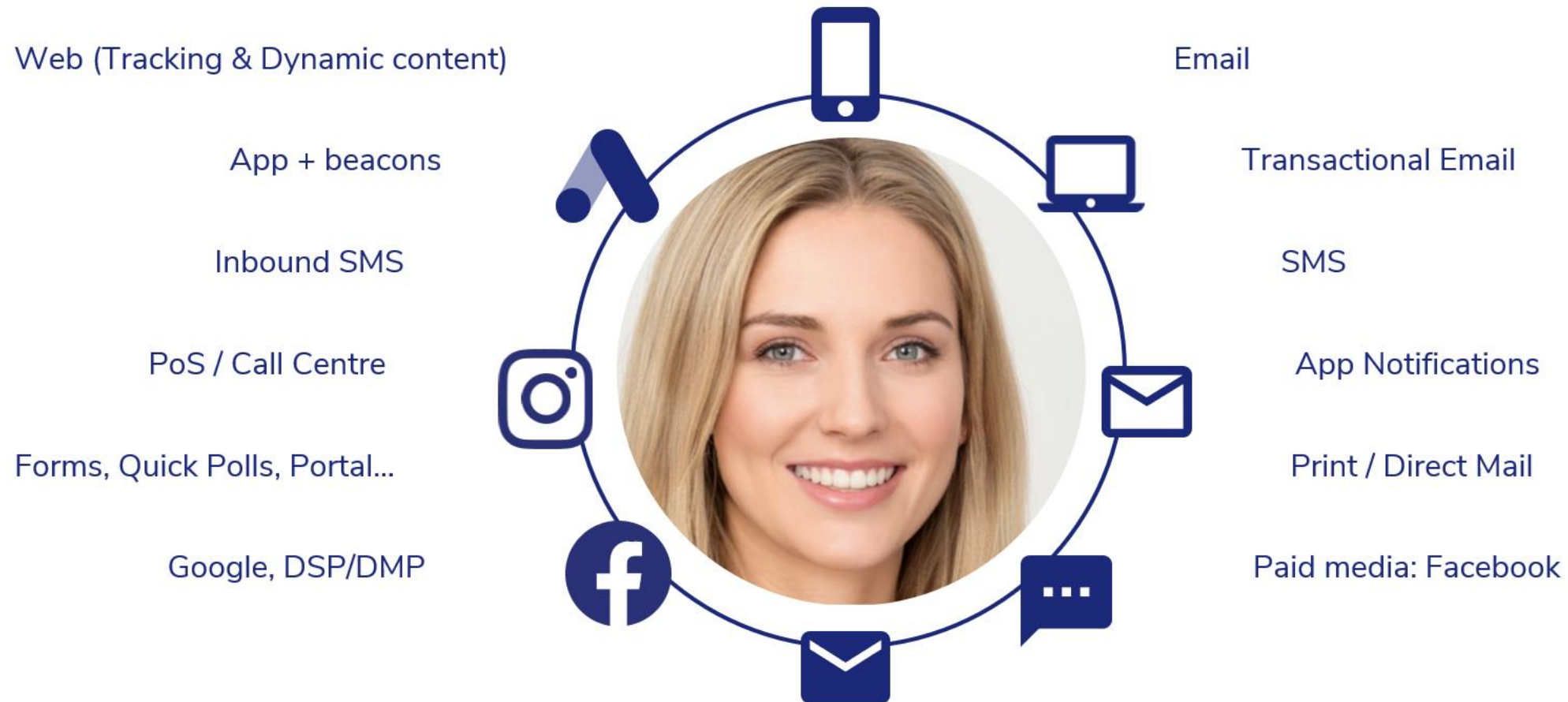
In- & Outbound channels



Web hooks and Extension SDK/ framework for custom made channels
Rich REST API framework for integration to 3rd party websites, social media etc.

Omnichannel “Out-of-the box”

In- & Outbound channels



Web hooks and Extension SDK/ framework for custom made channels
Rich REST API framework for integration to 3rd party websites, social media etc.

Danish Red Cross

- Emails are easy to build
- Text messages are delivered lightning fast
- From within the same platform

“From we get an idea it takes us no more than a few hours till we have an SMS and an email ready.”

- Charlotte Christensen, Head of Individual Giving, Fundraising

“Many claim easy onboarding and short time to value. But with Agillic, this is exactly what we experienced: claim and reality were a match. Of course, there were bumps on the road, but the Agillic team was very dedicated to helping us,”

- Mikkel Wraae Hansen, Marketing Automation Specialist



Kære Røde Kors – støtte

“35-årig Fatoumata og hendes lille baby døde under fødslen for to uger siden. Hun kom til sundhedscenteret alt for sent og blødte kraftigt. Sundhedspersonalet kunne ikke redde hende og hendes baby. Alle graviditeter er en stor risiko her. Og vi håber, at det aldrig sker igen. Vi mangler det rette udstyr for at kunne give den nødvendige hjælp.”

- Mamadou Adama Baide, sundhedsfaglig agent, Røde Kors Guinea

På søndag er det Mors Dag. Vi danskere bruger 80 millioner kroner på blomster på Mors Dag. Det svarer til over 2,6 millioner livreddende fødselssæt. Eller at over 2,6 millioner nyfødte kan hjælpes sikkert til verden. Hos Røde Kors håber vi, at danskerne også vil bruge en lille del på at hjælpe børnene – og dermed give mødre den største gave, de kunne ønske sig!

Vi har brug for din hjælp, til at hjælpe 5.000 børn sikkert til verden. Vi ved, at et fødselssæt til en fødselshjælper kan redde et barns liv. Og hvert minut tæller!

For 450 kroner kan vi fx hjælpe 15 børn sikkert til verden

Hjælp os med at redde liv, der hvor det gælder!

Mange hilsner
Røde Kors

HJÆLP NU

Info@rodekors.dk +45 35 25 92 00	Følg os Facebook Twitter Video Instagram	Støt vores arbejde Støt nu
--	---	---

Afmeld email

agillic

Danish Red Cross

- Emails are easy to build
- Text messages are delivered lightning fast
- From within the same platform

"From we get an idea it takes us no more than a few hours till we have an SMS and an email ready."

- Charlotte Christensen, Head of Individual Giving, Fundraising

"Many claim easy onboarding and short time to value. But with Agillic, this is exactly what we experienced: claim and reality were a match. Of course, there were bumps on the road, but the Agillic team was very dedicated to helping us,"

- Mikkel Wraae Hansen, Marketing Automation Specialist

SMS
revenue
+60%

Email
revenue
+120%



Kære Røde Kors – støtte

"35-årig Fatoumata og hendes lille baby døde under fødslen for to uger siden. Hun kom til sundhedscenteret alt for sent og blødte kraftigt. Sundhedspersonalet kunne ikke redde hende og hendes baby. Alle graviditeter er en stor risiko her. Og vi håber, at det aldrig sker igen. Vi mangler det rette udstyr for at kunne give den nødvendige hjælp."

- Mamadou Adama Balde, sundhedsfaglig agent, Røde Kors Guinea

På søndag er det Mors Dag. Vi danskere bruger 80 millioner kroner på blomster på Mors Dag. Det svarer til over 2,6 millioner livreddende fødselssæt. Eller at over 2,6 millioner nyfødte kan hjælpes sikkert til verden. Hos Røde Kors håber vi, at danskerne også vil bruge en lille del på at hjælpe børnene – og dermed give mødre den største gave, de kunne ønske sig!

Vi har brug for din hjælp, til at hjælpe 5.000 børn sikkert til verden. Vi ved, at et fødselssæt til en fødselshjælper kan redde et barns liv. Og hvert minut tæller!

For 450 kroner kan vi fx hjælpe 15 børn sikkert til verden

Hjælp os med at redde liv, der hvor det gælder!

Mange hilsner
Røde Kors

HJÆLP NU

Info@rodekors.dk +45 35 25 92 00	Følg os Facebook Twitter Video Instagram	Støt vores arbejde Støt nu
-------------------------------------	--	--------------------------------------

Åbn email

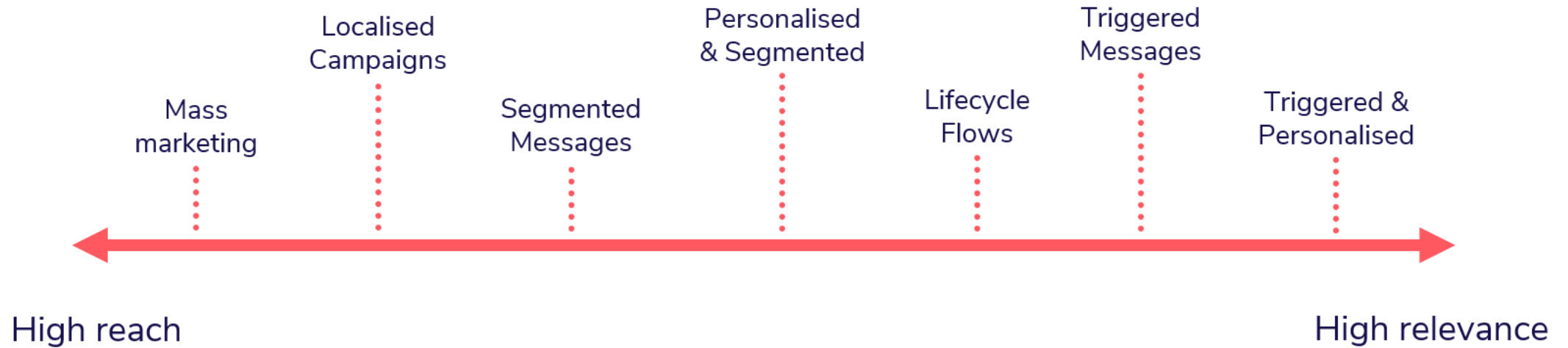
agillic

That's it?

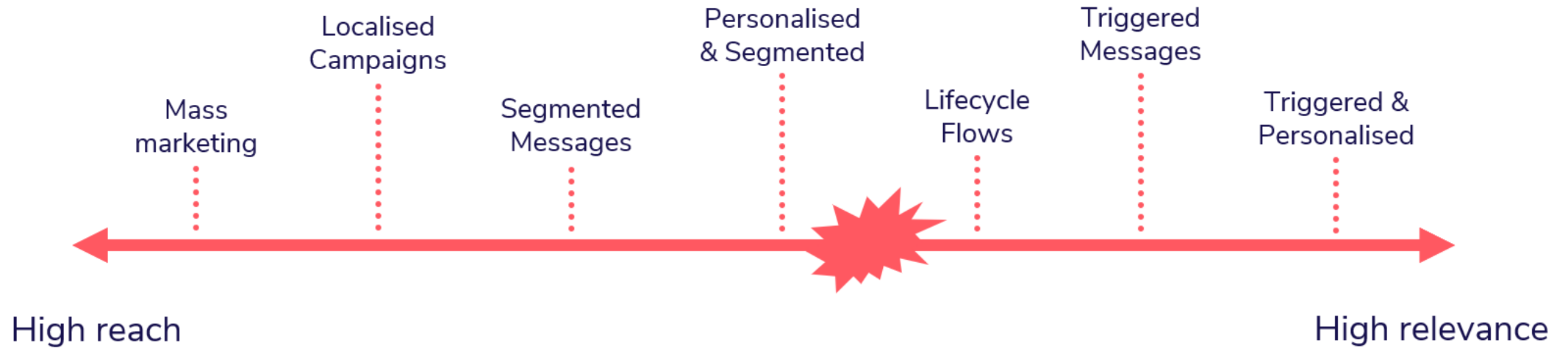
Send more messages on all
channels and get more money?

agillic

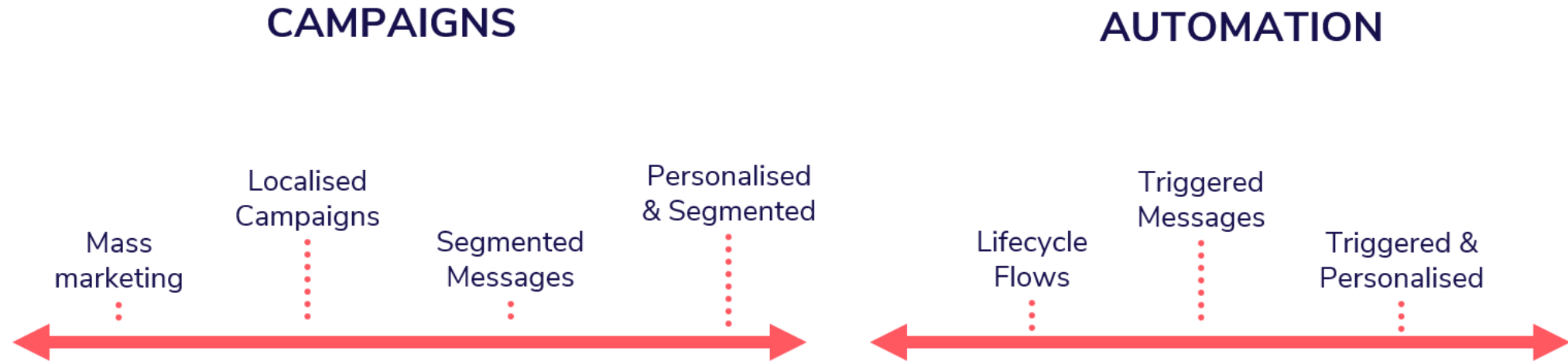
What is personalisation really?



What is personalisation really?

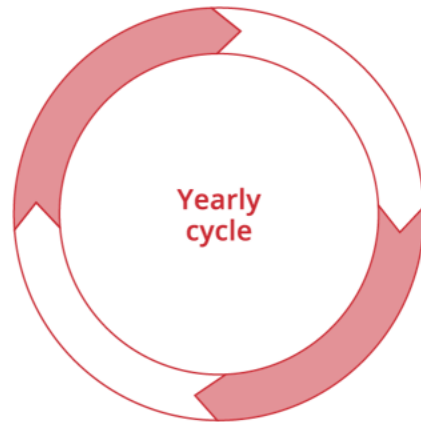


Campaigns and Automation together will maximise CLV



Campaigns and Automation together will maximise CLV

CAMPAIGNS



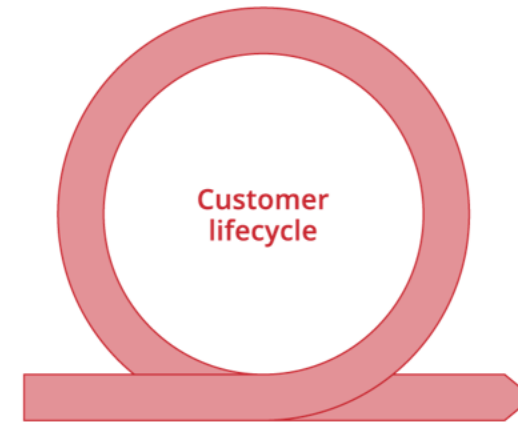
Mass
marketing

Localised
Campaigns

Segmented
Messages

Personalised
& Segmented

AUTOMATION

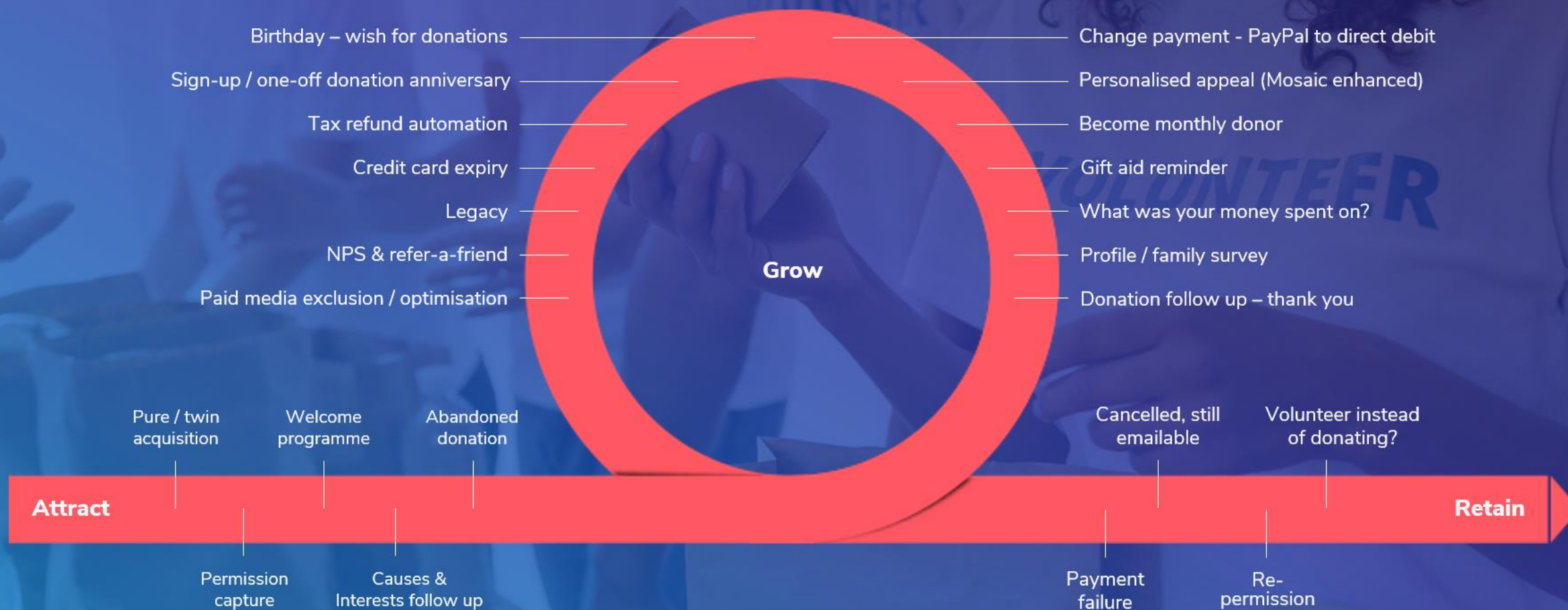


Lifecycle
Flows

Triggered
Messages

Triggered &
Personalised

Typical **Charity** Moments of Truth



Say thanks in the right way

A good way to say
thank you!

Visa webben

 Svenska Røde Korset



Røde Korset

Din gåva betyder mycket

Tack för din gåva 2020-06-28.

Din gåva hjälper människor i världens katastrofer. Den gör att vi kan vara på plats i 192 länder runt om i världen och rädda liv. Røde Korsets insatser går alltid till de som är i störst behov av hjälp.

Vår ständiga närvaro garanterar att dina gåvor kommer fram och hjälper de drabbade – snabbt och effektivt.

Varma hälsningar
Røde Korset

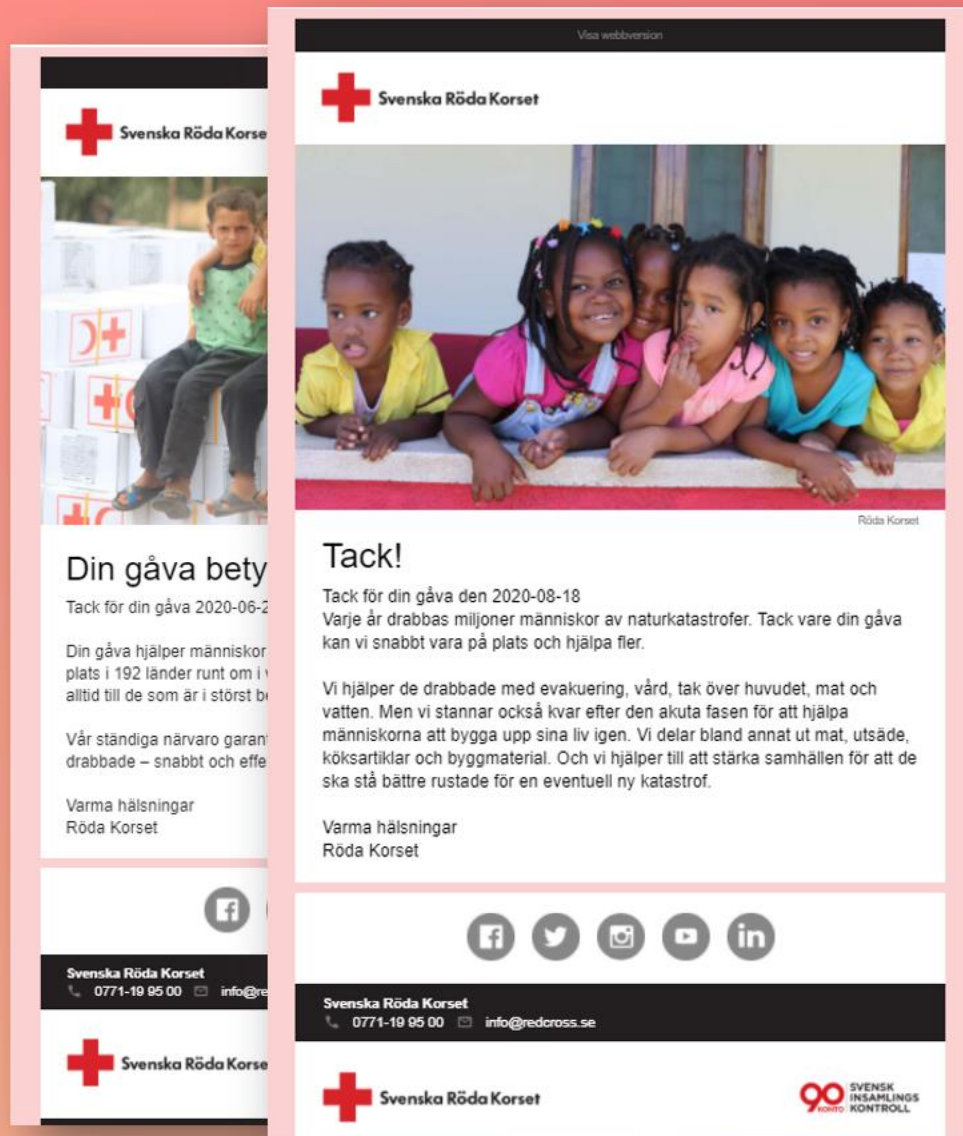
    

Svenska Røde Korset
☎ 0771-19 95 00 ✉ info@redcross.se

 Svenska Røde Korset

 90 SVENSK
INSAMLINGS
KONTROLL

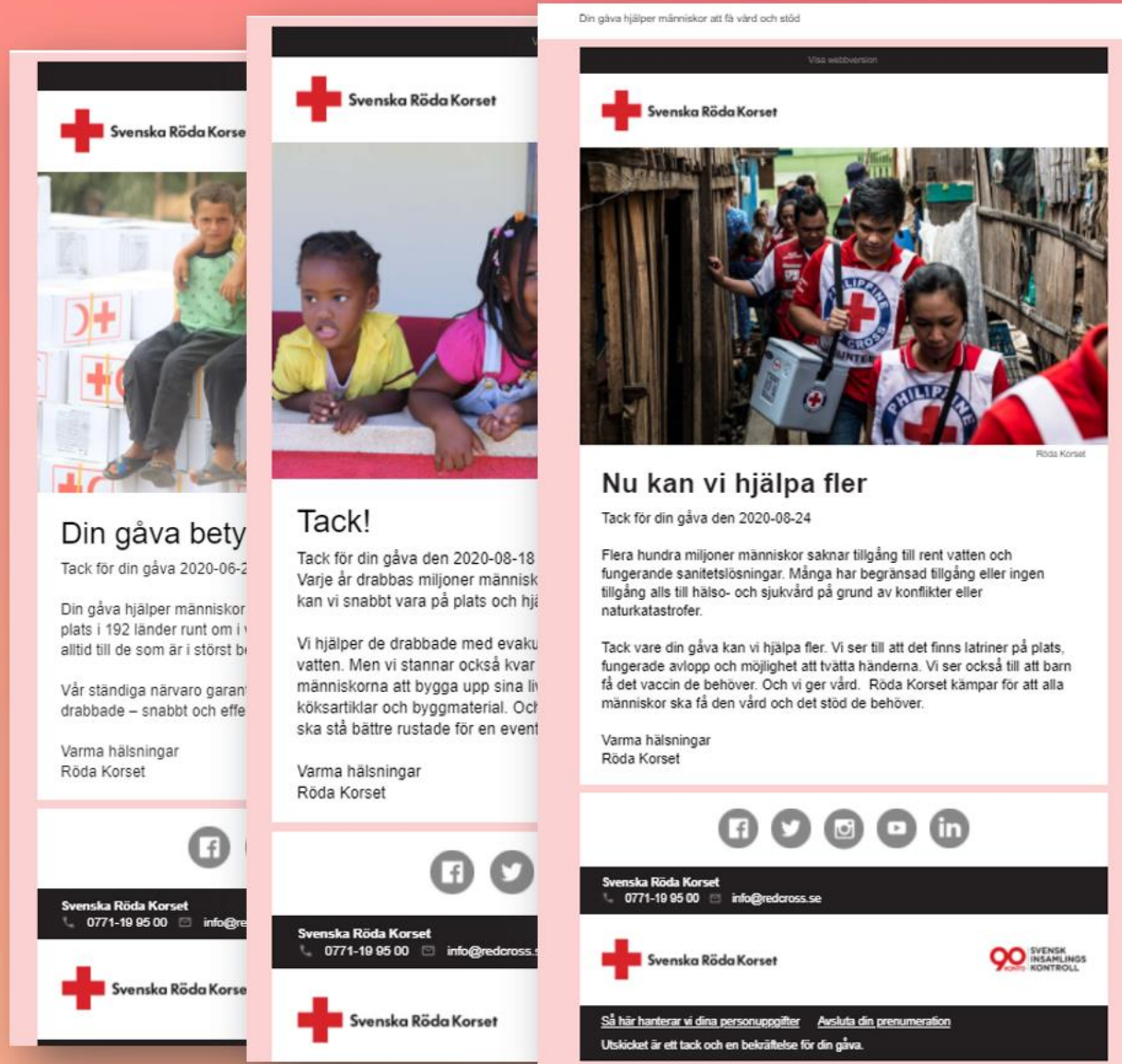
Say thanks in the right way



Another good way
to say thank you!

Because people
donate often, you
need more content!

Say thanks in the right way



At least one or two
ways for every
cause or event...

Plus variations
based on new /
existing donor...

Say thanks in the right way and channel

Reuse same content automatically in Direct mail and SMS



Svenska Röda Korset



Din gåva betyr

Tack för din gåva 2020-06-2

Din gåva hjälper människor plats i 192 länder runt om i alltid till de som är i störst be

Vår ständiga närvaro garan drabbade – snabbt och effe

Varma hälsningar
Röda Korset



Svenska Röda Korset
0771-19 95 00 info@redcross.se



Svenska Röda Korset



Svenska Röda Korset



Tack!

Tack för din gåva den 2020-08-18

Varje år drabbas miljoner människ kan vi snabbt vara på plats och hjäl

Vi hjälper de drabbade med evaku vatten. Men vi stannar också kvar människorna att bygga upp sina liv köksartiklar och byggmaterial. Och ska stå bättre rustade för en event

Varma hälsningar
Röda Korset



Svenska Röda Korset
0771-19 95 00 info@redcross.se



Svenska Röda Korset

Din gåva hjälper människor att få vård och stöd

Visa webbenheten



Svenska Röda Korset



Röda Korset

Nu kan vi hjälpa fler

Tack för din gåva den 2020-08-24

Flera hundra miljoner människor saknar tillgång till rent vatten och fungerande sanitetslösningar. Många har begränsad tillgång eller ingen tillgång alls till hälso- och sjukvård på grund av konflikter eller naturkatastrofer.

Tack vare din gåva kan vi hjälpa fler. Vi ser till att det finns latriner på plats, fungerade avlopp och möjlighet att tvätta händerna. Vi ser också till att barn få det vaccin de behöver. Och vi ger vård. Röda Korset kämpar för att alla människor ska få den vård och det stöd de behöver.

Varma hälsningar
Röda Korset



Svenska Röda Korset
0771-19 95 00 info@redcross.se



Svenska Röda Korset

90 SVENSK INSAMLINGS KONTROLL

Så här hanterar vi dina personuppgifter Avsluta din prenumeration

Utskicket är ett tack och en bekräftelse för din gåva.



Svenska Röda Korset

Stockholm
2020-8-24



Tack för din gåva till Röda Korset!

Hej Anna!

Tack för att du har valt att stödja vårt arbete. Vi ser till att din gåva kommer fram och används där den gör störst nytta.

Röda Korset finns i 192 länder över hela världen och har som mål att förhindra och lindra mänskligt lidande, oavsett vem det drabbar och hur det uppstår. Vi arbetar förebyggande för att katastrofer inte ska inträffa. Vi finns där om den ändå sker och vi är kvar efteråt för att återuppbygga – långt efter att andra gett sig av och medierna tystnat.

Det är människor som du som gör detta möjligt. Tack vare ditt stöd kan vi ge hopp och rädda liv i Sverige och världen. Tillsammans kämpar vi för att ingen ska lämnas ensam i en katastrof.

Med vänlig hälsning

Martin Åmlöv
Generalsekreterare
Svenska Röda Korset

Dina pengar kommer fram



90 SVENSK INSAMLINGS KONTROLL

Röda Korset granskas av Svensk Insamlingskontroll. De bevakar att pengarna används till ändamålet som vi har gett 25 % av de totala intäkterna går till insamlingskostnader och administration. De senaste fem åren har Röda Korset använt 10,8 % till insamlings- och medlemskostnader och 3,9 % till administration.

90 SVENSK INSAMLINGS KONTROLL

6071-19 95 00, lokalboxen: Husetagen 54, postbox: Box 17563, 118 91 Stockholm



Svenska Röda Korset

Stockholm
2020-08-24

Anna Ehemann
Golvvägen 164
118 91 SJADEN

10581271



Foto: Jule Frankel

fungerande sanitetslösningar. Inånga har grund av konflikter eller naturkatastrofer. på plats, fungerade avlopp och möjlighet ver. Och vi ger vård. Röda Korset kämpar

på plats för att hjälpa utsatta människor för ingen skillnad på om det är en stor eller bbar. Vi vet var hjälpen bäst behövs och vi

medlem, månadsgivare eller frivillig?

rt arbete.

en 54, postbox: Box 17563, 118 91 Stockholm



Reuse same content automatically in Direct mail and SMS

agilic

What makes Agillic special according to Röda Korset?

- Easily orchestrate communication across channels
 - Easily coordinate Campaigns and Automated Communication
 - Easily reuse content (promotion / propositions)
 - Easy to act on behavioural data from the website
-
- Biggest challenges:
 - Having fresh and engaging content
 - How to organise internally
 - Get the organization to know that MA is not about saving resources



Frida Wahlberg

- CRM Analyst at Röda Korset



Kreativitet og Kommunikasjon

Har du barn mellom 6-12 år? 🐟❤️



Plusstid <redaksjon@plusstid.no>

Til ☐ Line Nordby

↩ Svar

↩ Svar til alle

i Du videresendte denne meldingen 25.11.2020 10:34.
Hvis det er problemer med hvordan denne meldingen vises, kan du klikke her for å vise den i en nettleser.



Möller's søker testpersoner!

Har du barn i alderen 6-12? Möller's holder på å utvikle et konsept til de litt eldre barna, og vi ønsker gjerne innspill på dette konseptet. I denne undersøkelsen ønsker vi å teste kjennskap til ulike Omega-3 produkter til barn, samt presentere

**Enkelt
Konkret
Emosjonelt**

Annerledes!

A close-up portrait of a man with a beard and a blue beanie, smiling. He is wearing a dark jacket. The background is a blurred, light-colored wall.

**Gled en
som gruer
seg til jul**







 **Redd Barna**
I går kl. 17:15 · 🌐

At Norge selger krigsmateriell til land som deltar i en av de mest brutale krigføringene i verden, strider mot all sunn fornuft! Signer oppropet vårt mot norsk våpensalg til land som kriger i Jemen: <https://www.reddbarna.no/vapensalg>



Etter at Jemen-krigen startet ble militæreksporten fra Norge til de krigende land...
vg.no

👍👎👤 108

6 kommentarer 36 delinger

Liker Kommenter Del

 **SOS-barnebyer**
Sponset · 🌐

Elena (2) går en iskald vinter i møte. Uten å vite når neste måltid kommer, eller om hun har en seng å sove i når natten kommer.



Hjelp et barn inn i varmen
Bli SOS-fadder nå!
hjemtiljul.no

👍👎👤 262

2 kommentarer 15 delinger

Liker Kommenter Del

 **Røde Kors**
13. desember 2017 · 🌐

Hva vil det si å være Røde Kors-fadder? Les mer her! #tv2juleaksjonen



Slik hjelper du som Røde Kors-fadder
Røde Kors-faddere gir barn i nød en mulighet. Til å vokse opp, ha god helse og et verdig liv.
RODEKORS.NO

👍👎👤 31

Liker Kommenter Del

< Kirkens Bymisjon sitt innlegg

GLEDE til 2490 (80,-) eller vipps til 2490.



... **gl 2 middager** til en i gatemiljøene
sms glede til 2490 (80,-)

👍👎👤 280

Liker Kommenter Del

47 delinger



Voksne for Barn

4. desember 2017 · 6

Ikke alle julehistorier er like koselige. Men denne er kanskje en av de viktigste.

God jul, Benjamin ...

Benjamin våkner, det er tidlig. Det er ingen lyder i huset, bare føttene hans som møter den kalde parketten når han tusler inn i stua. Han titter ut av vinduet. – Jippi! Det snør! Juletreet som mamma satte opp i går står midt i stua. Mamma var så glad da. – I morgen er det julaften, Benjamin, da skal vi pynte treet sammen, åpne gaver og kose oss.... [Se mer](#)



Liker

Kommenter

Del

1,2 k

Relevante kommentarer

265 delinger



Redd Barna

I går kl. 17:16 · 6

At Norge selger krigsmateriell til land som deltar i en av de mest brutale krigsføringene i verden, sklander mot all grunn fornuft! Signer oppropet vårt mot norsk våpensalg til land som kriger i Jemen: <https://www.reddbarna.no/vapensalg>



Etter at Jemen-krigen startet ble militærskipsporten fra Norge til de krigende land...

100 5 kommentarer 36 delinger

Liker

Kommenter

Del



SOS-barnbyer

Sjansen · 6

Elena (2) går en iskald vinter i møte. Uten å vite når neste måltid kommer, eller om hun har en seng å sove i når natten kommer.



Hjelp et barn inn i varmen
86 SOS-faddere nå!
[Ajentlaushub](#)

Finns ut mer

262 2 kommentarer 15 delinger

Liker

Kommenter

Del



Røde Kors

13. desember 2017 · 6

Hva vil det si å være Røde Kors-fadder? Les mer her! [#MyJuleaksjonen](#)



Slik hjelper du som Røde Kors-fadder

Røde Kors-fadderne gir barn i nød en mulighet. Til å vokse opp, ha god helse og et verdig liv.

[Ansjentlaushub](#)

Liker

Kommenter

Del

11

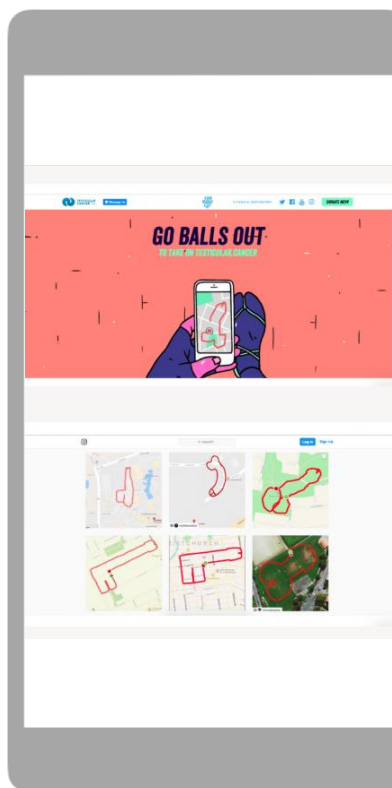


Connected by  **vodafone**

SEND US YOUR TXTICLES

TXT TWO BALL EMOJIS TO 4644
TO MAKE A \$3 DONATION

#GO
BALLS
OUT







Orewa

Whangaparaoa

Parakai

16

1

18

Muriwai

Auckland

MOUNT WELLINGTON

Pihema

Karekare

20

1

Oppsummering

- Stykk opp elefanten! Start med én prosess, ikke hele giverløpet.
- Data, innsikt og analyser er viktig, men vær tydelig på hvilket problem det skal løse og hvordan du skal bruke det. Fang kundedata.
- Jobb tverrfaglig – marked/CRM/systemer/analytiker/medlemsservice...
- Ingen eksekvering af omnichannel marketing uden smart teknologi -
tänk ét system med genbrug af personaliseringslogik og indhold
samt eksekvering på tværs af kanaler
- Våg å vær annerledes! Test og mål all kommunikasjon, og tenk både push og pull aktiviteter

Takk for oss!

Noen spørsmål?

Line Nordby

Rasmus Houlind

+ 47 952 26 506

+45 53 886 555

Line.nordby@bas.no

Rasmus.houlind@agillic.com

