



## GUIDE

**5 mejlflöden  
som ger din kund  
en personlig upplevelse.**



## Hej, det är jag som är Sophie.

Jag är beteendevetaren som blev marknadsansvarig. Den du anlitar när du inte bara vill öka din försäljning - utan vill arbeta djupgående med din kommunikation för att skapa trogna ambassadörskunder.

Att jobba med e-postmarknadsföring kombinerar min kärlek för struktur och teknik med min drivkraft att få vara kreativ. Jag gillar att grota ner mig i siffror och beteenden för att se mönster och förstå vad som faktiskt funkar.

Med mig får du någon som ser detaljerna men aldrig tappar helheten. Jag jobbar lika mycket med hjärta som med hjärna - plus en nypa skånsk envishet. Och jag tycker att det är riktigt kul att sätta upp processer och få system att funka ihop.

När vi jobbar tillsammans med din e-postmarknadsföring hjälper jag dig skapa en helhetsupplevelse för kunden som känns trygg, tydlig och personlig. I slutändan handlar det inte bara om siffror och klick. Det handlar om människor.

När du arbetar strategiskt med din e-postmarknadsföring och använder dig av personliga utskick som är anpassade för var varje kund befinner sig i sin köpresa. Då får du dina kunder att komma tillbaka om och om igen.



## Vad är Marketing Automation-flöden?

Det är ett sätt att automatiskt kommunicera med dina kunder.

Med Marketing Automation-flöden kan du automatiskt kommunicera med dina kunder - och du slipper skicka ut alla mejl manuellt.

Flödet triggas igång när en regel eller ett villkor uppfylls. Villkoret kan t.ex. vara att en användare (en kund/besökare) har köpt en vara eller signat upp sig på ditt nyhetsbrev. När användaren uppfyller villkoret triggas det igång en åtgärd och ett specifikt mejl som du har designat skickas ut (det kan också inkludera SMS).

Du kan trigga igång automationer utifrån många olika villkor/regler, t.ex. köpbeteenden, födelsedagar, när en användare lämnat sin varukorg eller baserat på hur användaren interagerar med innehållet i din webbutik.

För att detta ska fungera behöver din kund antingen ha godkänt att få marknadsföring från dig alternativt gjort ett köp. Systemet behöver kunna koppla en mejladress till en viss användare helt enkelt.

Du behöver såklart följa GDPR och vara tydlig i din integritetspolicy med vilken laglig grund du stödjer dig på när du skickar direktmarknadsföring. **Har du hört talas om berättigat intresse inom GDPR innan?** Om inte, [läs mitt blogginlägg](#) om vad du behöver göra för att kunna kontakta dina befintliga kunder.

## Varför Marketing Automation-flöden?

Förutom att det kan öka din försäljning effektiviserar det även ditt arbete och skapar högre kundnöjdhet.

### **90 % av alla kunder säger att de väljer företag som erbjuder en personlig upplevelse.**

Genom att skapa anpassade mejlflöden baserat på hur din kund agerar med innehållet ökar du inte bara din konverteringsgrad - utan även kundnöjdheten.

Personligt innebär att upplevelsen anpassar sig efter kunden - inte att kunden måste anpassa sig. Det blir personligt utan att bli personbundet och automatiserat utan att kännas opersonligt.

Kunden ska känna att "det här är gjort för mig" och det kan vara så enkelt som rätt mejl vid rätt tidpunkt.

### **7 av 10 kunder som lägger varor i varukorgen kommer att avbryta köpet.**

För varje 100 potentiella kunder kommer alltså 70 att lämna din webbutik utan att göra ett köp. Om du just nu tjänar 150 000 kronor om året på onlineförsäljning kan du genom att omvandla 25% av de övergivna kundkorgarna till köp tjäna ytterligare 450 000 kronor om året.

# 1. Välkomstflöde.

Mejlkorgen fylls snabbt idag. Alla företag vill nå sina kunder genom mejl - för att det lönar sig. Men många signar upp sig på flera nyhetsbrev för att t.ex. få en rabatt på sitt första köp.

Genom ett välkomstflöde kan du sticka ut och inte bara bli ännu ett mejl i mängden - genom att steg för steg presentera dig.

## TIPS TILL VÄLKOMSTFLÖDET

- ♥ **Presentera dig och ditt företag** genom att berätta vad som gör dig unik och varför kunden ska välja dig. Skicka med en bild på dig eller er som står bakom företaget. Människor vill handla av människor - inte av företag.
- ♥ Lyft gärna fram **recensioner** från nöjda kunder och några bästsäljande varor.
- ♥ Du ska inte överösa kunden med information i ett mejl utan **dela upp det i flera mejl som skickas ut över tid.**
- ♥ Tänk också igenom hur du kan **växa din mejllista.** Pop-up på hemsidan med en fördel eller gåva vid registrering kan vara ett alternativ. Du kan även skapa en Meta-annons med ett erbjudande till de som signar upp sig på ditt nyhetsbrev.

## 2. Bekräftelse & uppföljning efter köp.

En viss tid efter ett köp är det viktigt att följa upp köpet. Det är dyrare att vinna nya kunder än att behålla befintliga. Om du inte följer upp med din kund efter ett köp riskerar du att tappa den helt. Och då måste du börja om från början för att vinna kunden på nytt. **Skicka ut ett mejl en tid efter ett köp där du tackar kunden.** Uppmuntra gärna att följa dig på sociala medier. Och det viktigaste av allt - be kunden lämna en recension som du sedan kan använda både på webbsidan och i mejlutskick.

### Tipsa om produkter som passar ihop

Om du säljer en sällanköpsvara fundera på vad du kan tipsa om som köps oftare. **Exempelvis:**

- Köpt: *Säng* → Tipsa om: sängkläder, överkast, kuddar
- Köpt: *Soffa* → Tipsa om: Kuddar, pläddar eller soffbord.
- Köpt: *Gardiner* → Tipsa om: Gardinstänger, matchande kuddar eller mörkläggande rullgardiner.
- Köpt: *Krukor* → Tipsa om: Jord, växtnäring eller självvattnande insats.
- Köpt: *Vinglas* → Tipsa om: champagnekylare, karaff.

### Guider och tips på hur produkten kan användas

Här ska du ge värde till kunden och ge en anledning att stanna kvar på din mejllista. **Exempelvis:**

- *Löparskor* → 5 stretchövningar som passar perfekt efter löpturen.
- *Stekpanna* → Guide till infettning & rengöring så den håller längre.
- *Whiskyglas* → Kort introduktion till whiskyprovning hemma.

**Om du säljer förbrukningsvaror, har du koll på hur ofta dessa behöver bytas ut eller fyllas på?** Då kan du skapa ett automatiseringsflöde som skickar ut en påminnelse när det börjar närma sig påfyllning. Här kan du med fördel berätta om relaterade produkter för att öka merförsäljningen.

### 3. Abandoned cart-flöde

**Detta flöde skickar en påminnelse när kunden lämnat sin varukorg.**

Som jag skrev innan så lämnar 7 av 10 sin varukorg utan att genomföra ett köp. Ett mejl som påminner kunder om övergivna varukorgar öppnas i genomsnitt av 45% av mottagarna. 21% klickar sig vidare och **50% av dem går tillbaka och avslutar köpet.**

Det kan vara så enkelt som att livet händer och kunden blir avbruten mitt i köpet. Bussen kommer fram, barnen vill ha uppmärksamhet eller rasten är slut. Och sen glömmer de helt enkelt bort det.

Tänk på att en kund som aktivt lägger något i varukorgen är intresserad av att handla av dig. Genom att påminna om deras övergivna varukorg har du möjlighet att vinna tillbaka en stor andel kunder, som av olika anledningar överger sin varukorg, genom ett uppmuntrande mejl.

#### TIPS TILL ABANDONED CART-FLÖDET

- ♥ Skapa ett flöde av 2-3 mejl för att påminna kunden om att de lämnat sin varukorg. Kom ihåg att ställa in en regel så att en kund som genomför ett köp inte fortsätter få påminnelsemejl utan tas bort från flödet.
- ♥ Fundera kring ämnesraden och innehållet i ditt mejl och gör ett A/B test för att ta reda på vad som funkar bäst.
- ♥ Håll mejlet kort och koncist. Skicka med en sammanfattning av vad kunden lämnat i varukorgen + en direktlänk som tar kunden tillbaka till en varukorg med just dessa produkter.
- ♥ För att öka sannolikheterna till köp kan du också erbjuda fri frakt eller ge ett tidsbegränsat erbjudande. Men gör det inte i första påminnelsen, utan i andra eller tredje. Det kan ju vara så att kunden köper efter första påminnelsen och då behövs inte erbjudandet.

## 4. Vinn tillbaka mindre aktiva kunder.

Detta är ett viktigt flöde för att fånga upp dina mindre aktiva kunder och påminna dem om att du existerar.

Att jaga nya kunder är dyrare än ta hand om dina befintliga kunder. Det är inte bara en klyscha utan det är sant. Därför är det viktigt att se till att dina kunder väljer dig - om och om igen. Och att du är top of mind när det är dags för ett nytt köp.

Här skapar du ett flöde som tar kontakt med kunder som inte handlat av dig på ett tag med ett personligt anpassat mejl.

### TIPS FÖR ATT VINNA TILLBAKA KUNDER

- ♥ Påminn om vad de lagt i kundvagnen tidigare för att inspirera dem till ett göra ett nytt köp.
- ♥ Relaterade produkttips utifrån vad kunden köpt tidigare.
- ♥ Skicka ett mejl med en rabattkod på nästa köp eller ge kunden fri frakt. Och i detta mejl ska du såklart lägga med produkter som kunden köpt tidigare, eller relaterade produkttips.
- ♥ Skulle du ändå inte vinna tillbaka dem - ta chansen och be om deras feedback. Då kan du lära dig mer om hur du kan utveckla din marknadsföringsstrategi.

## 5. Födelsedag, namnsdag eller årsdag.

Genom att visa uppskattning när din kund fyller år eller har namnsdag får du din kund att känna sig speciell. Och det utvecklar er relation. Du kan sätta upp ett automatiserat flöde som skickar ut en rabattkod på kundens registrerade födelsedag eller namnsdag.

En studie från Experian visar att personaliserade **födelsedagshälsningar genererade 342% högre omsättning än ett standarderbjudande.**

Du behöver såklart ha information om dina kunders födelsedag för att detta ska fungera.

Ett annat alternativ är att skicka ut en present när det är årsdag, t.ex. ett år sedan kunden gick med som prenumerant eller ett år sedan deras första köp.

### TIPS TILL GRATULATIONSFLÖDEN

♥ Nämn kunden vid deras namn och lyft fram en produkt baserat på deras intressen - som en inspiration till hur de kan använda sin födelsedagsrabatt.

♥ Gör det möjligt för personer som signar upp sig på ditt nyhetsbrev att ange sin födelsedag. Men gör det inte till ett krav då det snarare kan avskräcka personer att signa upp sig hos dig. Alternativt gör ett pop-up formulär som visas för kunder som har en mejladress registrerad där de kan fylla i sin födelsedag. Kom ihåg att exkludera att den visas för personer som redan har registrerat sin födelsedag.

## Några sista ord för personliga mejlutskick.

- Gör det personligt med dig som avsändare (ex. Sophie på Företagsnamn).
- Alla mejl behöver inte vara designade. Testa att skicka några textbaserade mejl när du frågar om feedback. Jag tror du kommer bli förvånad över hur många som svarar på dem.
- Berätta alltid för kunden att de kan svara i ett vändande mejl om de har några frågor eller funderingar.
- Skapa segment, dvs. dela upp dina kunder utifrån egenskaper de har gemensamt. T.ex. utifrån demografi, deras beteende i din webbshop och var de befinner sig i köpresan. Om du skickar ut information som mottagaren inte är intresserad av kommer de bara ignorera dig - eller så avprenumererar kunden till slut.
- När du bygger mejl ska du använda dig av data från kundprofilen för att skapa meddelanden som känns personliga för varje individ. Istället för att skicka samma budskap till alla prenumeranter kan du lägga in dynamisk text, visa eller dölja innehållsblock och inkludera smarta produktrekommendationer baserat på kundens tidigare interaktioner med ditt varumärke.
- Börja småskaligt. Välj 1-3 flöden du vill fokusera på och bygg upp dem från grunden. När dessa är färdiga kan du gå vidare med fler. Ett flöde är bättre än noll och du måste börja någonstans.

### BONUSTIPS PÅ ANDRA FLÖDEN

- Den här produkten håller på att ta slut (skickas till kunder som har visat denna produkt).
- En produkt som varit slutsåld är åter i lager.
- Skicka mejl när en viss produkt är på rea, till kunder som har kollat på eller köpt denna produkt tidigare.

# Jobba med mig.

## BASIC

- Max 3 flöden och max 6 mail totalt.
- Uppbyggnad av flöden.
- Uppsättning av tekniska kopplingar.

Rekommenderade flöden:

- Välkomstflöde.
- Uppföljning efter köp.
- Övergiven varukorg.

**4990:- + moms**

## PREMIUM

- Max 5 flöden och max 17 mail totalt.
- Uppbyggnad av flöden.
- Uppsättning av tekniska kopplingar.

Rekommenderade flöden:

- Välkomstflöde.
- Uppföljning efter köp.
- Övergiven varukorg.
- Årsdag/födelsedag.
- Vinna tillbaka.

**14 990:- + moms**

## LÖPANDE

- Allmänt nyhetsbrev.
- Analys av e-postmarknadsföring.
- A/B-test (ex. tider, design, copy).
- Tillägg av nya flöden.

**Pris efter offert**

**Kontakta mig**



## TILLÄGGSTJÄNSTER

- Uppstartskostnad 2490:- + moms.
  - För dig utan befintlig e-postlista.
- 1 designmall 1490:- + moms
  - En mall levereras till dig enligt din grafiska profil. Denna mall kan du använda för alla dina kommande mejlutskick.
- Färdigt mail 999:- + moms
  - Jag skapar designen för ett mejlutskick och bearbetar texten.

När vi jobbar tillsammans med din e-postmarknadsföring hjälper jag dig att sätta upp personliga och dynamiska mejlflöden - som både ökar konverteringen och lämnar kunden med känslan att du faktiskt ser och förstår dem.

**ANSÖK OM ATT JOBBA MED MIG**

