

Handlingseffekten

Oppsummering Webforum 2015

Webforum
25. mars 2015
Nina Furu

Soulspring

- Web er ikke lett når man ikke kan noe om det fra før
- Det er en læringskurve
- Man kommer til å gjøre noen feil
- Men det er utrolig mye man kan oppnå

Takeaway

- Husk på at ikke alle kan like mye om web som deg
- Snakk så alle forstår det

Michael Tasner

- Mobil er den tyngste trenden akkurat nå
- Mobilnumre er noe du burde spare på
- PPP – Price per pixel (kost per sporet bruker)
- Remarketing er veldig effektivt
- Spar tid med å automatisere

Takeaways

- Begynn å spare på mobilnumre
- Markedsfør innhold på Facebook slik at du kan spore brukernes interesse
- Deretter kan du remarkete målrettet mot disse
- Kom i gang:
- <https://www.facebook.com/help/435189689870514/>

HPN Hansen

- Facebook og Google er fortsatt de store aktørene
- De gamle mediene dør
- Google straffer nå sider som ikke er mobiltilpasset
- Google skal begynne å indeksere tweets
- Over 70 % av Facebook-bruk er fra mobil
- Facebook tjener mest penger på mobilannonser
- Du må regne med å bruke penger på Facebook
- Facebook-videoer får mer reach
- Trendvarsel: Facebook som nyhetsplattform

Takeaways

- Bruk penger på Facebook og Google
- Ikke bruk business.facebook.com
- Last opp videoer på Facebook
- Mobiloptimaliser for SEO

Magnus Nilsson / RED

- 1) Spilleregler for konverteringsoptimalisering
- 2) Forstå og optimaliser flyten
- 3) Forstå dine (ikke konverterende) besøkere
- 4) Lær å kjenne markedet
- 5) Finn argumentene i organisasjonen
- 6) Legg en teststrategi
- 7) Lag skisser
- 8) Gjennomfør testen

Takeaways

- Skiss opp forskjellige mulige alternativer
 - www.gomockingbird.com
- Test forskjellige alternativer
- Vær modig – våg å teste store forskjeller

Nina Furu

- Innhold er et konkurransefortrinn
- Du kan ta markedsandeler ved å være FBI (først, best eller mest interessant) ...
- ... men også ved å ha bedre distribusjon eller simpelthen mer volum

Takeaways

- Driv med content marketing, særlig inbound marketing
- Forbered deg på en tilspissing av konkurransen
- Finn ut hvordan du vil bli foretrukket, og lag innhold deretter
- Bruk verktøy og jobb profesjonelt og systematisk
- Skippertak er ikke godt nok

Act-on

- Marketing automation tar utgangspunkt i kundereisen
- Kundereisen har flere faser
- Ved å mappe ut kundereisen og definere interaksjonspunkter med bruker, kan du definere triggere å automatisere etter



Automation for the Entire Customer Lifecycle



Takeaways

- Mapp ut kundereisen
- Definer interaksjonspunkter med bruker
- Utled triggere å automatisere etter

Tartan Spring

- Hadde ikke penger eller tilgang til massemedia, tydde til sosiale medier
- Oppdaget at det er et kraftfullt mobiliseringsverktøy
- Brukte "de tusen siders strategi"
- Lagde målgruppesider, temasider, lokale sider
- Utnyttet synergier mellom sidene

Takeaways

- Lag mange Facebook-sider
- Distribuer admin-rettigheter, MEN:
- Behold admin-rett selv også
- Lag en post fra en side, og la alle de andre sidene dele originalen videre (egde rank hack 😊)

Bård Brænde

TOP 5:

The devil is in the details.

Normal i en unormal verden. Eller omvendt.

Dropp innpakningen. Gi meg sanne følelser jeg kan speile.

Besjeling. Uansett hva det er, har det følelser.

INGEN blir mer engasjert enn DEG.

Takeaways

- Snakk til følelsene
- Fortell en historie

Michael Tasner – wake up

- Six sentence plan

Six sentence plan

1. What do you want your prospects to do first?
2. Who are you trying to reach?
3. Why are you better?
4. What tactics are you going to use to get the word out?
(This is the only one that's going to change)
5. If your prospects could only remember one thing about you/your business, what would it be?
6. How much are you willing to invest each month in marketing? (Anbef: 8% av brutto salg)

Takeaway (utledet)

- Focus marketing on getting the first action
- Then automate/remarket

CRO Masterclass

- Reptilhjernen tar over når vi skal ta beslutninger
- Avsender forventer rasjonalitet, men mottager er ikke rasjonell
- A/B-testing lar deg finne ut hva som fungerer best for reptilhjernen

$$C = 4M + 3Vp + 2(i-f) - 2a$$

Formelen for den perfekte landingssiden

M = Motivasjon

Vp = Value Proposition

i = incentive - f = friction

a = anxiety

HPN Hansen

- Innholdsstrategien skal understøtte forretningsstrategien
- Alle bedrifter må ha en krisekommunikasjonsplan
- 5 steg til en innholdsstrategi

5 steg til innholdsstrategi

- **Innholdsplan.** Tilpass innholdet til målgruppene. Definer kategorier/emner. Definer roller. Bestem frekvens. Tenk kjennskap, kunnskap, innhold og handling.
- **Analyse.** Analyser eksisterende innhold. finn ut hva som skal oppdateres/fjernes, og hva som må lages fra bunnen.
- **Produksjon.** Bestem formatet på hva som skal skrives. Form, lengde etc. Hver skal være avsender, og hvem skal respondere?
- **KPI'er.** Hva er målsetningene? Bruk SMARTe mål.
- **Distribusjon.** Hvilke kanaler skal brukes, og hvilket innhold passer i de ulike kanalene?

Takeaways

- Lag en innholdsstrategi
- Følg med på hva som sies om deg (bruk verktøy)
- Jobb bevisst med omdømme og den historien som går omkring bedriften din

Act-On

- Drip-campaigns
- Sequences
- Lead scoring
- Trigger definition
- Progressive profiling
- Account based profiling

Takeaways

- Marketing automation hjælper deg å lage markedsføring som er relevant for kunden i stedet for spamming og "spray-and-pray".

Magnus Strømnes Bøe

- Hvor mye du bruker Google Analytics avgjør hvor mye utbytte du får
- Bruk filtre strategisk – lag for eksempel et uttrekk uten bloggtrafikk for å få renere avstøtingstall.
- Nytt: Kohorter [Les mer her](#).

Takeaways

- Det er mye å hente på å bli flinkere på avansert bruk av Google Analytics.

Presentasjonene

- <http://web-forum.no/presentasjoner-2015/>

Takk for i år!

- og god påske!