

**SOCIAL ADS X E-MAIL:
SÅDAN FÅR DU MEST MULIGT
UD AF JULESALGET**

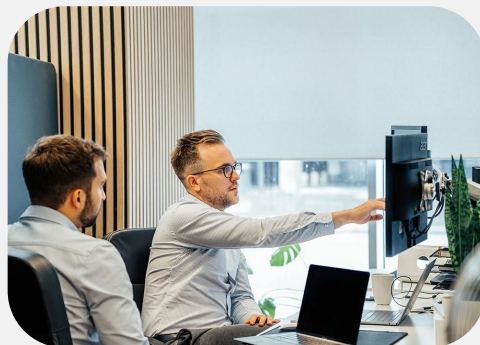


Hvem er Ackermann?

Danmarks førende e-mailbureau

Vi startede for 6 år siden med en enkelt skrivebordsplads i en baggård i Indre København.

I dag har vi kontorer i København og Århus, mere end 30 specialiserede kollegaer, eget contentstudie, 500+ virksomheder på kundelisten og bliver kaldt Danmarks førende e-mailbureau.

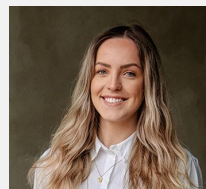
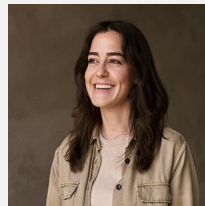
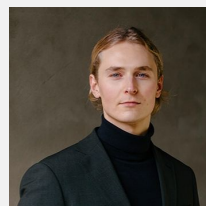
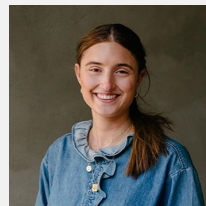
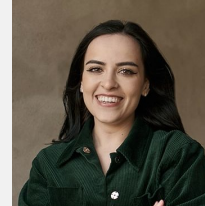
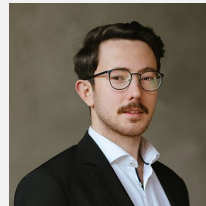


Hvem er Nordic Social?

Fremtidens social media bureau

Vi startede for 3 år siden i en kælder på Nørrebro af 3 partnere.

I dag er vi 18 specialister som brænder for Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, Pinterest og LinkedIn. Vi hjælper vores kunder med at skalere deres forretning via sociale medier.



Agenda – 1

- Hvorfor december er vigtig i e-mailmarketing
- Vigtige datoer (for din e-mailmarketing) i december
- Lær fra tidligere år
- Planlægning af dine kampagne e-mails
- Produktanbefalinger
- E-maildesign vs. template
- On-site leadgenerering
- E-mailremarketing
- Brug af urgency
- Online julekalender
- Idéer til dit december content



Agenda – 2

- Facebook data
- Definer et klart budget
- Analyser hvad der virkede sidste år
- Kreativer og annoncetekster
- Planlæg din funnel
- Den gyldne målgruppe
- Andre målgrupper
- Juleproduktkataloger via Confect.io
- Q/A



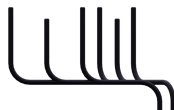


Sådan får du mest ud af julesalget med e-mailmarketing



December er anderledes

- Mange(!) søger naturligt købsmuligheder
- Push din tilstedeværelse med kampagne e-mails
- Hav styr på din on-site leadgenerering
- Email remarketing

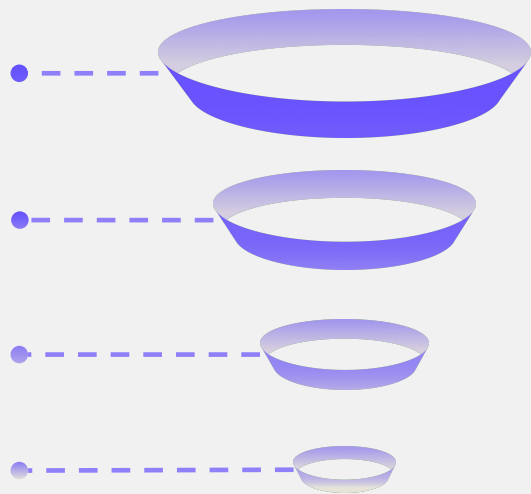


Awareness

Interest

Consideration

Purchase



De vigtige datoer

⇒ 26. november: Black Friday

⇒ 9.-17. december: “Højere end gennemsnittet”-omsætningsdage

⇒ 21. december: Sidste dag for bestilling af pakker med garanteret levering inden d. 24.

⇒ 22.-24. december: sløve dage (gavekort?)

⇒ 26.-29. december: nytårsorienterede kampagner



Start med et tilbageblik



Hvilke produkter
solgte særdeles
godt?



Hvordan så vores
salg og performance
ud pr. dag?



Hvordan var vores
samlede digitale
indsats?



Hvordan var vores
e-mailkampagneplan
sammensat?



Hvilke digitale
kampagner
performede dårligt?



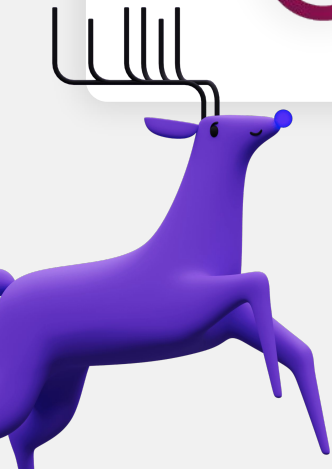
Hvilke 'promotions'
og salgskampagner
virkede bedst?



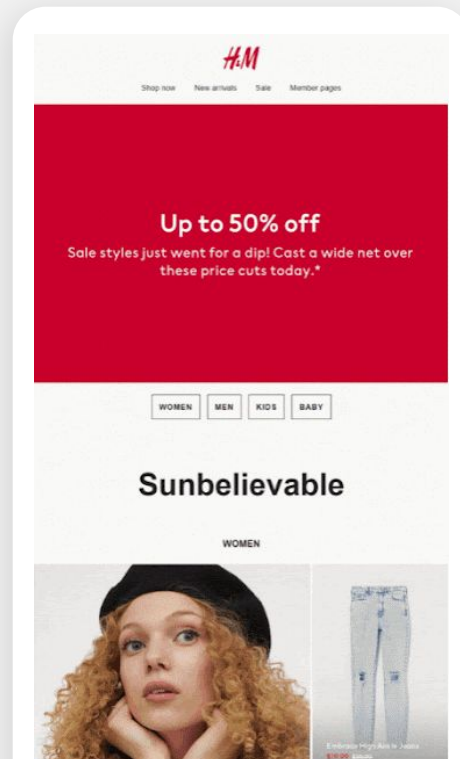


Download vores E-mail Marketing Dashboard:
<https://www.ackermann.dk/lp/emailmarketing-dashboard>

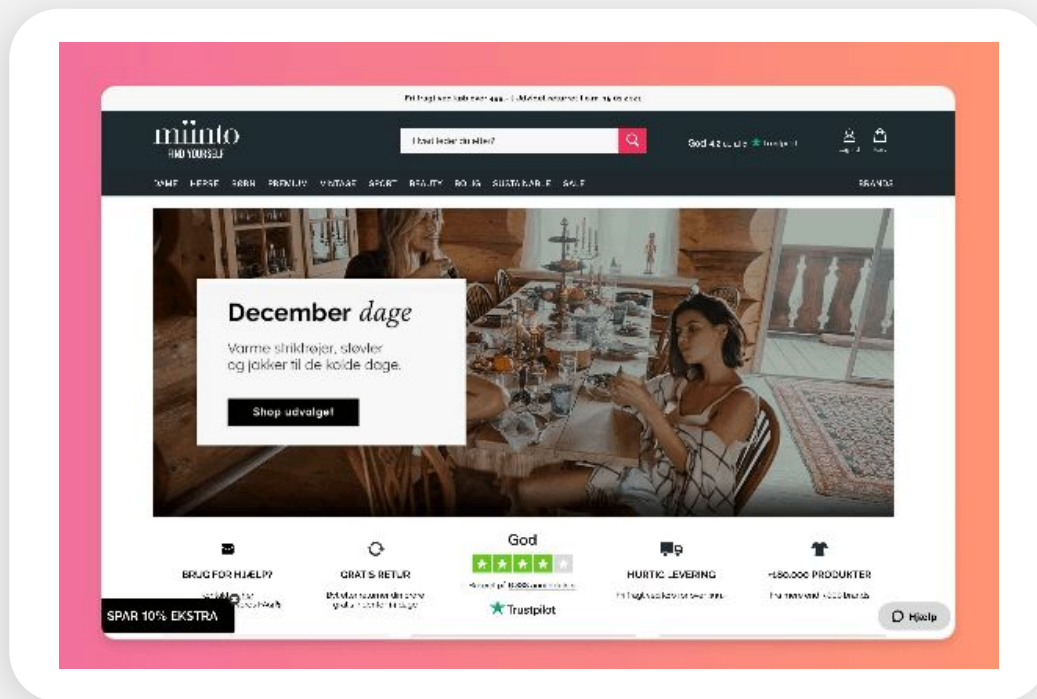
Produktanbefalings-feed der kan vise brugerne relevante produkter



Nyt template eller blot tilpassede elementer?



On-site leadgenerering til at fange den købsmodne trafik



Email remarketing

- Fang subscribers der kigger på produkter og eller forlader deres kurv
- Stigende købsinteresse
- Overvej tilpasning af både e-mailserier samt indholdet i e-mailene
- Hav som minimum(!) opsat både email automation mod forladt kurv og ved forladt produkt



**FREDERIK
BAGGER**
COPENHAGEN



**Vi håber, at du fandt noget,
du kunne lide ✨**

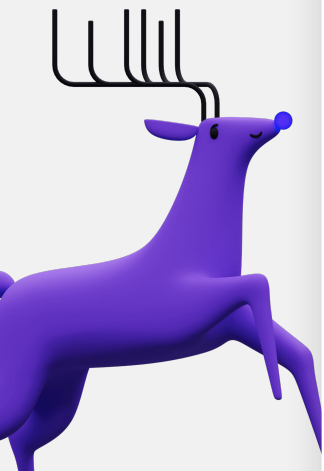
Kære Casper,

Vi kan se, at du har været inde og kigge på en af vores produkter. Det er vi rigtig glade for, for det må betyde, at du fandt noget, du kunne lide ✨

Mens du beslutter dig for, om du ønsker en af vores unikke Frederik Bagger-designs, vil vi blot minde dig om de kvalitetsmæssige fordele.

Bestil fra os i dag

Skab urgency frem mod sidste leveringsdag



Chop Chop!

00 : 00 : 00 : 00
DAYS HOURS MINUTES SECONDS

The good news: you can still buy gifts. The bad news: you're almost out of time.

THE GIVE WINSTON SET

Order by noon EST on December 20th with 1-day shipping to get your gifts by December 24th.

[SHOP IMMEDIATELY](#)

LOOK AT THAT MOTIVATION

IN A RUSH FOR THE PERFECT GIFT?
SHALL WE RUSH YOUR BARKBOX FOR FREE?

[GET IT IN TIME](#)

Paying CRAZY shipping fees is CRAZY. That's why we're gonna do it for you. 'Cause we're CRAZY.

Skab urgency frem mod sidste leveringsdag



Basic

Countdown Timer Type

Standard

Evergreen

Dynamic

End Date & Time

2020-09-18 23:59:00

Time Zone

Set My Time Zone

(GMT+02:00) Europe/Copenhagen

Timer Name

Preorder - Copenhagen

Labels Language

Danish

Custom Labels

No

Display

Colors

 **Standard Timer**

Countdown timer based on the end date and time in the time zone.

Active

Inactive

Timer Preview

Change Template

05:11:33:03

DAGE TIMER MINUTTER SEKUNDER

Image dimensions: 348x66. Image size: 42kb

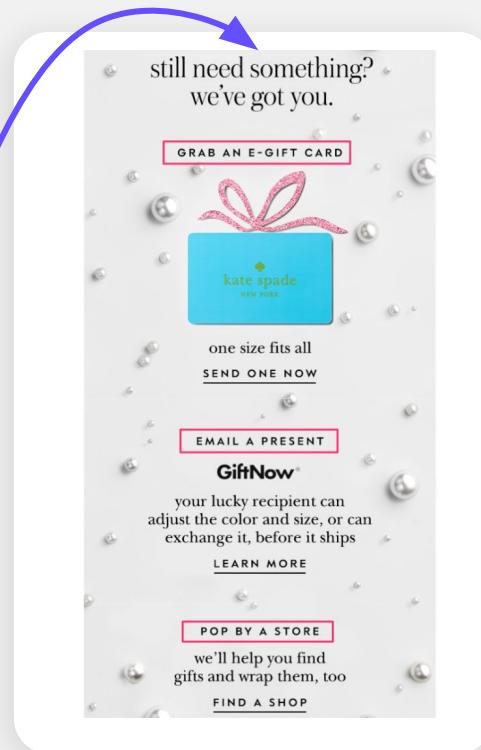
Email Me this Timer

Get Embed Code

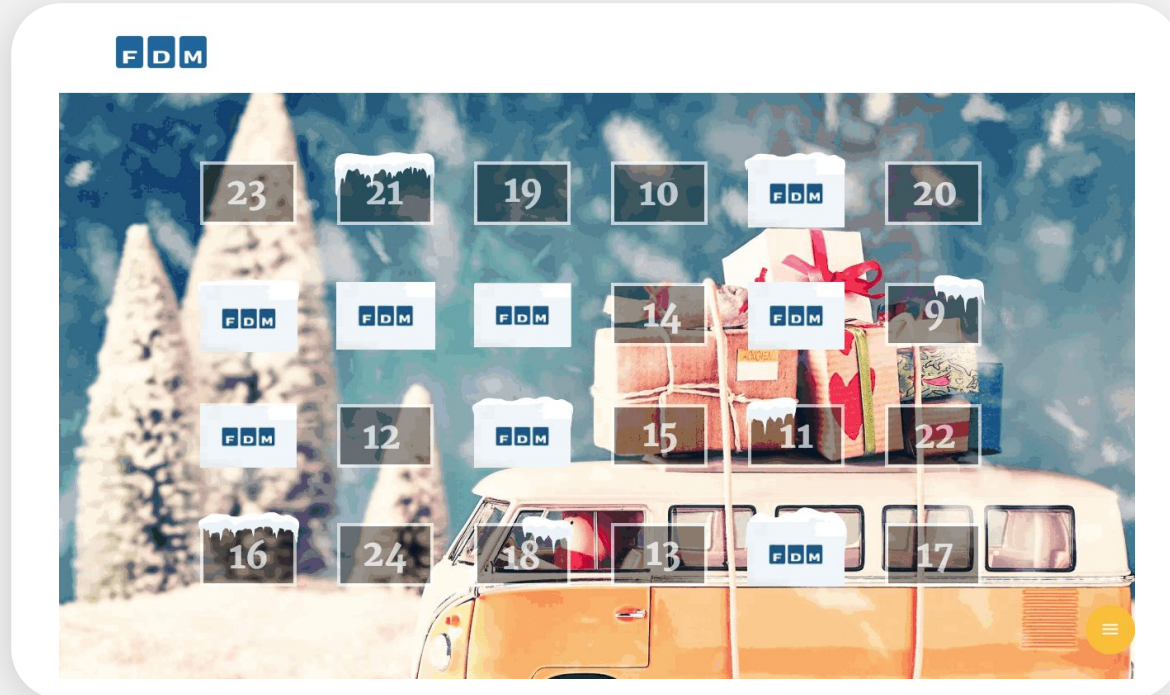
Save Timer



E-mails med salg af gavekort



Online julekalender til databerigelse og leadgenerering



Content idéer til dine december kampagner



Gaveidéer til ham og hende



Adventskampagner



Personaliserede gaveforslagsgenerator (kan bygges i Typeform!)



Eksempler på hvordan produkterne kan bruges ifm. hellidage/julefrokoster



Sidste chance for levering



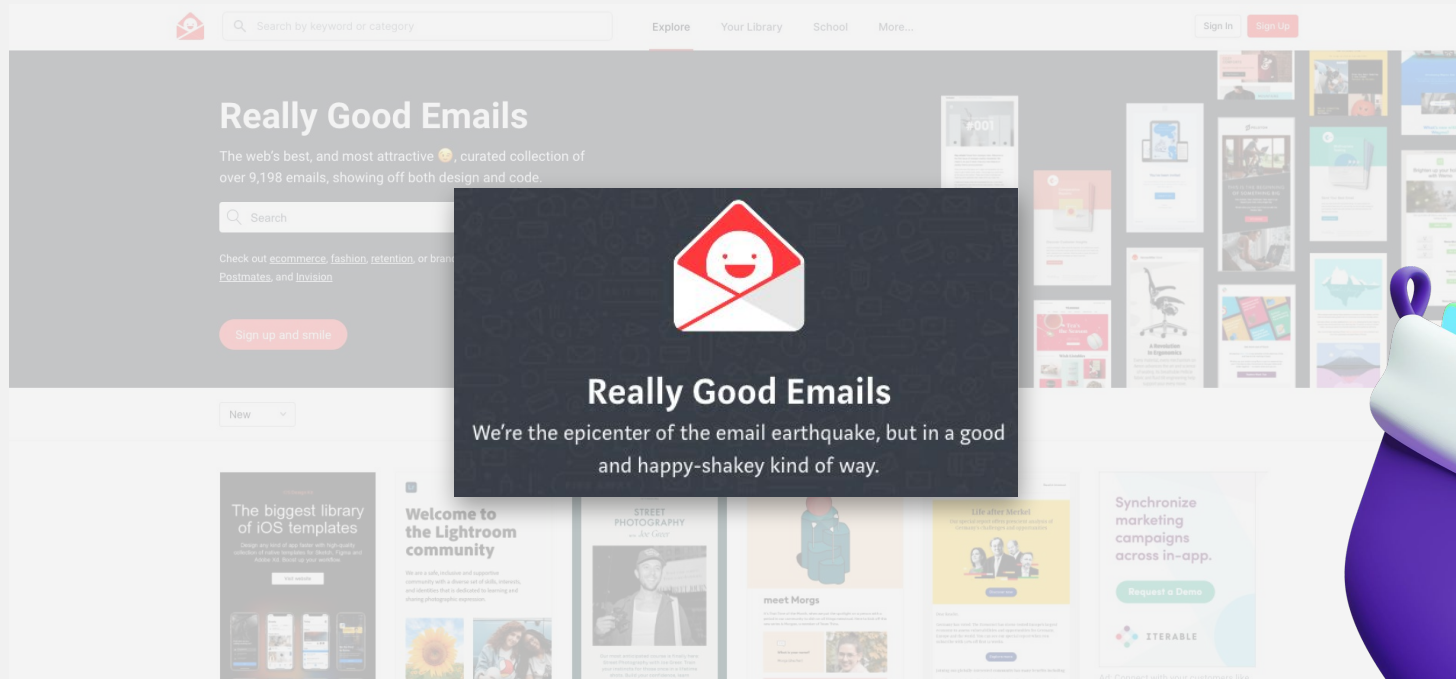
Salg af gavekort efter sidste chance for levering



Hvordan produkter passer til nytår (udsendes mellem jul og nytår)



Inspiration til dine december e-mails



**Nordic
Social**



**Sådan får du mest ud af julesalget med
Paid Social**

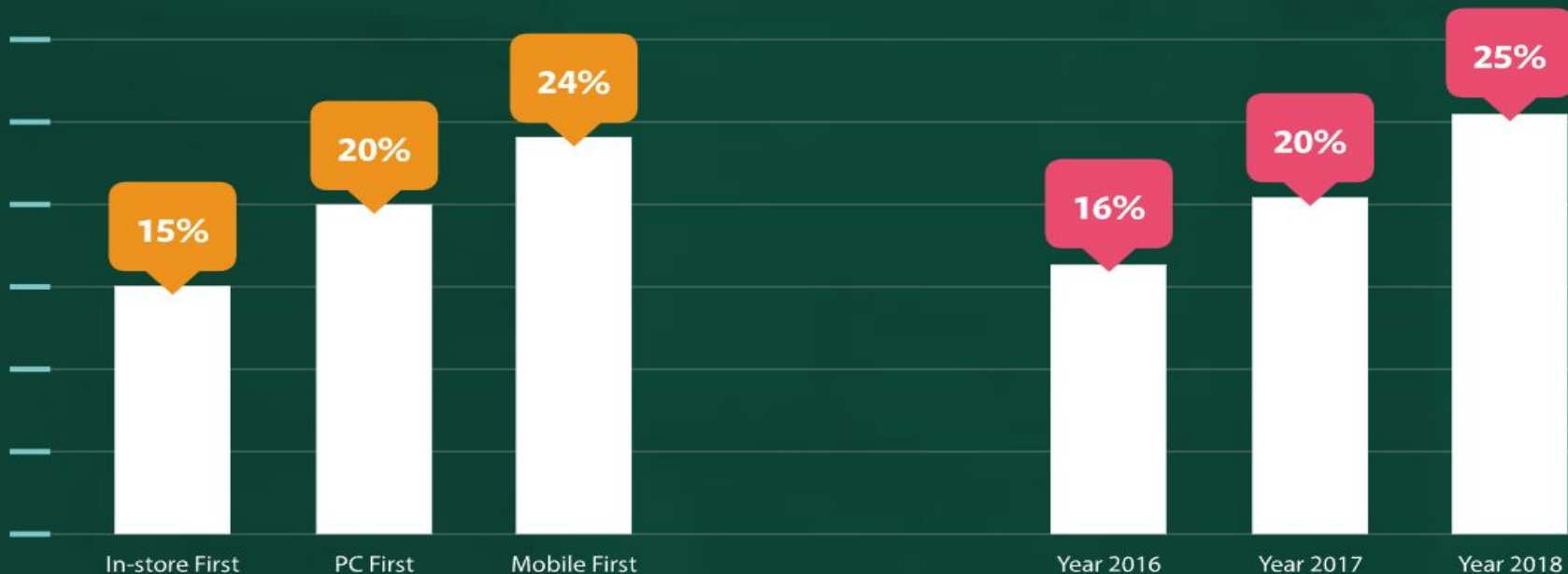


INCREASING MOBILE USE IN THE UK MEANS EARLIER SHOPPING FORECAST TO GROW



1 UK Consumers Who Start Christmas Shopping Before November

2 UK Mobile First Shoppers 2016 - 2018



Source: "Facebook Global Holiday Study" by Ipsos – Facebook IQ commissioned online study of 43,884 people ages 18+ across 29 countries, Oct. 2018 – Jan. 2019 (UK Data Shown)

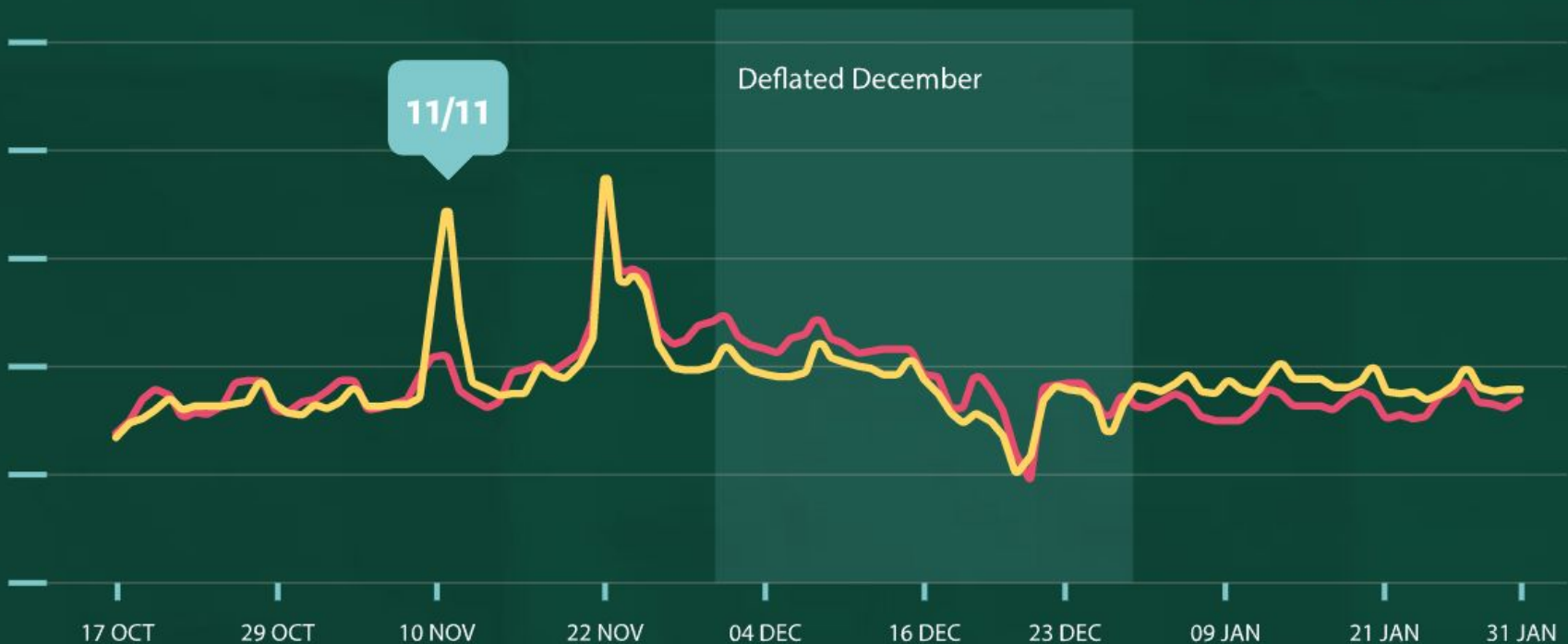


11/11 IN EUROPE SHOWS THE SIZE OF THE POTENTIAL MARKET

Online purchases visible to Facebook

GB

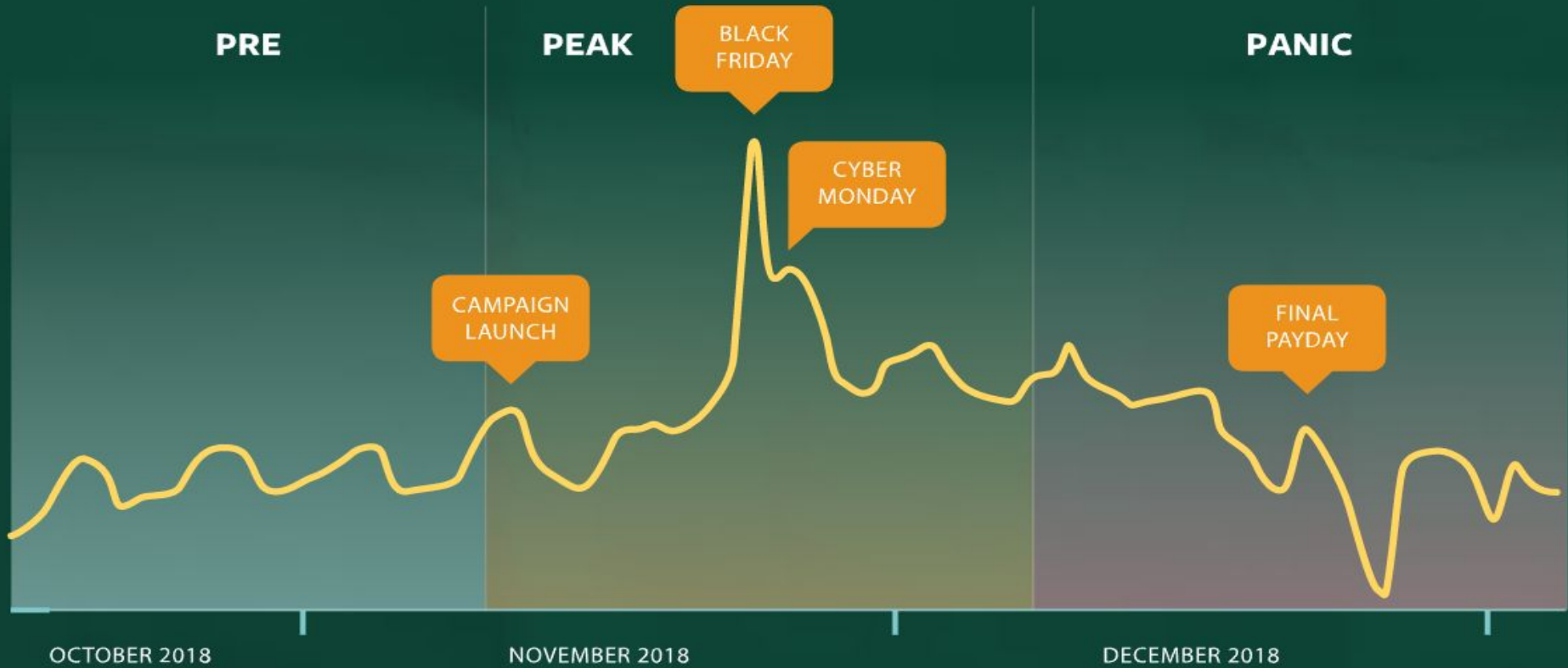
EUROPEAN AVERAGE



PURSuing THE 'TRADITIONAL APPROACH' IN THE UK

Online purchases visible to Facebook

2018/2019



IN THE UK, LATER IN THE SHOPPING SEASON FRICTION IS ABOUT DELIVERY AND AVAILABILITY



What Matters More As UK Shoppers Get Later In The Shopping Season



Definer et klart budget (1)

Når du lægger budget for december skal du tage højde for:

- Din lagerbeholdning og din likviditet
- Hvad er dit target på CPA og på ROAS?
- Er din strategiske prioritet at vækste i nye markeder?
- Er din strategiske prioritet at få høj ROAS, og fokusere på hovedmarkedet?
- Hvor store er dine retargeting målgrupper (hvor meget Pixel data har du)?



Analysér hvad der virkede sidste år

◀

november 2021

▶

Ma.	Ti.	On.	To.	Fr.	Lø.	Sø.
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

▶

december 2021

◀

Ma.	Ti.	On.	To.	Fr.	Lø.	Sø.
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Sammenlign

Datovalg

Maksimum

I dag

I går

Seneste 7 dage

Seneste 14 dage

Seneste 30 dage

Denne uge

Seneste uge

Denne måned

Seneste måned

1. dec. 2021 – 31. dec. 2021

København-tid

Annuler

Opdater

Kreativer og annoncetekster (1)



Alle kreativer og tekster skal udarbejdes i god tid.



Sæt alle annoncer op inden jul (husk annoncegennemgang).



Gør brug af scarcity og urgency i så høj grad som muligt.



Video i top-funnel og single image ads i mid og bottom funnel.

Kreativer og annoncetekster (2)



🏆 Lav annoncer baseret på top-performers ift. kreativ og copy

🔍 Kør ca. 1 annonce per 100-500 kr. dagligt spend.

💰 Ved 10.000 kr. dagligt spend kan du køre op til 20-100 ads.

📦 Gift-bundles og “starter packs” rykker under julen

Jule push målgrupper



Værdi-baserede LAL



Potentielle
gave-købere
(modsat køn?)



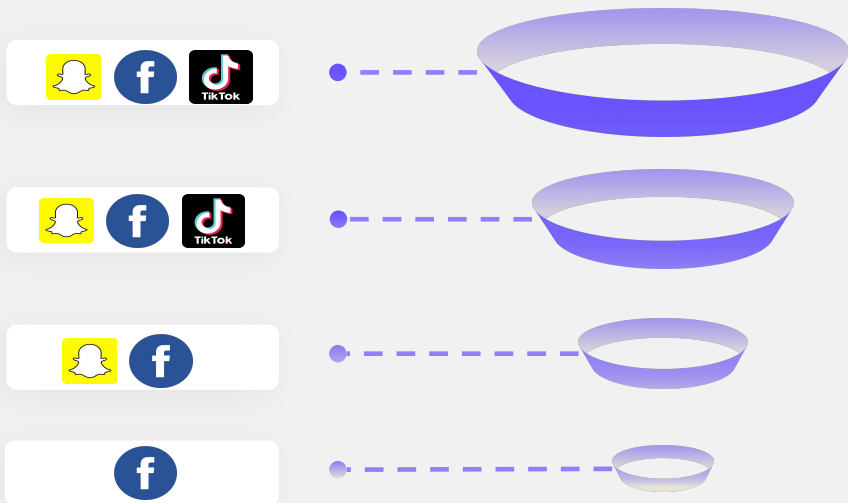
Brede baseline
målgrupper

Jule retargeting målgrupper

- AddToCart 180d
- ViewContent 180d
- Facebook interactions 365d
- Instagram interactions 365d
- AllCustomers (EPS)
- AllSubscribers (EPS)
- PageViews 180d



Planlæg din funnel



STEP 1 (top funnel): Trafik + Konvertering + Lead

Gemte målgrupper (ekskl. 1d PageView)

Lookalike målgrupper (ekskl. 1d PageView)

Værdibaserede lookalike målgrupper (ekskl. 1d PageView)

STEP 2 (mid funnel): Konvertering + Lead

PageView (ekskl. 1d ViewContent)

Facebook + Instagram interaktioner (ekskl. 1d ViewContent)

Video views 50% (ekskl. 1d ViewContent)

STEP 3 (bottom funnel): Salg fra katalog + Konvertering

AddToCart (ekskl. 1d Køb)

ViewContent (ekskl. 1d Køb)

STEP 4 (Post-purchase flow): Konvertering

Liste med alle kunder (ekskl. 1d Køb)

Den gyldne målgruppe – dit hemmelige våben

Hvordan bruger man 16.000 kr. og omsætter for 326.102 kr op til jul?

Svaret er STEP4: (Alle kunder) - (14 dage køb på Pixel)

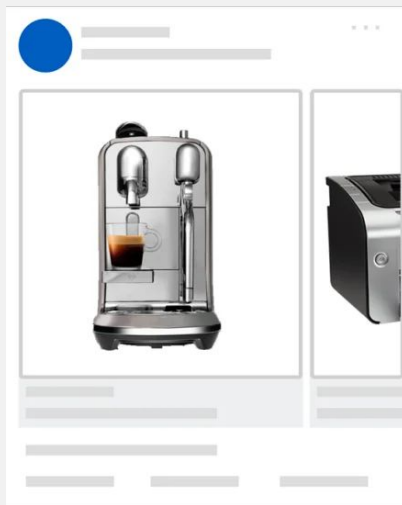


☐	Fra/til	Kampagnenavn ▾		
☐	☒		NS-DK-STEP4-Konverteringer	
Brugt beløb ▾	Websitekøb ↓ ▾	Konverteringsv: for køb på website ▾	Annonceafkast fra køb ▾	
15.917,55 kr.	200 [2]	326.102,10 kr. [2]	20,49 [2]	

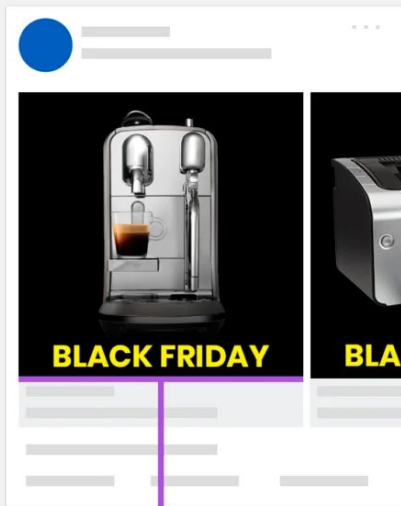
Juleproduktkataloger via Confect.io

Er dit produktkatalog og dine DPA'er klar til jul? Hvis ikke så brug Confect.io

26th November 2020



27th November 2020
(Black Friday)



Black Friday Text
and black background



Q&A

Stil jeres spørgsmål i chatten