

# Inspirationskatalog

## Webinar 1

### Digitale relationer

---





**Kasper Møgelvang**  
CEO  
Cand.Merc.Jur.



**Mette Sandahl**  
Strategikonsulent  
Cand.Mag.IPOK



**Trond Poulsen**  
Strategikonsulent  
Cand.Merc.Fil



**Peter Okholm**  
Associate strategikonsulent  
Cand.IT



**Lea Nielsen**  
Projektmanager  
Cand.Mag.



**Karen Møller**  
Projektmanager  
Cand.Mag.



**Jonathan Nielsen**  
Strategikonsulent  
Cand.Merc.Komm.

## **Målet for i dag**

- Vi skal dykke ned i kunderelationer på sociale medier, anmeldelsesplatforme og i nyhedsbreve
- Jo mere I byder ind, desto mere arbejder vi konkret med jeres udfordringer

## **Praktisk**

I får præsentationen efter i dag  
OG mine kontaktinformationer

*De 'nye' gæster brugte i betydelig højere grad digitale kilder. Dette ses bl.a. ift. generelle internetsøgninger, online-bookingportaler, brugeranmeldelser, hjemmesider, sociale medier, kort/rutekort og videoer*

*- fra **Epinion***

# De nye danske gæster

Øget **kommercialisering af naturoplevelser** og et større fokus på **bæredygtighed** er nogle af de fokusområder, som er væsentlige at have sig for øje i arbejdet med at målrette sine oplevelsesprodukter.

Samtidig er der et økonomisk potentiale i at satse på at tiltrække og fastholde nogle af de nye **købestærke gæster fra Hovedstadsområdet**, som har lagt vejen forbi vestkysten i sommeren 2020 - ud fra devisen om, at turismeudvikling i stigende grad bør handle om at tiltrække de rigtige turister frem for de mange.

Med andre ord er det værd at satse pengene på de typer af turister der efterspørger dine produkter og er klar til at betale for dem.



Udnyt nogle af de trends, som turisterne efterspørger

# Kanalerne til digitale relationer

---

## **Nyhedsbreve**

Hjemmeside  
Fysiske rammer

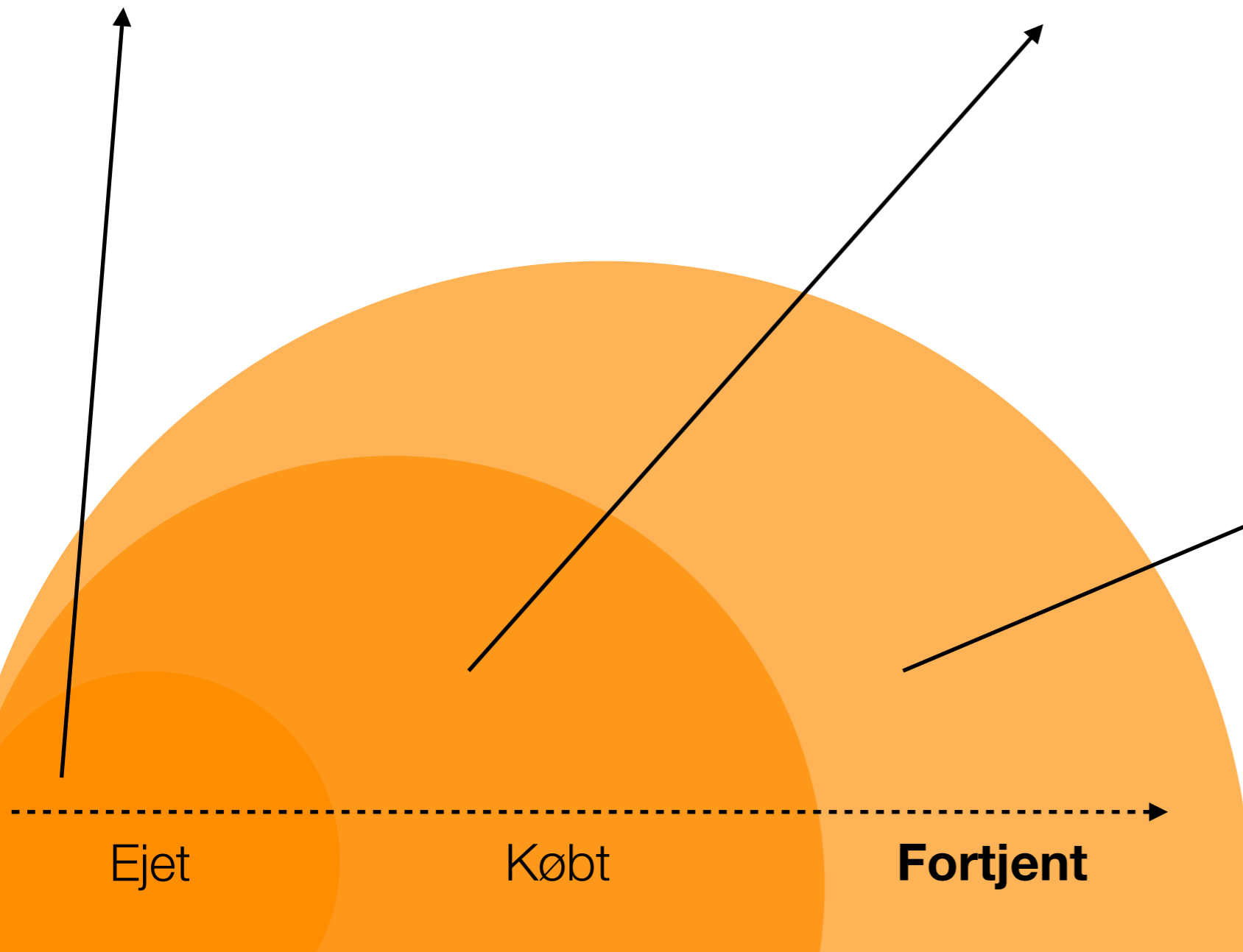
## **Annoncer online og offline**

Advertorials  
TV- og radioreklamer

PR

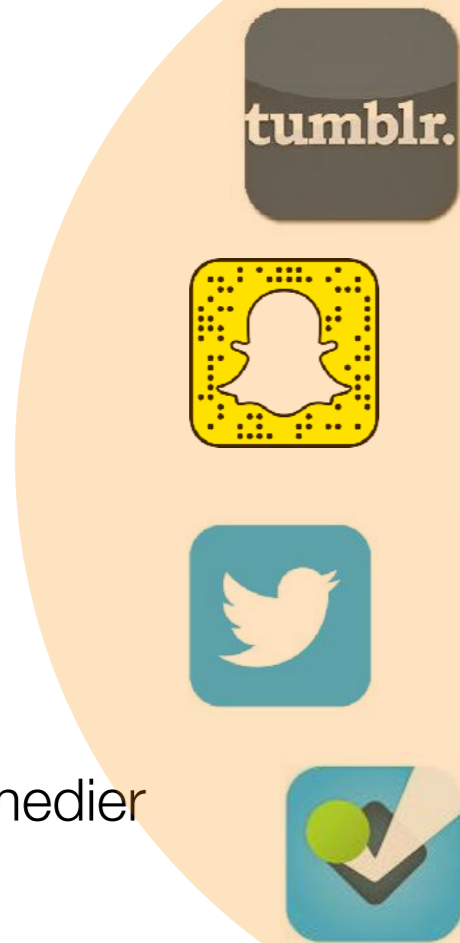
## **Sociale Medier**

**Anbefalings-sider**  
Online Salgsplatforme



# De mange platforme

## Kanalvalg i dag er fravalg - ikke tilvalg



Sociale medier

OUTDOOR365



Booking.com



Hotels.com™



airbnb



tripadvisor®



yelp.\*



Instagram



TikTok

Salgsplatforme



ActiveCampaign >

Anbefalings-  
platforme

# Godt indhold hænger sammen





Planlægning gør det hele lidt lettere



# Indholdsfamilier

---



Nyheder?

Medarbejdere/ Leverandører?

Vores fysiske rammer?

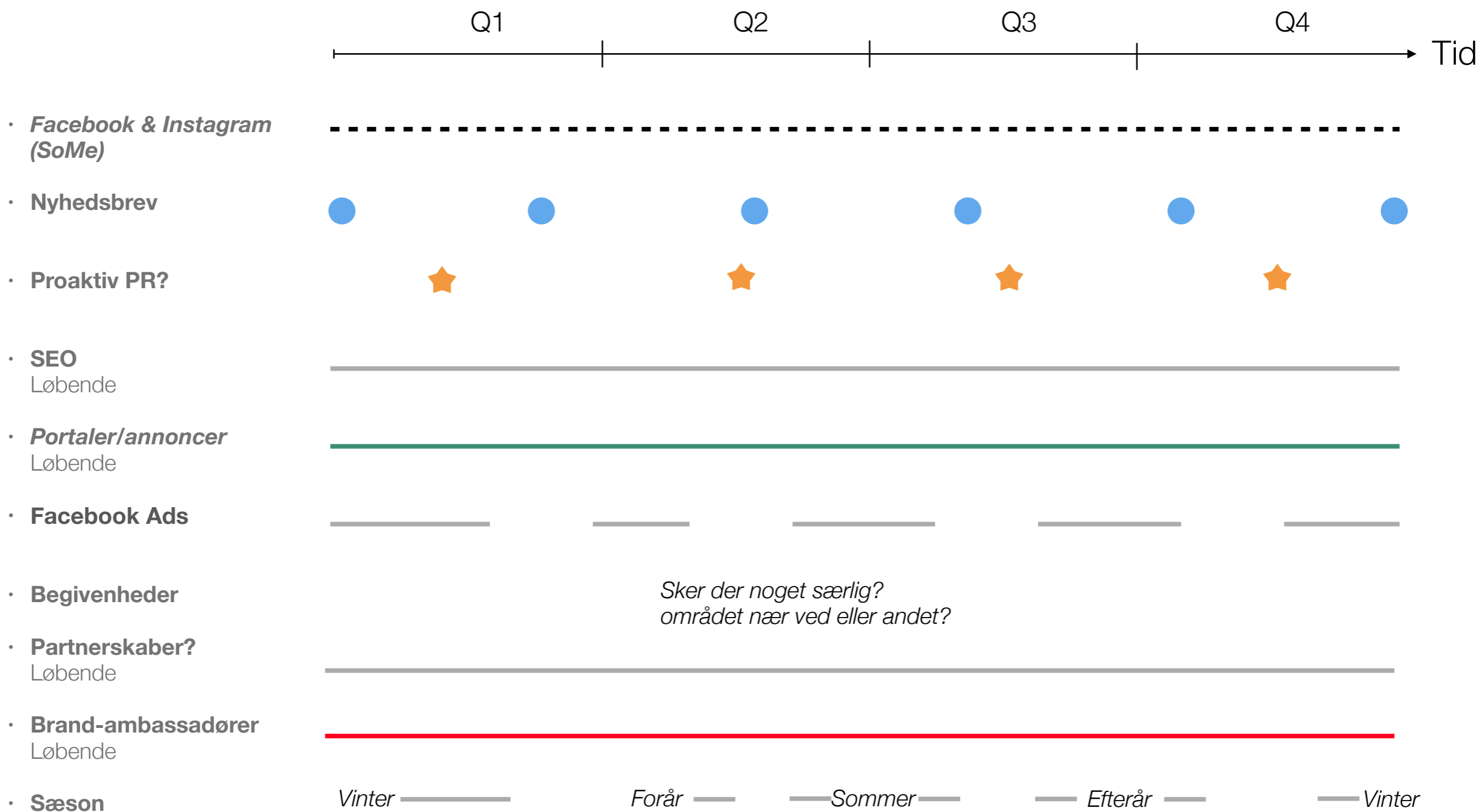
Vores produkt?

Kunder og deres anmeldelser?

Kurateret viden?

Fortællinger fra maskinrummet?

# Alt starter med en plan



Aktivitetsplan		Januar				Februar			
Platform	Type	1	2	3	4	5	6	7	8
Hvor er vi?		Nyt år					Vinterferie	Vinterferie	Vinterferie
<b>Eksterne begivenheder</b>									
<b>Månedstema - mål og indhold</b>									
Facebook	POST 1			Medarbejder		Fysiske rammer		Medarbejder	
	POST 2								
	Annoncer								
Nyhedsbrev	Historie 1			Medarbejder		Fysiske rammer			
	Historie 2								
	Historie 3								
PR Indsats	Indsats								
Annoncer				Medarbejder		Fysiske rammer			
Øvrigt materiale									
Begivenheder						Fysiske rammer			
<b>INTERNT</b>									
Internt Nyhedsbrev / møde									
Hjemmesidevedligehold									

## Planlægning i praksis

- Har I et årshjul, vi kan fylde på?



## **Planen frigør tiden til dialog**

Sociale medier fordrer, at vi taler som mennesker -  
ikke store virksomheder

# Digitalisering af oplevelser og events

## Kombinér fysiske produkter med digital afvikling

En måde hvorpå du kan gøre oplevelsen endnu mere attraktiv er ved at kombinere det digitale event med fysiske elementer, der tages i brug under det digitale event.

Forestil dig eksempelvis et **bagekursus**, hvor deltagerne kort før kursets start modtager en pakke med de råvarer, der skal bruges til kurset - eller et tegnekursus med en lokal kunstner, der inkluderer en pakke med blyant og tegneblok.

Et andet eksempel er **digital banko**, hvor deltagerne modtager plader og brikker inden start, og hvor præmien, eksempelvis lokale produkter eller gavekort til oplevelser i området, bliver tilsendt efterfølgende eller kan afhentes i lokalområdet.

Sidstnævnte vil samtidig give det lokale handelsliv mulighed for mersalg eller give turisterne et incitament til at genbesøge destinationen for at bruge eventuelle gavekort.



Events der inkluderer fysiske produkter kan skabes i samarbejde mellem flere virksomheder og er på den måde ikke alene indtægtsskabende for den enkelte virksomhed, men kan også skabe synergi og nye indtægtsmuligheder på tværs - til glæde for både det lokale erhvervsliv og turismebranchen.

# Tilgang på tværs af sociale medier

---



# Followers / Likes / Friends

---

- Sørg for, at få nogen at tale til og de rigtige
- Vi tager den proces i trin

1. Niveau

**“Netværket”**

**De der ikke kan sige nej**

Evt. ansatte

Samarbejdspartnere

Venner af huset

2. Niveau

**“De tro væbnere”**

**De som allerede kan lide os**

Nyhedsbrevsmodtagere/egen

mailliste

De der allerede kommer i huset -

husk skilt ved disken

3. Niveau

**“Værdifælleskabet”**

**De som tror på os**

Det store potentiale ligger i dem der

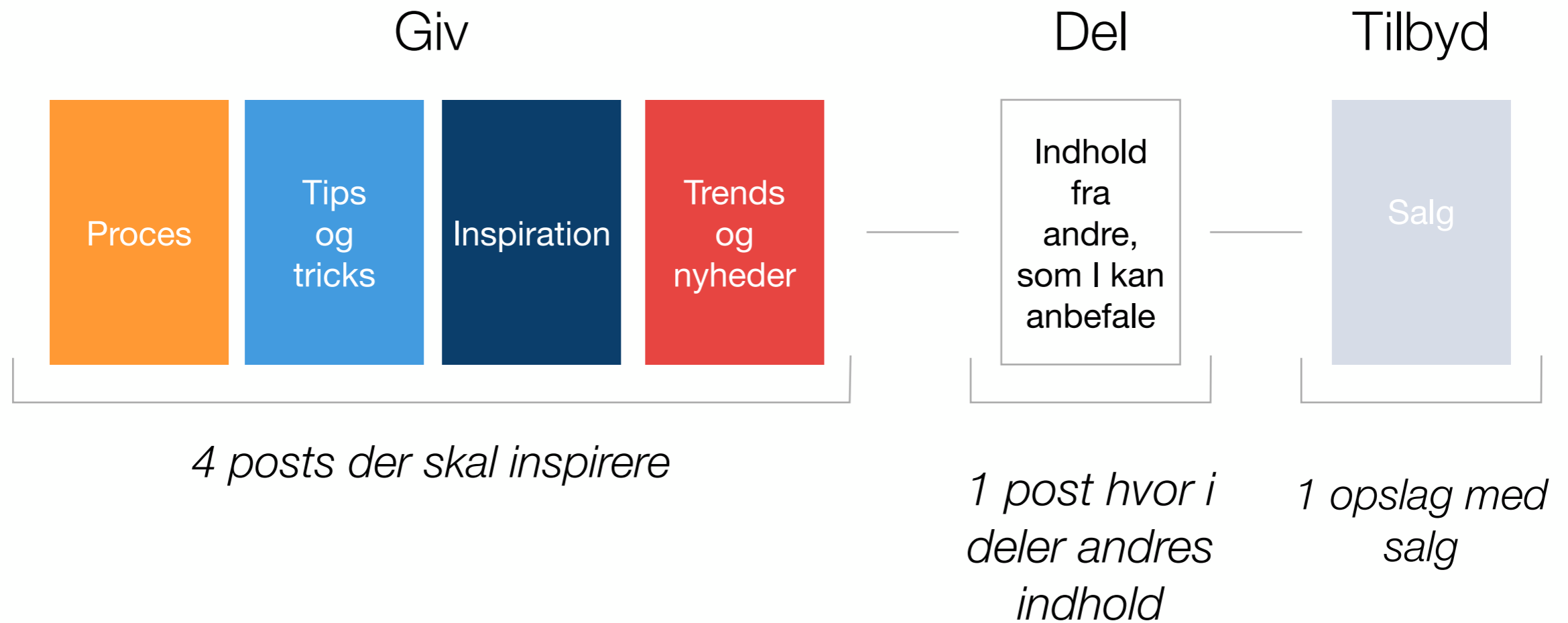
bekender sig til det samme som os.



# 4-1-1

\*Kilde, Joe Pulizzi

---



# FACEBOOK ADS





Annoncer Trond H. Poulsen OE (229294154749... 9 elementer med fejl Opdateret lige nu Kassér kladder Gennemgå og offentliggør (21)

Søg og filtrer Denne måned: 1. mar. 2021 – 2. mar. 2021

Kampagner Annoncesæt 1 valgt Annoncer for 1 Annoncesæt

+ Opret Dubler Rediger Forhåndsvis Regler Vis opsætning Rapporter

<input type="checkbox"/>	Annoncenavn	Levering ↑	Annoncesætnavn	Budstrategi	Budget	Sidste ændring
<input type="checkbox"/>	 Netværk og sparringstur 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fuldført</li> </ul>	<a href="#">Onsdagsvandringer uge 9-17</a> 0 aktive annoncer	Laveste pris Klik på link	250,00 kr. Livstid	
<input type="checkbox"/>	 Netværk og sparringstur 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fuldført</li> </ul>	<a href="#">Onsdagsvandringer uge 9-17</a> 0 aktive annoncer	Laveste pris Klik på link	250,00 kr. Livstid	
> Resultater fra 2 annoncer						-

Når jeg er på SoMe - så er det i sidste ende for at sælge noget

# Anmeldelsesplatformene

---



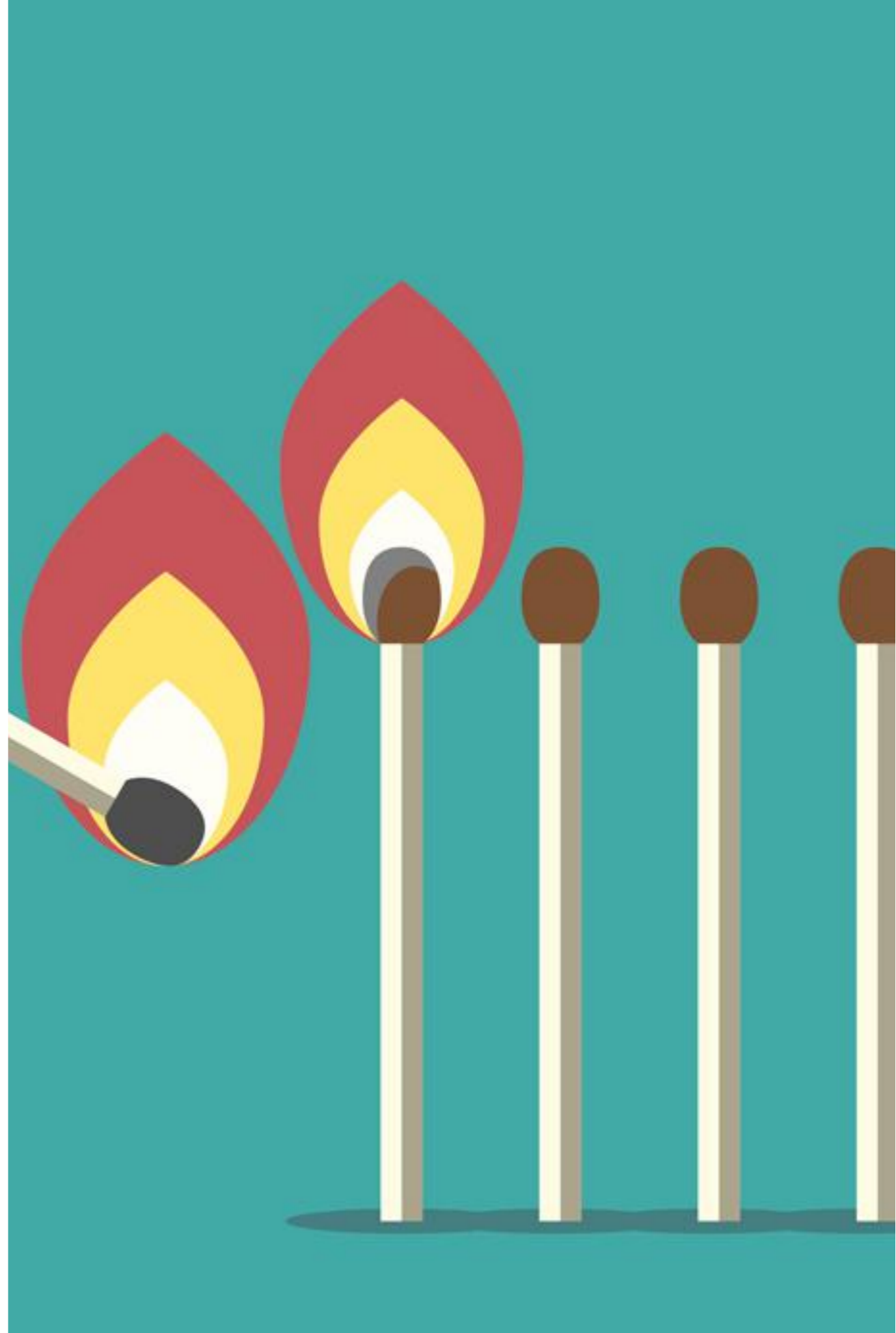
# Anmeldelsesplatform: **Ambassadøren**

---

De to vigtigste ressourcer er typisk **tid** og **penge**.

Ambassadøren koster, sådan set, ingen af delene.

- Ambassadøren er den glade kunde, der fortæller om jer til deres omgangskreds
- Ambassadøren er potentielt din vigtigste kanal
- “Make it easy to forward you”





Lars K skrev en anmeldelse d. jun. 2019

24 bidrag • 3 nyttige stemmer



## God mad hyggelig stemning.

"Et rigtig godt madsted og dejlig atmosfære god og hyggelig betjening. Kroplatten var som sædvanlig perfekt, stjernesnud m.m. samme gode hjemmelavet kvalitet. Det meget blandede publikum gav en særdeles god stemning."

Læs mindre ▲

**Dato for ophold:** maj 2019

**Rejsetype:** Rejste med venner



Renlighed



Service

*Denne anmeldelse er udtryk for en subjektiv holdning skrevet af et TripAdvisor-medlem og ikke af TripAdvisor LLC.*



Nyttig



Videresend



e-mail



Kopiér link



Del på TripAdvisor

skrev en anmeldelse d. feb. 2019

emmer



# Ambassadøren er indbygget

Anmeldere kan deles og følges -  
det bliver hurtigt et socialt medie

# Anbefalinger på Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'VisitNordvestkysten'. The profile picture is a red circle with a white stylized 'V' logo. The cover photo is a scenic view of a sandy beach with waves. The page is set to 'Anmeldelser' (Reviews). A recommendation from 'Christel Bluege' is visible, stating 'den sidste rapport var meget god'. Below the recommendation is a poll asking 'Vil du anbefale VisitNordvestkysten?' with 'Ja' and 'Nej' options.

**VisitNordvestkysten**  
@VisitNordvestkysten · Turistinformation

Send besked

Startside **Anmeldelser** Videoer Billeder Mere ▾

Synes godt om 🔍 ⋮

### Anbefalinger og anmeldelser

Nyttigste ▾

★ **5 ud af 5** ⓘ  
Baseret på 1 persons mening

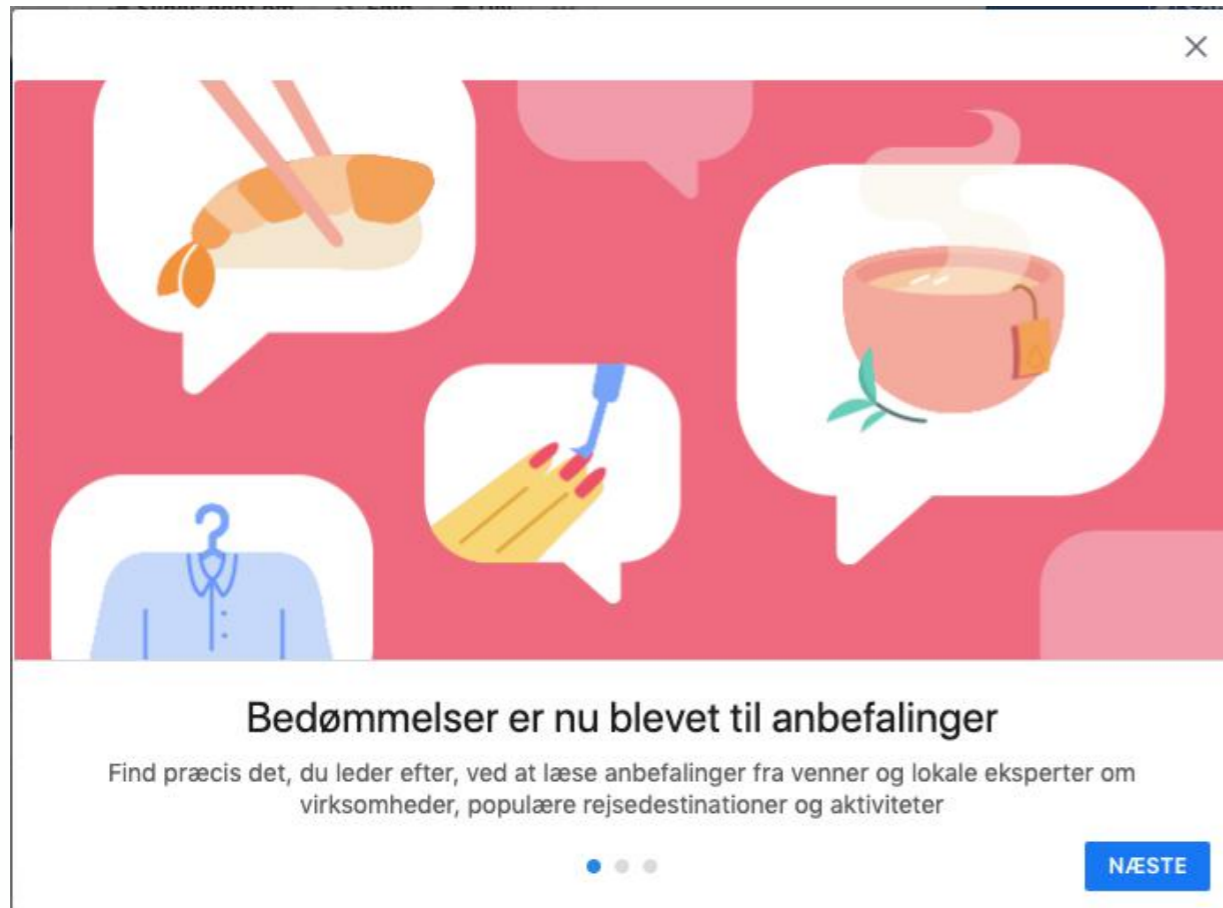
**Christel Bluege** 🇩🇰 ★ anbefaler VisitNordvestkysten. ⋮  
18. maj 2020 · 🌐

den sidste rapport var meget god

⚙️ · [Se oprindelig tekst](#) · [Bedøm denne oversættelse](#)

**Vil du anbefale VisitNordvestkysten?**

Ja Nej

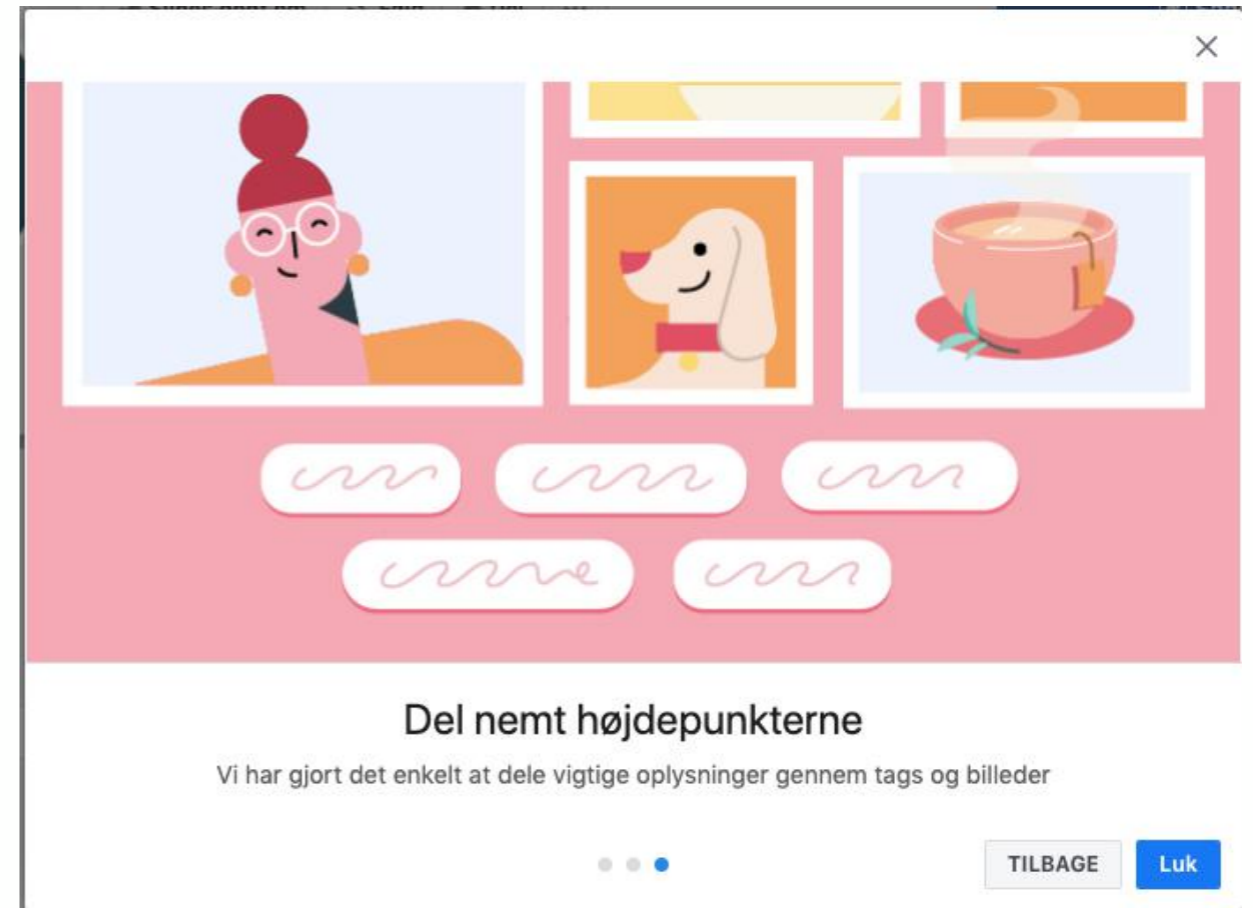


Bedømmelser er nu blevet til anbefalinger

Find præcis det, du leder efter, ved at læse anbefalinger fra venner og lokale eksperter om virksomheder, populære rejsedestinationer og aktiviteter

NÆSTE

This screenshot shows a notification window with a red background. It features several white speech bubble icons containing illustrations of a shrimp, a cup of tea, a hand holding a brush, and a blue shirt on a hanger. The text below the icons explains that reviews have been converted into recommendations. A blue 'NÆSTE' button is located at the bottom right.



Del nemt højdepunkterne

Vi har gjort det enkelt at dele vigtige oplysninger gennem tags og billeder

TILBAGE Luk

This screenshot shows a notification window with a pink background. It features a grid of five images: a woman with glasses, a dog, and a cup of tea. Below the images are five white speech bubble icons containing wavy lines. The text below the icons explains that it's now easier to share key information using tags and images. A 'TILBAGE' button and a blue 'Luk' button are located at the bottom right.

Facebook følger med tiden





Hvis vi ikke tager  
ejerskabet

Tager nogen andre det



Spar penge. Vi søger på mere end 200 websites efter de laveste hotelpriser.

# Krusaa Camping

Er dette din virksomhed?

20 anmeldelser

Nr. 2 af 2 specialiserede indkvarteringssteder i Kruså

Aabenraavej 7, Kruså, Aabenraa 6340 Danmark

Gem | Videresend

Indtjekning

Udtjekning

Gæster  
1 værelse, 2 voksne, 0 børn

Der er ingen bookingmuligheder fra vores partnere for dette overnatningssted,



Husk at I kan være mange steder

På de mange kanaler derude



Platformen kan indgå i markedsføring  
- på en velovervejet måde

# TripAdvisor i tal



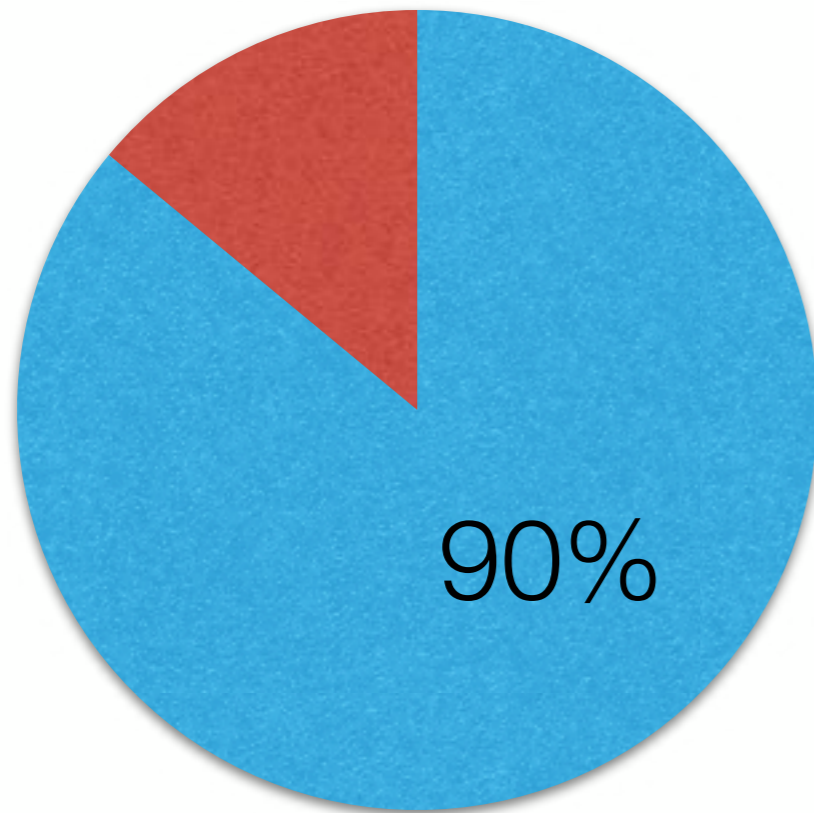
470+ mio. brugere



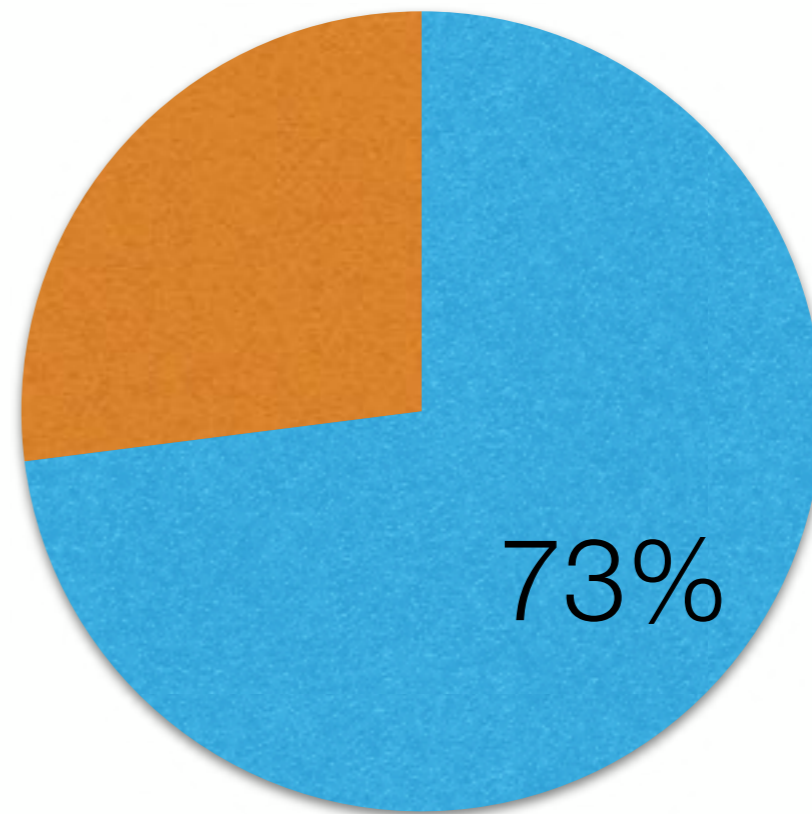
600+ mio. anmeldelser



7.4 mio. lokationer

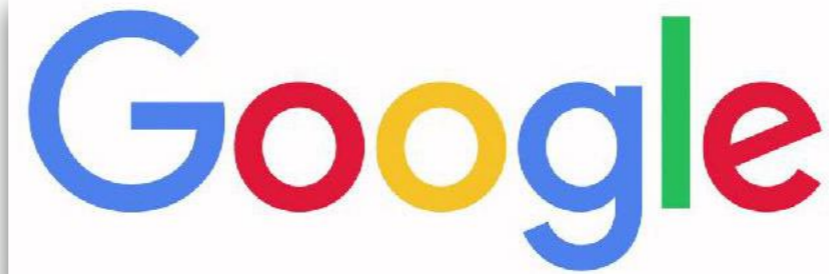


overnatter på baggrund af online anmeldelser

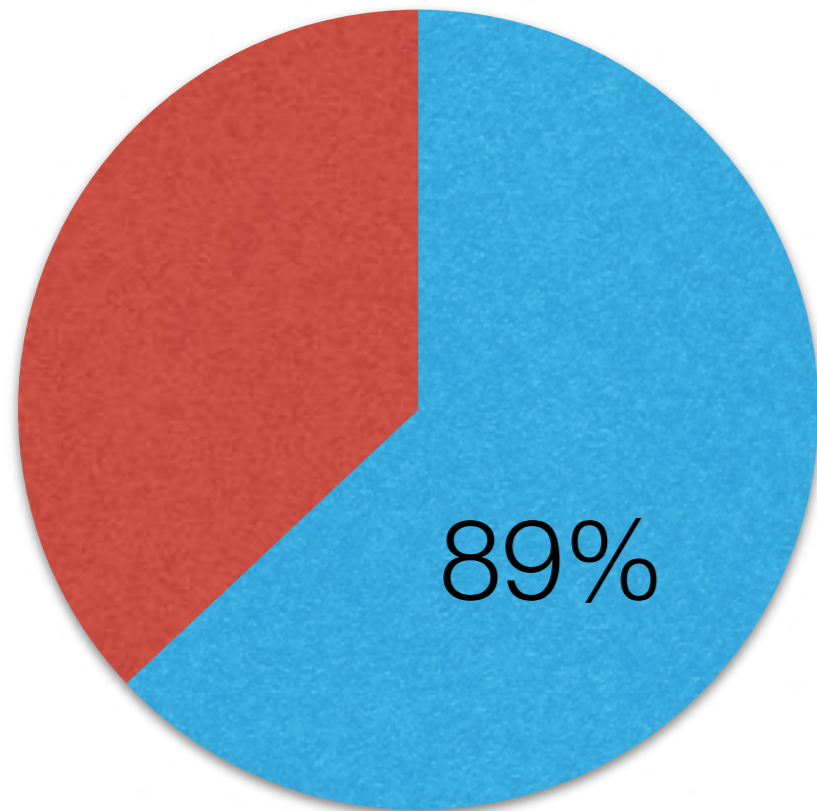


bruger anmeldelsesplatforme inden rejse

# Google i tal



- overraskende svært at finde globale tal



Går ud fra anmeldelser\*



Påvirker ranking



Påvirker google maps



Mest anmeldte er:

**Trevi Fountain** - **4.70** (179909 reviews)

# Best practice

---

- 1. Tilvælg notifikationer
- 2. Svar hurtigt (24 timer)
- 3. Sig tak for feedback
- 4. Ingen copy-paste svar
- 5. Svar direkte på de enkelte (positive) punkter
- 6. Fremhæv det positive
- 7. Høflig og professionel - med personlighed



# Negativ Kritik - tre typer

---



**1.  
Specifik kritik**

Har en konkret sag med din virksomhed

Kan ikke lide din virksomhed pga

- omdømme
- 2. håndviden
- Mavesur



**2.  
Generel kritik**

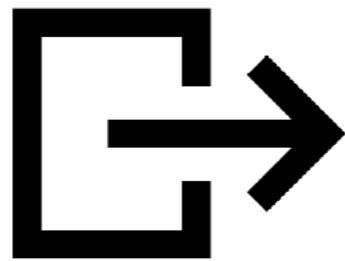


**3.  
Trolling**

Vil bare lave ballade

# Negativt indhold - tommelfingerregler for svar

---



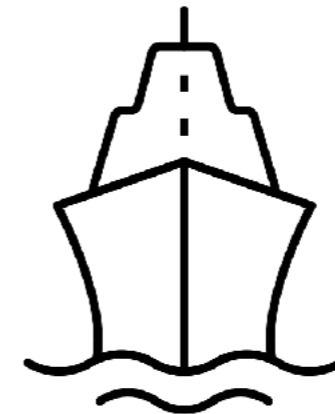
Ingen 'bedst for virksomheden'-logik



Ingen jura



Ingen henvisninger til købsbetingelser



Ingen søforklaringer  
("det er fordi vores leverandø... bla bla bla")

**De duer ikke på sociale medier**



# Negativ kritik - Vejen væk

---



- Medmindre du har en specifikt god sag: Så læg dig for kritikken



- Gå efter at sige undskyld. Det virker meget bedre at være ydmyg end kontrær



- Bed om at få et telefonnummer eller en mail og tag resten af dialogen ad den vej

# Trolls

---

- De er ikke oprigtige - bare provokerende.
- Hvis noget er urimeligt eller provokerende formuleret - så **svar på det rimelige og undlad det provokerende i dit svar**
- Medmindre den er **SÅ** urimelig, at den slet ikke behøver et svar. Eks. reklame for noget andet.



# Direct marketing - nyhedsbrevene

---





Campaigns



Let's get started!

Draft

Draft email

Finish later

Schedule

Send



All campaigns



Email templates



Reports



### Subject

What's the subject line for this campaign?

#### Subject

109 characters

Kom og køb mit nye, spændende produkt 🐶🌹

See how your recent subject lines performed. [View our subject line guide](#)

#### Preview Text

109 characters

Det er værd at købe, fordi det er nyt! 🐶🌹

Preview text appears in the inbox after the subject line.

Save

Cancel

A great subject line gives your audience a reason to open your email.

Based on best practices

- It's short and sweet  
Subject lines with fewer than 9 words tend to perform better
- Emojis are great... in small quantities  
We suggest using no more than 1
- Space is limited  
Great job staying under 60 characters
- That's impressive  
You got your point across without using too many punctuation marks

Feedback

Vis alle

Mailchimp

med hjælp til indholdet

# Greb: Gør modtagerne til noget eksklusivt

## CASE:

### HOTEL VIKING AQUA, SPA & WELLNESS

Hvis du vil opleve en dedikeret indsats på nyhedsbrevene, kan du se på Hotel Viking, et stort Spa-hotel i Sæby. Her har man taget nyhedsbrevet ind som en primær salgskilde og foretaget en række greb for at forstærke værktøjet: Man har lavet en klar, grafisk stil, der er overskuelig. Man har kaldt nyhedsbrevet for Klub Viking for at give modtageren en følelse af at være en del af en inderkreds - og man har gået benhårdt efter at

sende tilbud ud via kanalen, der har gjort en prismæssig forskel for kunderne.

Det har gjort det fordelagtigt for kunderne at købe produkter den vej og sikret, at der til trods for relativt mange mailudsendinger er meget få, der afmelder nyhedsbrevene.

Unikke priser og  
produkter



### Email

Design and send automated or regular emails to your contacts.



### Customer Journey

Map out a marketing journey that delivers a unique experience to each of your contacts.



### Email template

Design your own template or tailor a pre-designed one to fit your brand.



### Multichannel design

Instantly create beautiful, on-brand designs you can use across marketing channels.



### Landing page

Create a landing page to collect new contacts, promote a product, or offer a discount.

## Stand out with designs made for your brand

Our Creative Assistant instantly generates beautiful designs just for your brand. Choose and edit your favorite options, and let our AI resize them for all your marketing channels.

Start Creating

The screenshot displays a user interface for creating marketing designs. It features a 'Your Brand Kit' section with fields for Logo (Sawyer's Bakeshop), Fonts (Lato Regular, Lato Bold), Color Palette (teal, yellow, grey), and Brand Personality (CRAFTSMAN). There are two design preview cards for 'Sawyer's Bakeshop' with the text 'Stay At Home & Let Us Bake' and '30% off all bread'. A 'Choose Channels' panel is open, showing a list of channels: All Channels, Email (checked), Facebook, Instagram, Twitter, and LinkedIn. The interface also shows smaller thumbnails of the generated designs.

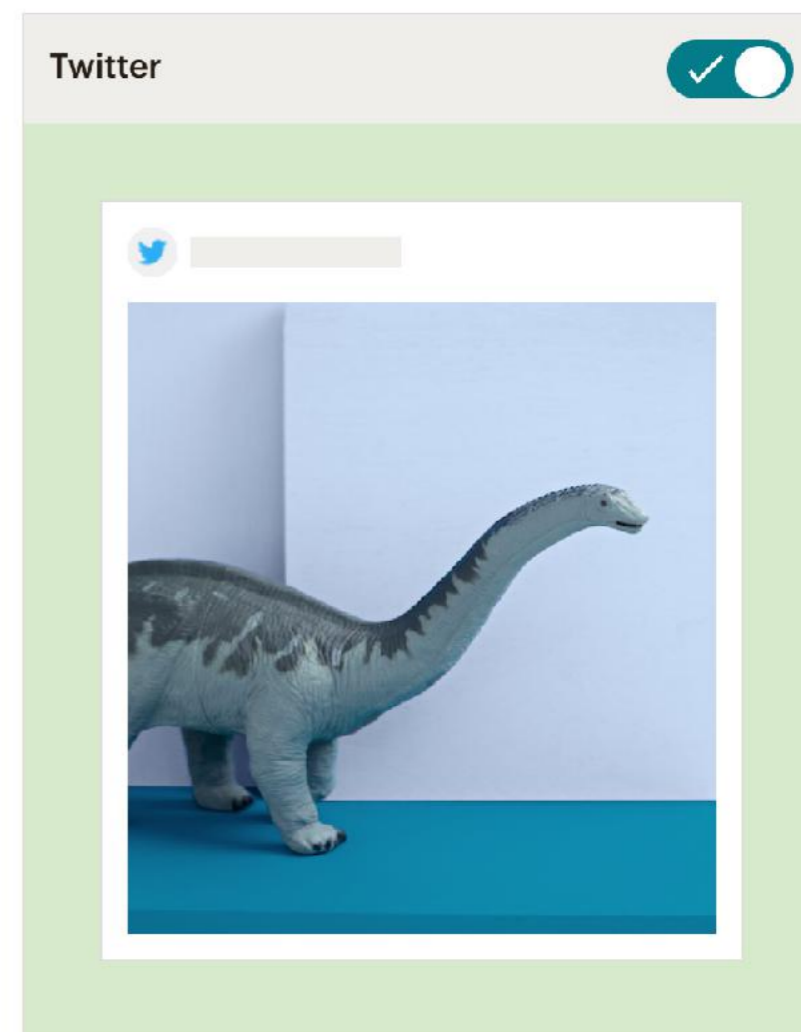
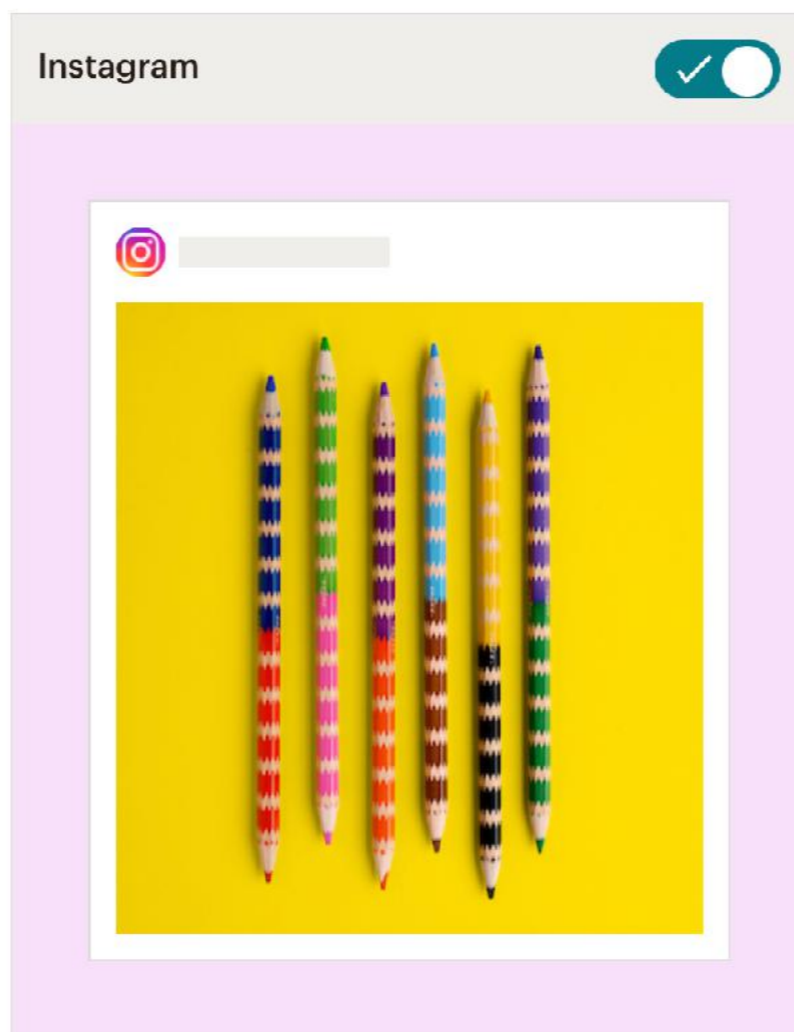
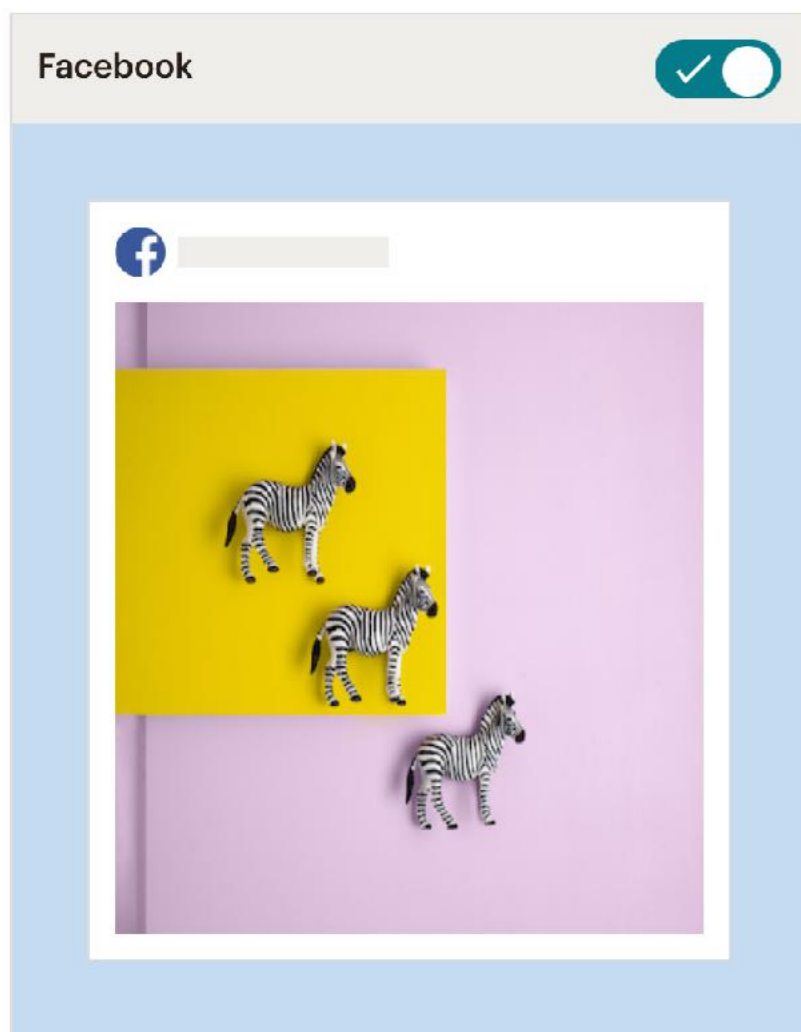
We can help you find and create the campaigns you need. [Let us guide you](#)

# Kan meget mere end at sende nyhedsbreve

Select your social network

## Where Do You Want To Share Your Post?

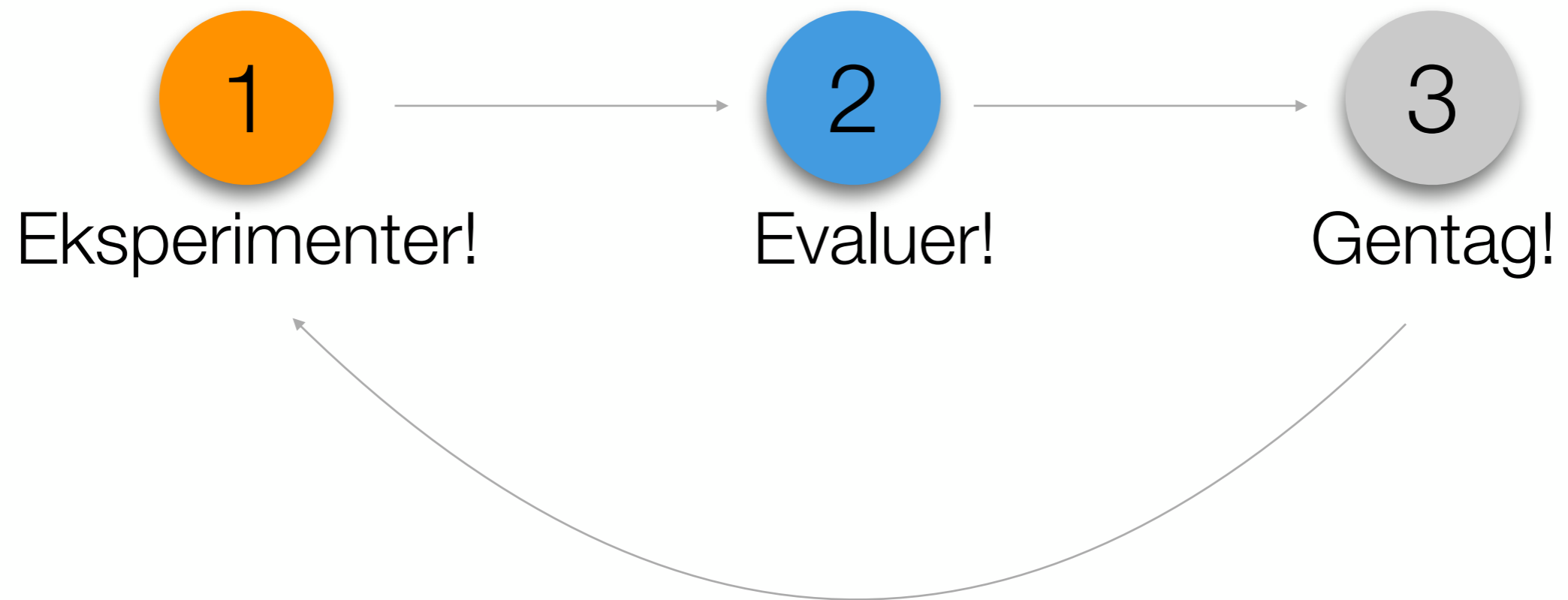
Publish to Facebook, Instagram, and Twitter to reach all of your followers at once or select the network you prefer.



En fælles overvågning af  
Sociale medier

# Online kommunikation er levende kommunikation

---







Tak!

---

Trond Poulsen  
Senior strategikonsulent

T: +45 4094 1612

M: [trond@orangeelevator.com](mailto:trond@orangeelevator.com)