

Personaliserede landbrugsrelaterede nyheder – afprøvning af værktøjer	Ansvarlig	AKJM
	Oprettet	12-05-2016
	Side	1 af 10

Dette notat er udarbejdet som led i arbejdet med arbejdsplan D. Personaliserede landbrugsrelaterede nyheder i projektet Optimering af brugen af landmandsrettede it-værktøjer. Første del af vores arbejde i arbejdsplanen har vist, at markedet for apps og tjenester, der kan levere personaliserede nyheder ikke er modnet (Læs: [Muligheder indenfor Personalized News Discovery](#)). Derfor fokuserer nærværende notat på værktøjer, der opsamler adfærdsdata, og på baggrund heraf kan levere personaliserede landbrugsrelaterede nyheder på vilkårlige hjemmesider fremfor apps.

Personaliserede landbrugsrelaterede nyheder: Værktøjer til adfærdsopsamling, tracking og personaliseret formidling

Når du besøger en hjemmeside på internettet efterlader du dig digitale spor.

De fleste hjemmesider har i dag Google Analytics tilknyttet, således at ejeren kan følge med i sidens performance og løbende tilpasse sidens indhold. Det klassiske eksempel er situationen, hvor du ønsker at sælge et produkt eller en ydelse. Her vil det gavne at tilpasse hjemmesiden således, at der er størst sandsynlighed for, at den efterkommer de KPI'er, der kan være opsat.

Hvis dit mål er, at generere et hurtigt salg – du sælger måske kun et produkt og har derved kun et bestillings/betalingsflow – skal du naturligvis sikre dig, at alt hvad din bruger møder på din side, skal hjælpe til at guide til et hurtigt salg.

Du sikrer dine brugere/kunder den bedste oplevelse – en oplevelse, der gerne skulle være medvirkende til, at dine kunder foretager et køb eller en anden aktion – ved at "lytte" til dine brugere/kunder. Og du "lytter" ved at tracke på deres brug af din hjemmeside. I vores tilfælde ønsker vi at sikre, at landmanden får den rette viden præsenteret, på det rette tidspunkt således, at han / hun ikke selv skal bruge tid på at opsøge den og dermed har mulighed for at agere rettidigt og korrekt. Ved at tracke landmandens adfærd kan vi skabe grundlag for en mere relevant og målrettet nyhedsformidling på landbrugsvendte hjemmesider, som f.eks. Landmand.dk eller LandbrugsInfo.dk.

Vi havde oprindeligt planer om at undersøge 2 værktøjer, men af forskellige årsager har vi valgt at se bort fra de pågældende værktøjer idet:

- *IBM Watson Analytics* har vist sig at kunne bruges til udforskning, forudsigelser og opsamling af data, men på baggrund af data trukket fra andre kilder og ikke brugeradfærd, hvilket er ønsket i vores kontekst. Værktøjet vil sikkert være meget brugbart til en analyse af forretningsspecifikke data fra andre kilder, men som værktøj, der på baggrund af brugerspecifik adfærd og valg, skal vise personaliserede landbrugsrelaterede nyheder, er værktøjet i standardudgave ikke brugbart.
- *Sitecore Experience Manager* er ligeledes udeladt, da Enterprise platformen, der både inkluderer content management system, dataopsamling, tracking, e-mail marketing system og brugerdatabase, har vist sig at være fejlbehæftet, og det har derfor ikke været muligt, at afprøve dataopsamling, tracking og brugerdatabase.

I stedet har vi valgt at lave en overordnet vurdering af de mest anvendte værktøjer på markedet. Nederst følger en oversigt over nogle af de mest populære værktøjer på markedet. Som det vil fremgå svømmer markedet over med buzzwords og smarte begreber, og det er svært at gennemskue, hvad det egentlig

betyder. [Vores indledende undersøgelser](#) har imidlertid vist, at værktøjerne minder utroligt meget om hinanden, og vi har derfor vurderet, at det ville være en dyr og mere eller mindre meningsløs øvelse at teste på alle produkterne til bunds.

Ift. at træffe vurdere hvilket produkt, der ville egne sig til bedst til vores formål, har vi forsøgt at forholde os til nogle mere grundlæggende ting, som er meget kontekst afhængige.

Overvejelser ift. valg af værktøj

Værktøjerne nedenfor varierer primært i volumen, og måden de skal benyttes på. Dette skyldes, at der kan være stor forskel på behovet for kommercialisering, dvs. i nogle tilfælde skal værktøjerne ikke blot benyttes til at sælge en vare, men også til at kunne formidle information, der er tilpasset til netop det brugeren har vist interesse for.

Forskellene i værktøjerne gør, at det kan være svært at vurdere, hvilke man skal investere i. Ud over en vurdering af værktøjets omfang og størrelse, er det også vigtigt, at du ser på behovet for egne ressourcer. Hvis ikke det er en del af din overvejelse, kan du risikere at investere i et personaliseringsværktøj og database, der kræver to fuldtidsansatte, hvis værktøjet skal generere det ønskede ROI.

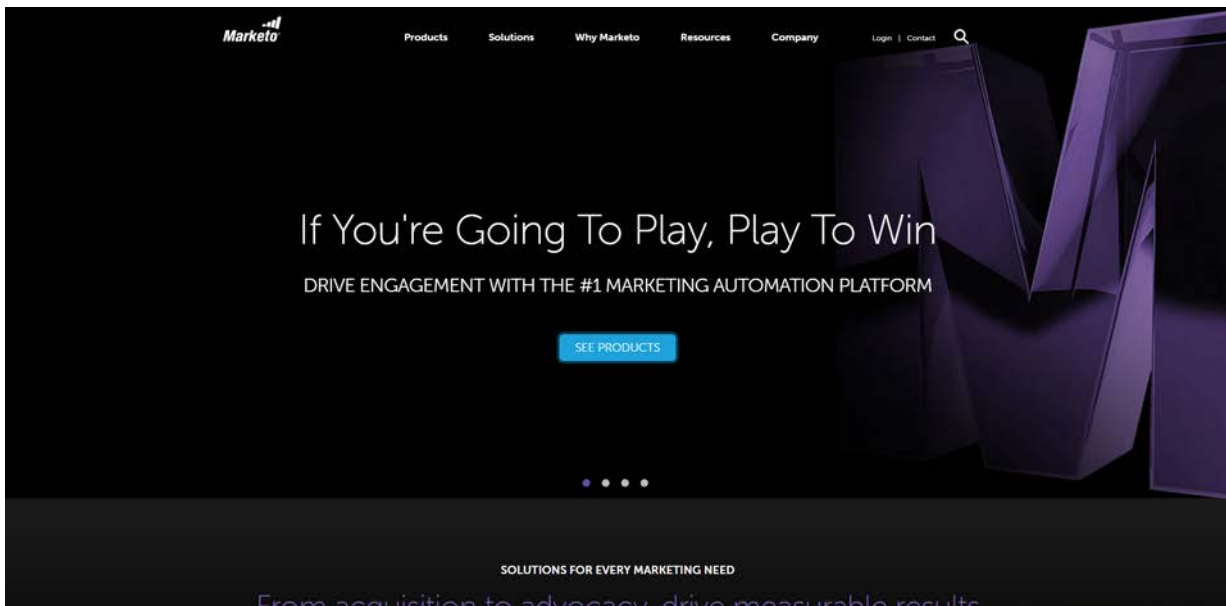
Ift. valg er værktøj er det vigtigt, at skelne mellem værktøjer, der *opsamler* data og værktøjer, der *bruger* de opsamlede data til bl.a. at personalisere områder af en app, tjeneste eller website. Mange leverandører tilbyder samlede løsninger, hvor både opsamling, håndtering og brug af data er samlet i et og samme værktøj. Ligeledes tilbyder de fleste leverandører en meget kommerciel orienteret løsning, hvor lead-generering og salg er det ultimative mål.

Disse spørgsmål var med til at kvalificere vores vurdering af, hvad der passede bedst i vores kontekst:

- 1) Hvad er ambitionsniveauet?
 - a) Hvor mange penge vil du bruge?
 - b) Hvor meget tid vil du bruge?
- 2) Risikovillighed?
 - a) Store etablerede virksomheder er dyre, ofte mindre innovative, men robuste
 - b) Startups er ofte billigere, mere innovative, men ofte ofre for opkøb med dertilhørende risiko for at løsningen ændrer sig drastisk, prisstigning osv.
- 3) Er dokumentationen troværdig og tilgængelig?

Værktøj til personalisering

Marketo, <https://www.marketo.com/>

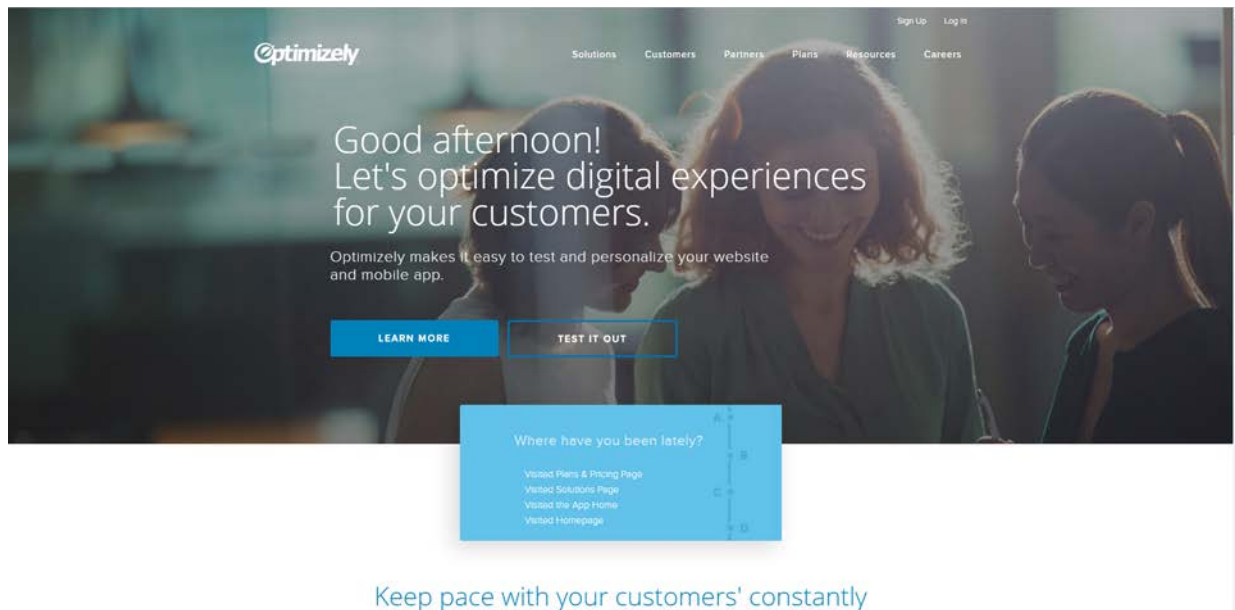


Features¹:

- Email Marketing
- Marketing Automation
- Inbound Marketing
- Lead Management
- Event Marketing
- Landing Pages and Forms
- Lead Scoring
- Social Marketing
- Lead Nurturing
- Instant CRM Integration
- Sales Insights
- Marketo LaunchPoint
- Unlimited Users
- Reporting and Analytics
- Marketing Budgeting
- A/B Testing

¹ <https://www.getapp.com/marketing-software/a/marketo-lead-management/>

Optimizely, <https://www.optimizely.com/>

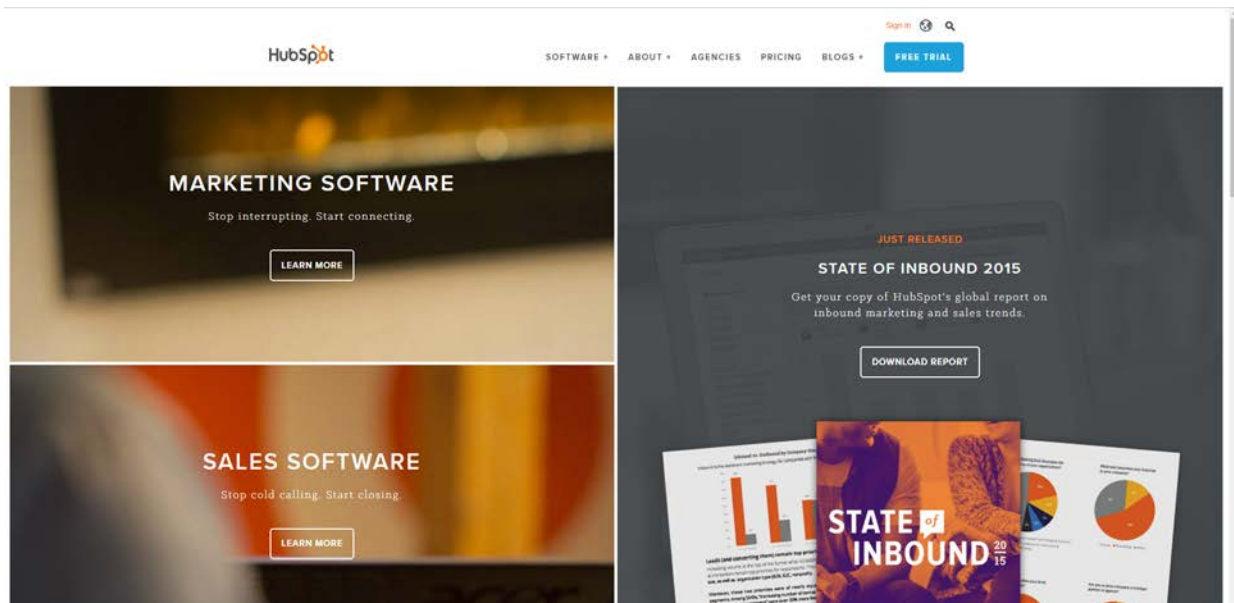


Features²:

- Unlimited experiment & variation creation
- Image hosting
- Data import/export
- Experiment scheduler
- Multivariate testing
- Traffic allocation
- Test scheduling
- Engagement tracking
- Stats engine
- Custom reports
- Basic & custom visitor segmentation
- Geo-targeting
- Basic analytics & heatmapping integrations
- Third party integrations
- Dynamic customer profiling
- Visual editor
- Developer tools
- Out of the box integration

² <https://www.getapp.com/business-intelligence-analytics-software/a/optimizely/>

Hubspot, <http://www.hubspot.com/>

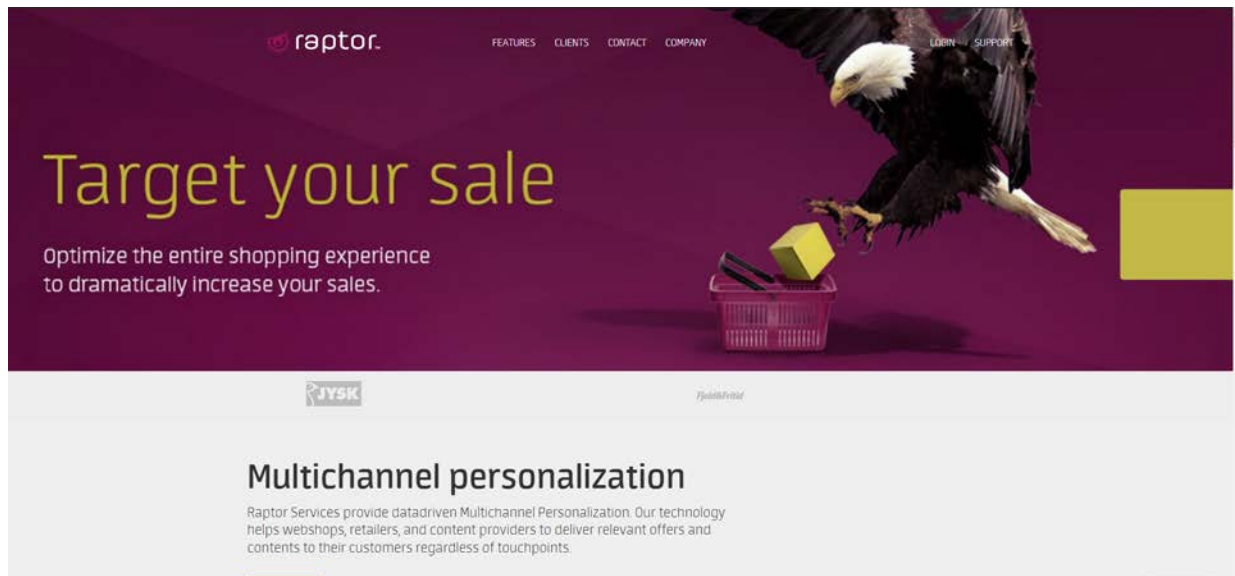


Features³:

- Business blogging
- Social media management
- Lead management
- Create landing pages
- Marketing automation
- Email campaign management
- Marketing Channel Analytics
- CTA reporting
- Full-funnel Analytics
- HubSpot CRM
- Multiple 3rd party integrations
- Mobile app
- Workflows
- SEO
- Analytics
- Benefits

³ <https://www.getapp.com/marketing-software/a/hubspot-inbound-marketing-software/>

Raptor, <http://www.raptorsmartadvisor.com/>

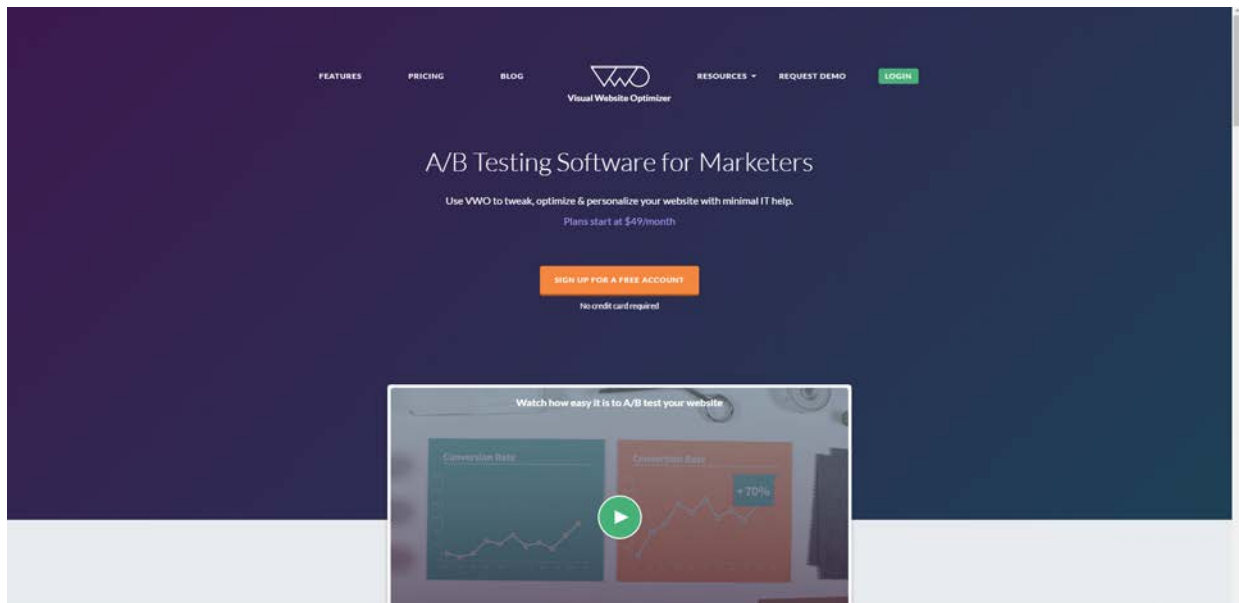


Features⁴:

- Track relevant customer data
- Data-driven recommendations
- Multichannel
- Rich online personalization
- Personalized emails and newsletters
- Automated campaigns in realtime
- Targeted campaigns on inventory
- Feature Packs
- Simple Customization
- Open API's
- Control Panel
- Advanced Reporting and Insights
- Easy to create sister accounts

⁴ <http://www.raptorsmartadvisor.com/features/>

VWO – Visual Website Optimizer, <https://vwo.com/>



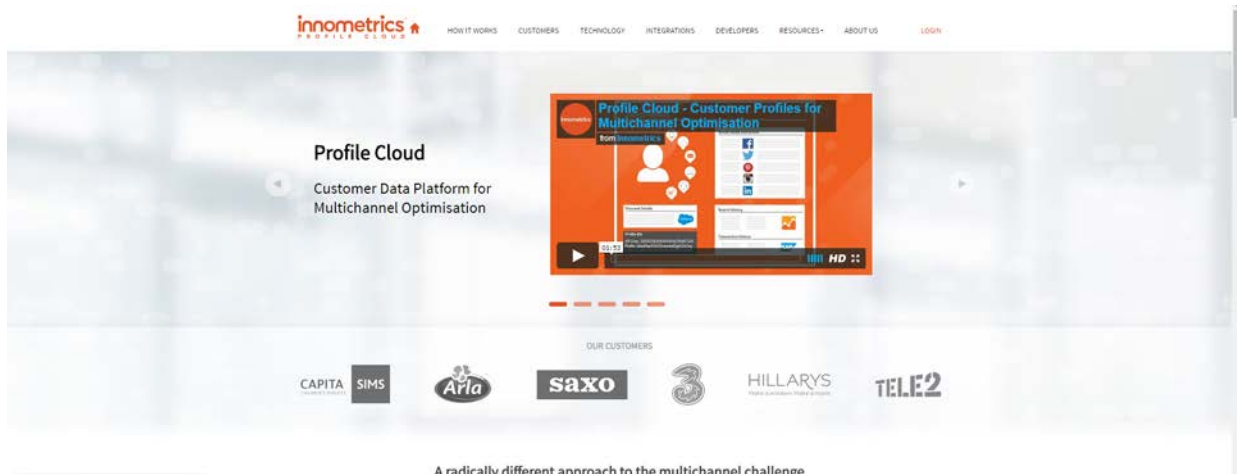
Features⁵:

- A/B Testing
- Split URL Testing
- Behavioral Targeting
- Geo Targeting
- Heatmaps and Clickmaps
- Usability Testing
- Multiple Logins and Client Accounts
- Revenue Tracking
- WYSIWYG Visual Editor
- Cross Domain Tracking
- Plugins and Integrations
- Advanced CSS/JS Tests Supported
- Enterprise Security
- Minimal IT Involvement
- Testing for Mobile and Tablet Websites
- Real Time Reports
- Cross Browser Previews
- Multivariate Testing
- Continuous Optimization
- Award Winning Support

⁵ <https://www.getapp.com/it-management-software/a/visual-website-optimizer/#q=visual%20&ac=listing>

Værktøj til dataopsamling, profildatabase og adfærdsanalyse

Innometrics, <http://www.innometrics.com/>



Features⁶:

Collect data from ANY marketing technology, silo or internal system.

Choose precisely what data you want to bring in to the Profile.

Combine all data from across you domains, customer views and devices into one Profile.

Match User ID's, Cookies, usernames, email address automatically.

⁶ <http://www.innometrics.com/how-it-works/>

Liveramp, <http://liveramp.com/>



Features⁷:

Tag Management System

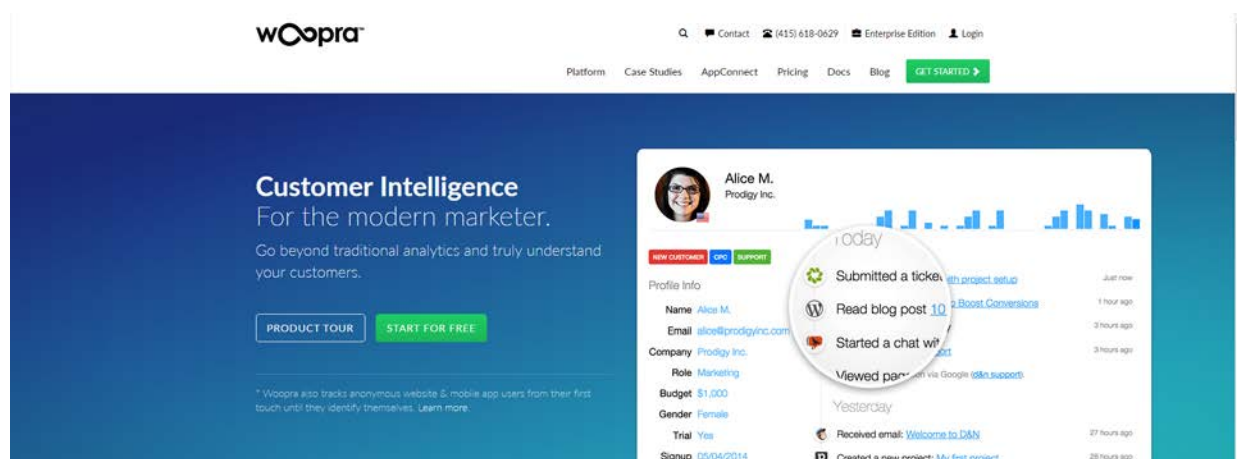
Site optimization

Onboard customer data

Search platforms onboarding

⁷ <https://www.getapp.com/marketing-software/a/liveramp/>

Woopra, <https://www.woopra.com/>



Features⁸:

- Customer profiles
- Real-time analytics and data
- Track all customer activity
- Website and mobile app data
- Data from email, help desk and live chat
- Build customer segments
- Automatic real-time segment updating
- Create custom reports
- Funnel reports
- User retention reports
- Live KPI dashboards
- Deliver triggered actions
- 3rd party app integrations through AppConnect
- Real-time notifications
- Scheduled tasks
- Track new and unidentified web & mobile users
- Trigger JavaScript or Webhooks actions
- Integrations with Zendesk, Marketo, Salesforce and many more

⁸ <https://www.getapp.com/marketing-software/a/woopra/>