

Implementering af personaliserede nyhedsbreve	Ansvarlig	AKJM
	Oprettet	16-12-2016
	Side	1 af 15

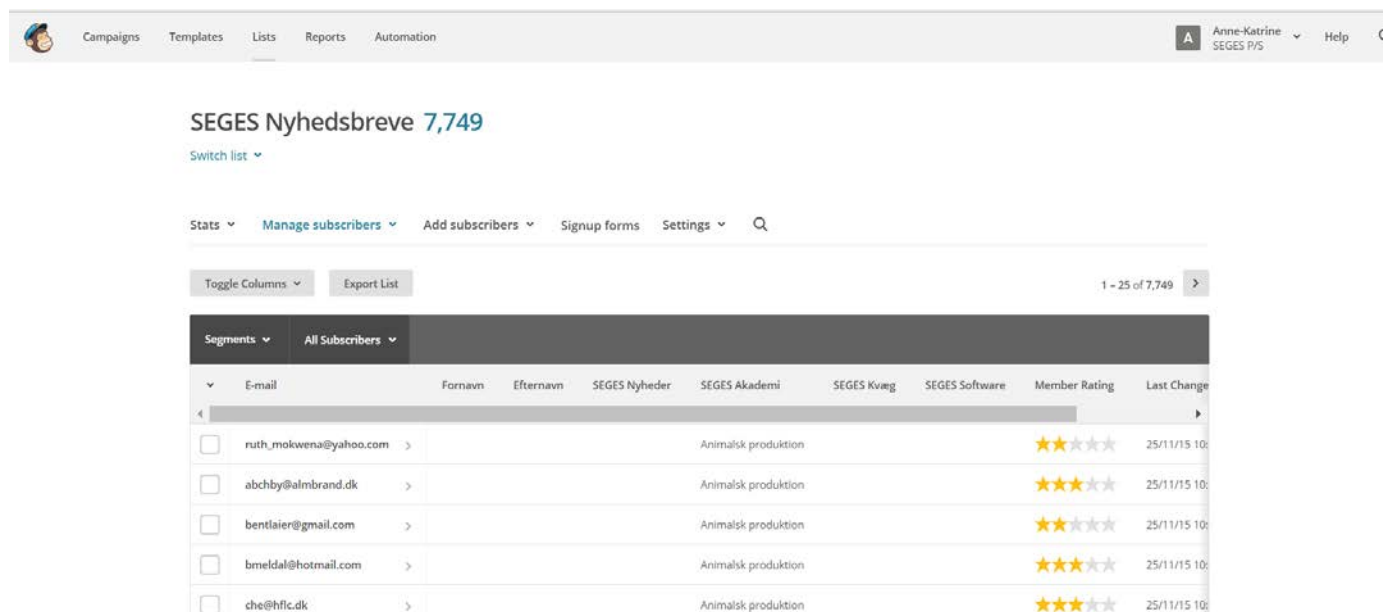
Dette notat er udarbejdet som del af projektet "Digitale relationer og datadreven informationsformidling", Arbejdspakke 1 "Datadreven informationsformidling".

Notatet skal ses i forlængelse af notaterne "[Afprøvning af platforme til udsendelse af personaliserede nyhedsbreve](#)" og "[Platform til personaliserede nyhedsbreve, kravspecifikation](#)", der begge har til formål at levere konkrete anbefalinger og krav til valg af platform, der skal kunne sikre at landmanden får relevant information og viden direkte i hans indbakke.

Nedenstående vil beskrive den konkrete løsning, som vi på baggrund af vores forudgående undersøgelser har lagt op til skal implementeres i MailChimp. Vi har også beskrevet det tilmeldingsflow, som brugeren skal igennem for at tilmelde sig personaliserede nyhedsbreve.

Implementering af lister og tilmelding-flow

For at komme i gang med at sende mails ud via MailChimp skal man oprette en liste. Listen indeholder bl.a. mailadresser på de modtagere, som man ønsker, skal modtage mails, som sendes ud. I MailChimp er der mange muligheder for at strukturere modtagerlisten, så det gælder om at kende sit behov og hvilke oplysninger på modtageren, der kan give værdi at have på listen.



Billede 1: Eksempel på MailChimp-liste med modtagere.

For at kunne segmentere, altså inddele modtagere i grupper, der ud fra deres valgte præferencer ønsker at modtage mails om specifikke emner, skal listen naturligvis kunne håndtere sådanne registreringer. Det er derfor vigtigt, at man som afsender gør sig tanker om hvilke variabler man øn-

sker at segmentere og gruppere sine modtagere efter. Skal de opdeles i aldersgrupper, tidspunkt for tilmelding, interesseområder, skostørrelser, tidspunkt for modtagelse osv.?

I nedenstående eksempel er segmenteringen hovedsageligt sket via modtagerens valg af interesseområder, som modtageren selv har opgivet ved tilmeldingen til listen.

The screenshot displays a CRM interface for managing email lists. At the top, there are navigation tabs for 'Lists', 'Reports', and 'Automation'. The main heading is 'SEGES Nyhedsbreve 7,746', with a 'Switch list' dropdown. Below this, there are navigation options: 'Stats', 'Manage subscribers', 'Add subscribers', 'Signup forms', and 'Settings', along with a search icon. The 'Groups' section is active, showing a 'Create Groups' button. Underneath, there are two main list sections: 'SEGES Nyheder' and 'SEGES Akademi'. Each section has 'Edit', 'Checkboxes', and 'Delete' options, and a 'Hide Groups' button. The 'SEGES Nyheder' section contains one group: 'Nyheder' with 874 subscribers and an 'Add Group' button. The 'SEGES Akademi' section contains six groups: 'Økonomi og jura' (1,116 subscribers), 'Rådgivning og ledelse' (1,223 subscribers), 'Planteproduktion, natur og miljø' (585 subscribers), 'Animalsk produktion' (542 subscribers), 'Økologi' (366 subscribers), and 'Til landmænd' (936 subscribers). Each group in the 'SEGES Akademi' section has an 'Add Group' button and a menu with 'Delete', 'Import to', and 'Send to' options.

SEGES Kvæg · Edit Hide Groups

Checkboxes · Delete

- ⋮
Aktuelt til dyrlæger · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
499 subscribers
- ⋮
KvægNyt · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
1,544 subscribers

Add Group

SEGES Software · Edit Hide Groups

Checkboxes · Delete

- ⋮
Bovisoft · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
363 subscribers
- ⋮
DMS · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
1,049 subscribers
- ⋮
Nyt til kvæggrådgivere · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
382 subscribers
- ⋮
Nyt om planteprogrammer · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
2,327 subscribers
- ⋮
Summax · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
418 subscribers
- ⋮
Ø90-Nyt Regnskab · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
787 subscribers
- ⋮
Ø90-Nyt Økonomistyring · Edit
Delete · Import to · Send to ▾
- ⋮
357 subscribers

Add Group

Billede 2: Oversigt over grupper på en MailChimp-liste.

Selve opbygningen af listen og hvilke informationer modtageren selv skal udfylde ved tilmelding samt hvilke andre oplysninger, du som afsender, ønsker at berige listen med, skal overvejes ud fra et forretningsmæssigt og kundemæssigt synspunkt. Hvilke oplysninger er en nødvendighed for at nå de ønskede målsætninger med de personaliserede mails, du ønsker at sende ud til din liste? Altså hvilke oplysninger har du behov for at registrere for at kunne sende personaliseret information, der både er modtagerorienteret og har den ønskede forretningsmæssige effekt. Samtidig skal man som afsender også være meget opmærksom på, at der er en meget fin balance, når det drejer sig om at få de vigtige informationer fra modtageren. Hvis modtageren i tilmeldingssituationen skal oplyse for mange informationer i et tilmeldingsflow, kan det nemlig virke hæmmende for en succesfuld registrering til listen.

Når listen er oprettet, kan man enten importere modtagere til sin liste – dette forudsætter, at man i forvejen sender nyhedsbreve – eller oprette en tilmeldingside, hvor modtageren selv kan tilmelde sig. I de fleste tilfælde gør man som afsender begge tiltag, dvs. man importerer eksisterende modtagere og opretter en tilmeldingside, hvor nye modtagere kan tilmelde sig.

Nedenstående eksempler viser både en standard MailChimp tilmeldingside samt en specialtilpasset tilmeldingside, der ligesom standard tilmeldingssiden gemmer alle tilmeldte på en liste i MailChimp.



TILMELD DIG NYHEDSBREVE FRA SEGES

Hold dig opdateret med seneste nyt indenfor landbrug, lovgivning og fagområder - direkte i din indbakke.

Vælg hvilke typer af nyhedsbreve du ønsker, at modtage fra SEGES. Du kan læse mere omkring SEGES nyhedsbreve og vilkår [her](#).

E-mail

Fornavn

Efternavn

SEGES Nyheder

Nyheder

SEGES Akademi

Økonomi og jura

Rådgivning og ledelse

Planteproduktion, natur og miljø

Animalsk produktion

Økologi

Til landmænd

SEGES Kvæg

Aktuelt til dyrlæger

KvægNyt

SEGES Software

Bovisoft

DMS

Nyt til kvægrådgivere

Nyt om planteprogrammer

Summax

Ø90-Nyt Regnskab

Ø90-Nyt Økonomistyring

Tilmeld

Billede 3: Sådan kan en standard tilmeldingside i MailChimp sættes op til at håndtere mange forskellige tilmeldingsmuligheder, der efterfølgende kan sikre, at der kan sendes personaliseret indhold til modtagerne på baggrund af deres egne ønsker.



Nyhedsbreve

Bruger ID

Kodeord

LOG PÅ

[Ny bruger](#)

[Glemt kodeord](#)

[Driftsstatus](#)

Billede 4: Den specialtilpassede tilmeldingsside kan kun tilgås ved at oprette sig som bruger og herefter logge ind. Ved at kræve dette af modtageren sikrer man en større validitet af brugernes identitet, da man i dette tilfælde vil kunne identificere brugeren ud fra en unik nøgle, her "BrugerID". Ved at identificere modtageren med en unik nøgle kan man gøre brug af flere forskellige datakilder til at producere værdifuldt, personaliseret indhold ud fra andre variabler end blot dem, der er opgivet i MailChimp.



Du er registreret med:
axh@vfl.dk
[Rediger e-mail](#)

SEGES nyhedsbrev

SEGES Nyheder

Nyheder

SEGES Akademi

- Økonomi & jura
- Rådgivning & ledelse
- Planteproduktion, natur og miljø
- Animalsk produktion
- Økologi
- Landmænd

SEGES Software

- DMS
- Kvægrådgivere
- Plante Software
- Ø90-Nyt regnskab
- Ø90-Nyt Økonomistyring
- Summas Nyhedsbrev

SEGES Kvæg

- Kvægnyt
- Aktuelt for dyrlæger

TILMELD

Klik her for at læse vilkår og betingelser for nyhedsbreve fra SEGES og Landbrugsinfo.

Billede 5: Som ved standard tilmeldingssiden er tilmeldingsmulighederne identiske med de grupper, der er oprettet på listen i MailChimp.

Implementering af mailskabelon

Udover en klogt sammensat liste, hvor du som afsender har gjort dig strategiske tanker om, hvilke informationer, der er behov for at have på modtageren, så du kan målrette dit budskab, kan man med fordel også lave en mailskabelon, der ved hjælp af foruddefinerede områder, kan håndtere personaliseret indhold.

Ved at gøre brug af foruddefinerede områder, sikrer du en ensformighed i præsentation, der er til stor gavn, når man vil automatisere udsend, da det minimerer arbejdsressourcer betydeligt.

Et automatiseret udsend kan med fordel benyttes, når du ønsker at sende personaliserede nyhedsbreve med næsten samme indhold og formål på samme tidspunkt hver uge/måned.

Billede 6: Eksempel på opsætning af mailskabelon



Dog er det samtidig også vigtigt, at holde en god balance mellem personaliseret indhold og statisk indhold. Nogle modtagere vil ikke bryde sig om den meget personlige fremtoning, som personaliseret indhold ofte kan skabe. De vil muligvis synes det virker grænseoverskridende og invasivt, også selv om det personaliserede indhold er lavet ud fra oplysninger, som modtageren selv har opgivet i tilmeldingsøjeblikket. Det er bl.a. derfor vigtigt, at måle på performance, da det giver en indikation af om budskabet leveres godt eller dårligt. Sender man kun personaliseret indhold til sine modtagere, kan det have den modsatte effekt end du regner med.

I ovenstående mailskebeloneksempel, Billede 3, er der som udgangspunkt lagt op til en blanding af personaliseret indhold, der skal skabes på baggrund af modtagerens nyhedspræference, og statisk indhold – dvs. indhold, der ikke er forskellig fra modtager til modtager. I det nærværende eksempel kunne man med fordel benytte den hvide boks til statiske nyheder og bruge de mindre bokse i farve til personaliserede nyheder – eller omvendt for den sags skyld. Kontinuiteten i præsentation og indhold er dog vigtigt, da modtageren ellers ikke kan identificere afsenderen og indhold.



Billede 7: Eksempel på mailskabelon og placering af statisk og personaliseret indhold.

Brug af kampagne- og listestatistik i MailChimp

Som tidligere nævnt er det vigtigt, at følge med i hvorledes de personaliserede nyhedsbreve performer i forhold til listens omfang og forventninger. Åbner modtagerne nyhedsbrevet? Klikker de i dem? Klikker de, der hvor man ønsker? Man kan som afsender konkludere meget ud fra nyhedsbrevsstatistikken og bruge statistikken til at optimere på de nyhedsbreve, der sendes ud. Hvis der ikke er nogle kliks i et nyhedsbrev, har nyhedsbrevet ofte ikke meget værdi, i hvert fald ikke hvis årsagen til at sende nyhedsbrevet er af kommerciel interesse.

I tilfælde hvor der blot skal mindes om en aftale, eksempelvis en påmindelse om en frisørtid, er klikket ikke relevant, men derimod åbningen af selve nyhedsbrevet. Men i tilfælde af, at nyhedsbrevet "blot" er en indgang til en hjemmeside, hvor der er endnu mere viden eller produkter til rådighed for modtageren, er det bestemt vigtigt at få modtageren konverteret – dvs. formålet er at få modtagerne motiveret til at klikke sig videre fra nyhedsbrevet til hjemmesiden.

Nedenstående eksempler viser hvorledes statistik præsenteres sig i MailChimp:

KvægNyt [Vis nyhedsbrevet i din browser](#)



tema | FORLÆNGET LAKTATION



Mælkeproducent: Vi har aldrig haft travlt med at inseminere

Forlænget laktation passer godt ind i Mikkel Juhl Nielsens økologiske jerseybesætning. Færre kælvninger, lettere afgødnng og dermed lavere dyrlægeomkostninger opvejer mindre mælk.



L	28.2%
---	-------

Forlænget laktation kræver styring og højt

management

7.8%

Forlænget laktation betyder lavere mælkeydelse pr. årsko. Bl.a. færre sygdomme og mindre behov for harmoniareal gør alligevel systemet økonomisk interessant.

Fosforregulering øger kravet til kvægbrug

5.7%

Ny fosforregulering vil øge arealkravet væsentligt på kvægbedrifter, der dyrker meget majs og bruger kvægundtagelsen. Reguleringen ventes at træde i kraft fra planperioden 2017/18.

Dyreregistrering og celletalsopgørelse skrottes

15%

Celletalsopgørelsen fra gl. Dyreregistrering afvikles. Den blivende liste i DMS Dyreregistrering opdateres med nye funktioner i 2017

Masterplan i strategi- og forretningsudvikling

2.3%

KURSUS - Hvor er min virksomhed på vej hen?

Spørgsmål og svar om DMS på Agromek

7.8%

Få svarene på de hyppigst stillede spørgsmål om DMS på Agromek.

Sådan... Husk blodprøvning af kvieejendomme

Husk, at man i det højprævalente område har pligt til at få blodprøvet kvier i opdræt på separate ejendomme – uanset besætningens salmonellaniveau.

Kvægkongres 2017

Vi er i fuld gang med at sammensætte et spændende program for årets kvægkongres

Glem ikke – fokus på malke rutinerne hen over jul og

Antibiotikauheld forekommer ofte i perioder med travlhed, ferie og ferieafløsere. Sæt derfor ekstra fokus på malkeprocedurerne i juledagene

Vil du vide mere?

Se en samlet oversigt over månedens historier på LandbrugsInfo.

F

8%

SEGES P/S
Agro Food Park 15
8200 Aarhus N

T: +45 8740 5000
E: nyhedsbreve@seg.es.dk

0.5%



Du modtager denne e-mail, fordi du er tilmeldt via nyhedsbrevet. Du kan opdatere dine indstillinger eller afmelde alle nyhedsbreve her.

0%

Billede 8: Eksempler på hvorledes klikstatistik præsenteres i MailChimp.

Kvægnyt 16122016

Switch report ▾

Overview Activity ▾ Links Social E-commerce Conversations Analytics360

Click Performance Click Map

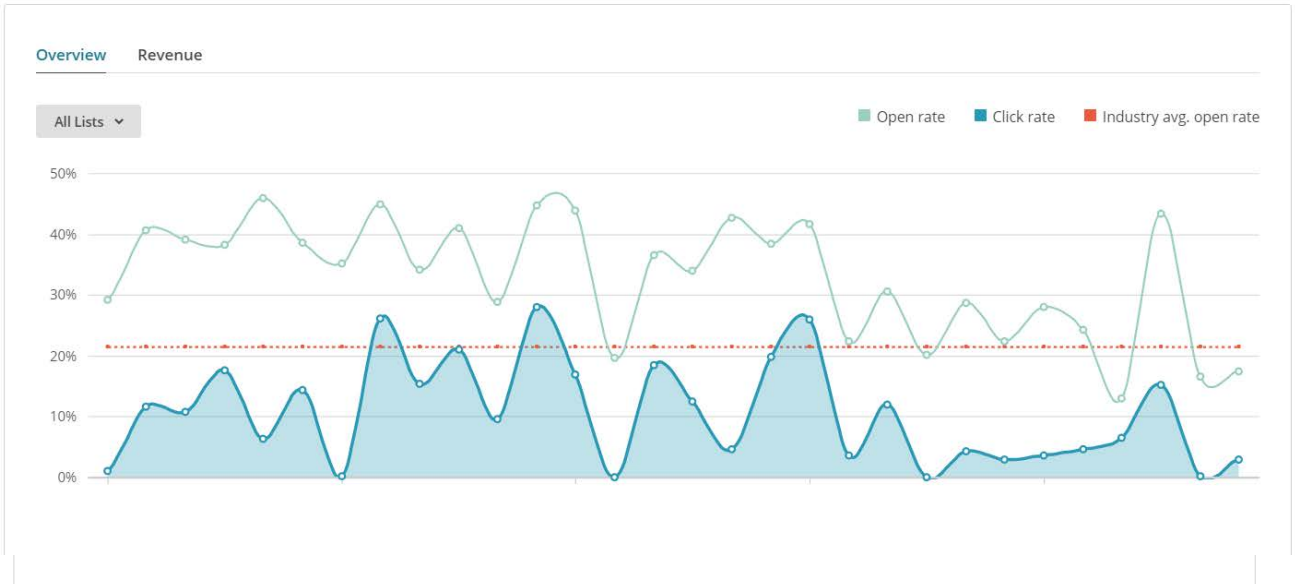
URL	Total clicks	Unique clicks
https://www.landbrugsinfo.dk/Kvaeg/Malkekoeer-og-opdraet/Sider/Vi-har-aldrig-haft-travlt-med-at-i...	109 (28%)	90 (27%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Kvaeg/Dansk-Kvaeg-kongres/Sider/KvaegKongres-2017.aspx	65 (17%)	56 (17%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Itvaerktoejer/Kvaeg/Sider/Den-gamle-celletsopgorelse-skrottes.aspx	58 (15%)	41 (13%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Kvaeg/kvaegnyt/Sider/Startside.aspx	31 (8%)	25 (8%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Itvaerktoejer/Kvaeg/Sider/Sporgsmaal-svar-DMS-paa-Agromek.aspx	30 (8%)	27 (8%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Kvaeg/Malkekoeer-og-opdraet/Sider/Forl-laktation-kraever-styring-hoj...	30 (8%)	28 (9%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Landmanddk/Kvaeg/Sider/161214-Fosforloft-rammer-kvaegbrug_404...	22 (6%)	22 (7%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Kvaeg/Sundhed-og-dyrevelfaerd/Veterinaert-beredskab/Salmonella-D...	20 (5%)	19 (6%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Kvaeg/Maelkevalitet/Sider/Glem-ikke-fokus-paa-malkerutinerne-over...	10 (3%)	10 (3%)
https://www.landbrugsinfo.dk/Kvaeg/Sider/Masterclass-strategi-og-forretningsudvikling.aspx	9 (2%)	9 (3%)
http://www.seges.dk	2 (1%)	1 (0%)
http://nyhedsbreve.seges.dk	0 (0%)	0 (0%)

Billede 9: Eksempel på hvorledes klikstatistik præsenteres i MailChimp.

Som nævnt tidligere, er sammenligningen af performance mellem de individuelle nyhedsbreve utrolig vigtig for at danne sig et mønster over årsagen til performance og hvilke indsatser man kan gøre for at ændre på performance. Derfor kan man passende gøre brug af MailChimps samlede visning (Reports) af udsendte kampagner for en liste af modtagere. Se Billede 7.

Reports

Campaigns Comparative Automation



Folders Filter

Download All Reports

<input type="checkbox"/>	Mark Online. Købs- og abonnementspriser 2017 Regular • Andre nyhedsbreve (skjult tilmelding) (segment) Sent on Tue, 10 Jan 2017 10:53	591 Subscribers	17.4% Opens	2.9% Clicks	View Report <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Opdatering af DMS Dyreregistrering onsdag d. 11. januar kl. 17:00-23:00 Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Tue, 10 Jan 2017 9:42	1,158 Subscribers	16.5% Opens	0.1% Clicks	View Report <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	20170106_Nyheder til folkevalgte Regular • Andre nyhedsbreve (skjult tilmelding) (segment) Sent on Sun, 08 Jan 2017 16:00	573 Subscribers	43.4% Opens	15.1% Clicks	View Report <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Nyhedsbrev - Ø90 Regnskab og summax - 20170106 Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Fri, 06 Jan 2017 16:50	868 Subscribers	13.0% Opens	6.5% Clicks	View Report <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	ELAS_AktuelSkat24.01.17_ØJ Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Thu, 05 Jan 2017 13:30	1,116 Subscribers	24.2% Opens	4.6% Clicks	View Report <input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	SEGES nyheder Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Wed, 04 Jan 2017 11:15	876 Subscribers	28.0% Opens	3.7% Clicks	View Report ▼
<input type="checkbox"/>	K5377_K5378 Orienteringsmoeder om socialjura Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Wed, 04 Jan 2017 11:14	1,120 Subscribers	22.3% Opens	2.9% Clicks	View Report ▼
<input type="checkbox"/>	SEGES NYHEDER Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Wed, 04 Jan 2017 11:01	880 Subscribers	28.7% Opens	4.3% Clicks	View Report ▼
<input type="checkbox"/>	Opdatering af DMS Dyreregistrering onsdag d. 11 januar Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Wed, 04 Jan 2017 10:12	382 Subscribers	20.2% Opens	0.0% Clicks	View Report ▼
<input type="checkbox"/>	Nyhedsbrev - Ø90 Regnskab - 20170104 Regular • SEGES Nyhedsbreve (segment) Sent on Wed, 04 Jan 2017 9:30	783 Subscribers	30.5% Opens	12.0% Clicks	View Report ▼

View 10 ▼ 1 - 10 of 322 >

Billede 10: Samlet oversigt over udsendte kampagner og performance for en MailChimp liste.