

Marketing:

1. Gå til **Menu -> Markedsføring -> [kvik-kampagne]**
2. En ny linje oprettes under **Aktiviteter** med dags dato og teksten "Udsendelse af SMS/Email til alle kunder".
3. Klik på Aktiviteten med dags dato

Marketingaktivitet

Oprettet 06-05-2014 23:24:03

Antal 9 kunder er omfattet af aktiviteten. [\[Liste \]](#)

Udvælgelse Alle

Aktiveret Ikke aktiveret.

Beskrivelse Udsendelse af SMS/Email til alle kunder.

Transport

☒ SMS	3 (højest)	Afsend email	7 meddelelser. (0 sendt)
☒ E-mail	2		
☐ Brev	1		

☐ Kundegruppe VIP

BEMÆRK: Vælges denne bliver alle modtagere påført denne kundegruppe

SMS Tekst

Test SMS

Email emne

Oprettelsen går over fem step (Se tallene til højre; 1,2,3,4,5 -> Grønt: Feltet udfyldt korrekt. Rødt: Feltet skal udfyldes)

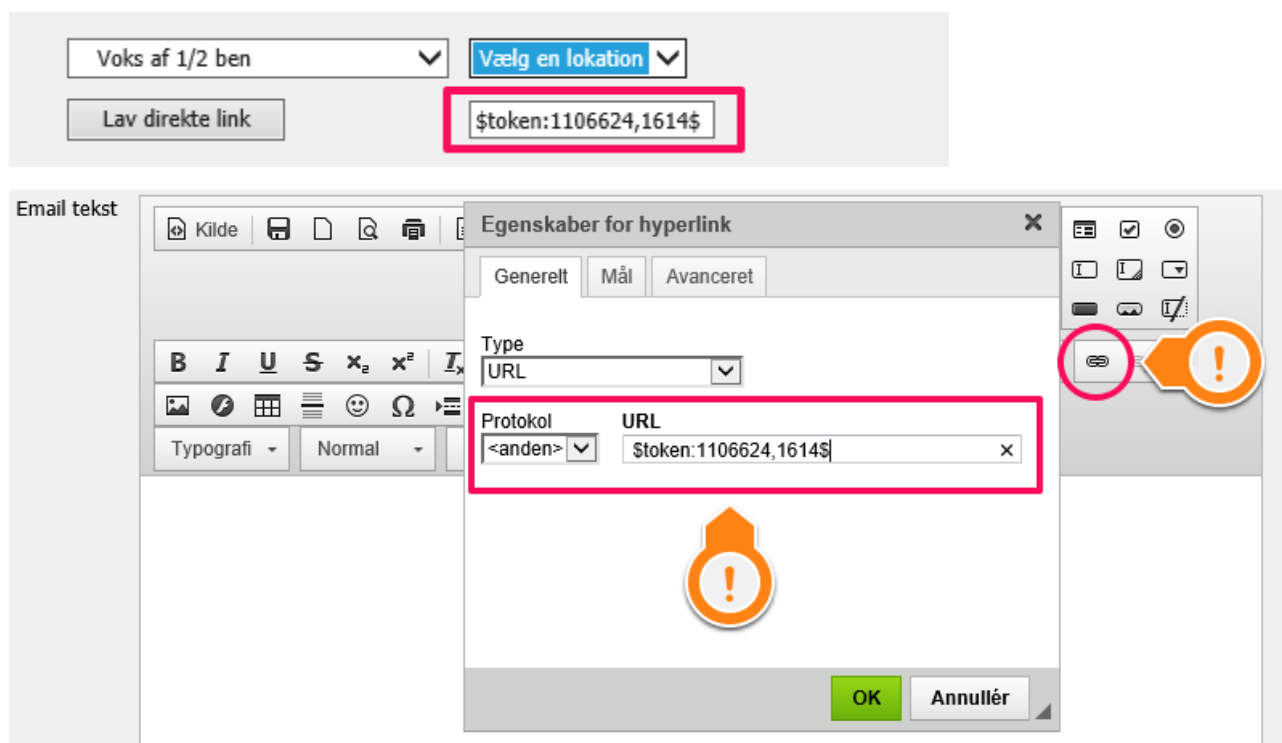
1. Angiv en **Beskrivelse** for kampagnen (denne er kun til internt brug – fx august-mail)
2. Sæt hak ved SMS og/eller Email under **Transport**
 - Vælges både SMS og Email skal der prioriteres mellem de to markedsføringskanaler.
 - Den markedsføringskanal som tildeles den højeste værdi vil prioriteres først. Det vil sige at kunder som har givet tilladelse til markedsføring både på sms og mail kun vil modtage på den højest prioriterede kanal.
 - Den markedsføringskanal med lavest værdi vil kun sende til dem som ikke har takket ja til begge kanaler, men har takket ja til den pålydende kanal.
 - Sæt hak ud for **Kundegruppe** hvis kundene som modtager kampagnen skal tilføjes til en kundegruppen efter udsendelse.
3. Angiv en **SMS tekst**

- Brug **[Test SMS]** for at teste SMS kampagnen (Husk at klikke på **[Gem]** først).
4. Angiv et **Email emne** og en **Email tekst**. Brug **[Test E-mail]** eller **[Fremvis]** for at teste email-kampagnen (Husk at klikke på **[Gem]** først).
- Klik på **[Gem]** når kampagnen er færdig.
5. Klik på **[Udfør]** for at udsende kampagnen til kunderne.

Laver et direkte link til en ydelse i online bookingsiden.

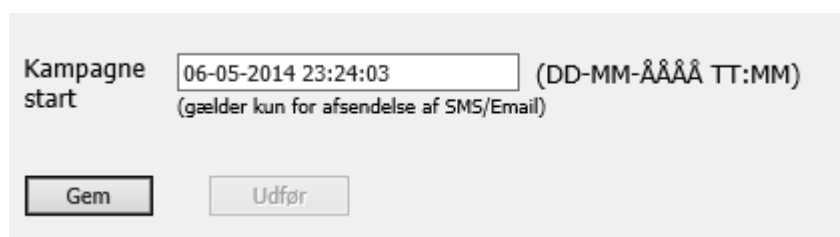
Eksempel:

Har man et specielt tilbud på en behandling – via et direkte link, kan kunden blive sendt hen til den rigtige ydelse i online-booking. Så vil ydelse være valgt for kunden når de logger på.



The screenshot shows a form for creating a campaign. At the top, there are two dropdown menus: "Voks af 1/2 ben" and "Vælg en lokation". Below them is a button "Lav direkte link". To the right of this button, a text box contains the token "\$token:1106624,1614\$", which is highlighted with a red rectangle. Below the form, there is a section for "Email tekst" with a rich text editor. A dialog box titled "Egenskaber for hyperlink" is open, showing the "URL" tab. The "Type" is set to "URL", and the "URL" field contains the same token "\$token:1106624,1614\$", also highlighted with a red rectangle. There are orange callout boxes with exclamation marks pointing to the link icon in the toolbar and the URL field in the dialog box. The dialog box has "OK" and "Annullér" buttons at the bottom.

Husk at vælge hvilke tid kampagne skal gælde fra – tryk "Gem" derefter "Udfør"



The screenshot shows a form for selecting the start date and time of the campaign. It has a label "Kampagne start" and a text box containing "06-05-2014 23:24:03". To the right of the text box is a label "(DD-MM-ÅÅÅÅ TT:MM)" and a note "(gælder kun for afsendelse af SMS/Email)". Below the form are two buttons: "Gem" and "Udfør".

Efter en dag eller mere vil der komme informationer under "Statistik" linket

20-11-2013 20:44	Udsendelse af SMS/Email til alle kunder.	SMS, Email	[Statistik]	[Info]	[Slet]
14-11-2013 21:40	Udsendelse af SMS/Email til alle kunder.	SMS, Email	[Statistik]	[Info]	[Slet]
15-10-2013 23:06	15-10-2013 23:17	Ligge kunde i VIP kundegruppe med +2000 i køb	Email, Gruppe	[Statistik]	[Info]
08-09-2013 01:33	Udsendelse af SMS/Email til alle kunder.	SMS, Email	[Statistik]	[Info]	[Slet]

Periode	Udvalgte	Sendte emails	Sendte SMS	Open rate Email SMS	Bookinger Procent Antal Værdi
2013/10	1	1		100,0%	100,0% 1 350

Du kan tilmelde dig Standard triggers under Marketing:

Når du har tilmeldt dig, sætter vi det op i dit system, og giver dig besked om, hvad du skal gøre for, at de bliver sendt ud.

Triggermail 1 [Vis eksempel](#)
 Triggeremail til kunder som ikke har været på klinikken de sidste 3 år, men som har været der inden for 5 år. Der gives XX% rabat på alle behandlinger i 30 dage fra de modtager emailen. Sendes kun til kunder som ikke har en booking i fremtiden.
☐ Tilmeld

Skriv ønske om rabat, behandling, periode, osv. her

Triggermail 2 [Vis eksempel](#)
 Kunden har søgt i online booking, men har ikke booket en tid. Mailen sendes 2 dage efter de har oprettet sig.
☐ Tilmeld

Skriv ønske om rabat, behandling,

Vi sætter dine triggers op inden for de næste 10 dage. Du får en email fra os så snart de er sat op.

Der er altid en karénsperiode på dine triggers så kunderne ikke får for mange emails fra dig.

Du kan altid afmelde en triggermail igen. Triggeren ligger som en marketing-kampagne når vi har oprettet den, og du kan nemt fjerne fluebenet i "Aktiv" for at stoppe udsendelsen.

1. Gå til **Menu** -> **Markedsføring** -> [Opret ny trigger]

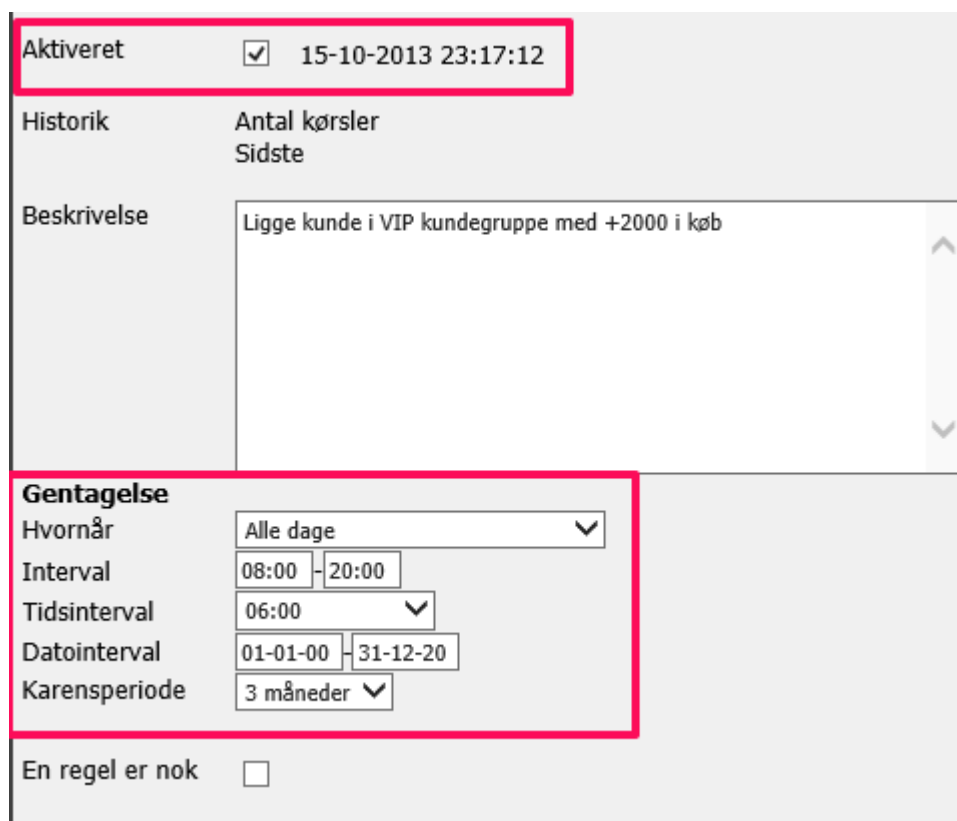
2. Siden skifter til den oprettede triggerkampagne

Oprettelsen går over seks step

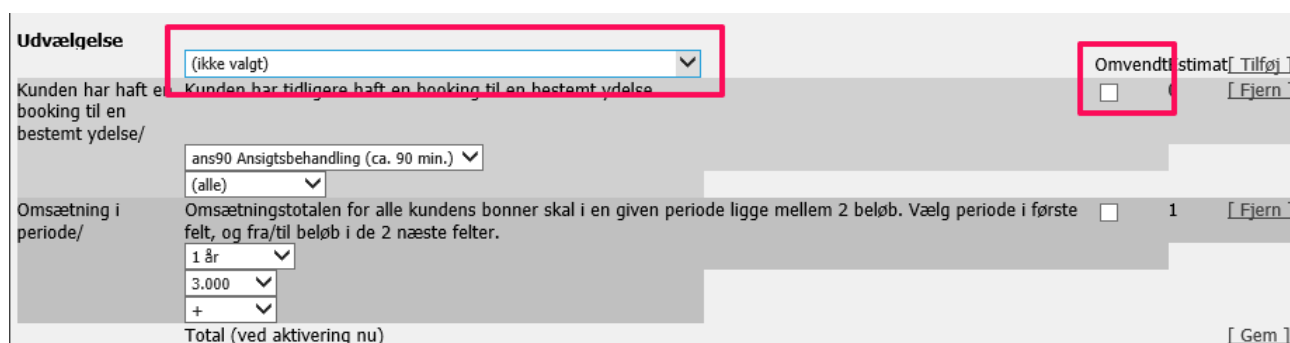
(Se tallene til højre; 1,2,3,4,5,6 -> **Grønt: felter udfyldt korrekt. Rødt: Felter skal udfyldes**)

1. Angiv en **Beskrivelse** af kampagnen (bruges kun internt).

2. Angiv hvor ofte Triggermailen skal søge efter kunder som opfylder kriterierne, hvornår kampagnen kan udsendes og hvor lang tid der skal gå før en kunde kan modtage kampagnen igen (Karensperiode).



• Klik på **[Gem]** nederst på siden.



3. Tilføj de variabler kunderne skal opfylde for at kunne modtage kampagnen ved at vælge fra drop-down menuen og klikke på

[Tilføj] i højre side.

- Ved omvendt udvælgelse sættes hak ved **Omvendt** ud for den tilføjede variabel (f.eks. bliver udvælgelsen "kunden har en booking ud i fremtiden" til "kunden har **ikke** en booking i fremtiden" ved omvendt udvælgelse).
- Estimatet angiver hvor mange kunder denne variabel tilføjer til kampagnen.
- Det antal kunder som opfylder de valgte kriterier findes ud for "Total (ved aktivering nu)"

4. Sæt hak ved SMS og/eller E-mail under **kommunikation**

Kommunikation			
Handling	☐ SMS	1	▼
	☒ E-mail	2	▼
	☐ Brev	1	▼
	☒ Kundegruppe	VIP	▼
	Evt. automatisk sletning	(ikke valgt)	▼
	☐ Kundegruppe, Slet	VIP	▼
BEMÆRK: Vælges denne bliver alle udvalgte fjernet fra denne kundegruppe			

- Vælges både SMS og E-mail skal der prioriteres mellem disse transportkanaler.
- Den markedsføringskanal som tildeles den højeste værdi vil prioriteres først. Det vil sige, at kunder som har givet tilladelse til både E-mail og SMS markedsføring kun vil modtage kampagnen på den højest prioriterende kanal.
- Den markedsføringskanal med lavest værdi vil kun sende til dem som ikke har takket ja til begge kanaler, men har takket ja til pålydende kanal
- Sæt hak ud for **Kundegruppe** hvis kundene som modtager kampagnen skal tilføjes kundegruppen ved udsendelse
- Vælges en **evt. automatisk sletning** vil kundene blive fjernet fra den valgte kundegruppe efter det antal dage der

angives. (kan bruges ved fx at lave en kundegruppe der giver 20% de næste 30 dage, således at kunderne automatisk slettes efter 30 dage).

5. Angiv en **SMS tekst**

- Brug [Test SMS] for at teste SMS kampagnen (Husk at klikke på [Gem] først).

6. Angiv et **Email emne** og en **Email tekst**. Brug [Fremvis] for at teste email-kampagnen (Husk at klikke på [Gem] først).

Tryk [Gem] nederst på siden.

Aktiver triggermailen ved at sætte hak ved **Aktiveret** øverst på siden