

Mads Bukholt

# Markedsføring i 2017

Sådan ændrer markedsføring sig i det kommende år  
og hvordan du bør udnytte det til din fordel



# Indhold

1. Indledning

2. Sociale medier

3. Søgemaskineoptimering

4. PR

5. Influencers

6. Facebook annoncer

7. Email

8. De sidste tips, tricks og værktøjer

9. Vil du lære mere?

# Indledning

Denne guide er for dig, der tør tænke anderledes i din markedsføring.

Marketing er en interessant størrelse som gøres forskelligt i nærmest alle virksomheder. Efterhånden er vi alle enige om få ting - radioreklamer har formentlig været mere effektive i fortiden end de er nu. TV havde sin storhed og er i decline. Sociale medier er en svær størrelse at have med at gøre, og de fleste tør ikke helt kaste sig ud i reklamer på sociale platforme.

Men hvad ved vi ellers? Vi ved, at de der starter marketing tidligt på nye platforme med nye muligheder er dem der både får bedst reklame til billigst pris, men også dem der konstant holder sig i overhalingssporet i forhold til hvad der er muligt i markedsføring i nutiden - uden at fokusere på en løsning som var perfekt for fire eller fem år siden.

Dermed vil jeg i denne korte guide udfordre dig til at tænke over hvordan du markedsfører dig selv og din virksomhed i 2017, med en blanding af case studies fra min egen virksomhed, Global Savings Group, og relevante erfaringer jeg har set andre succesfulde virksomheder implementere.

Da jeg startede 2016 gjorde jeg det med et henblik på at ville rykke mig på nærmest alle parametre for marketing der er relevante for mig og min virksomhed: Facebook, PR, søgemaskineoptimering, Instagram, foredrag, email... Der var mange ting at gå i krig med, men når jeg kigger tilbage ved jeg, at vi er lykkedes med vores mission. For vi har fået testet alle de ting vi ville teste - vi har set hvad der fungerer for os og hvor vi bør bruge mindre og mere tid og penge fremover. Jeg håber, 2017 bliver et lige så godt år for både din virksomhed og min.

# Sociale medier

De kan være svære at måle effekten af, men hold dig ikke tilbage med sociale medier - de kan redde din forretning

Sociale medier er nutidens mest avancerede navn for internettet som vi kender det. Hvad der startede med énvejskommunikation fra hjemmesider til folk blev senere til blogging og kommentarer og fora - og senest er internettet blevet én stor levende organisme der binder os alle sammen via hjemmesider som Facebook og apps som Snapchat og Instagram.

Der er mange der ikke ved hvordan de skal bruge sociale medier kommercielt til deres virksomhed eller til at bygge et brand. Gennem arbejde i flere forskellige tech-virksomheder som alle har taget sociale medier yderst seriøst har jeg prøvet en del forskellige taktikker på sociale medier som enten siden er gået nedenunder og hjem eller stadig eksisterer i bedste velgående.

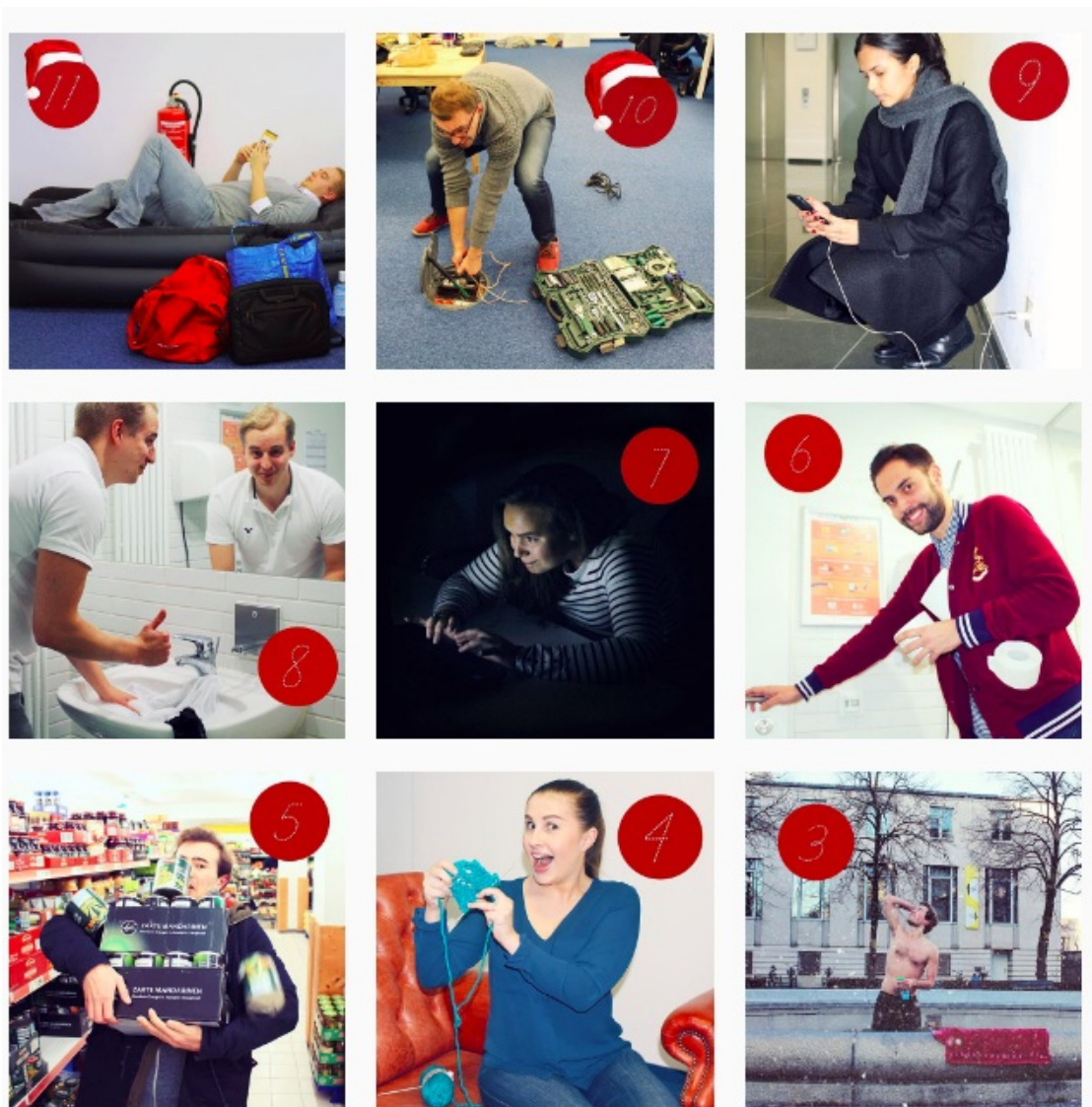
Jeg spørges i den henseende om det ikke er for sent at være på Twitter? Eller om Snapchat virkelig er tiden værd, for det er jo svært at skalere noget når folk maksimalt kan se ens historier i 24 timer?

Svaret er simpelt: Du bør være hvor dine potentielle kunder er. Og når jeg siger du skal være der mener jeg ikke at du skal oprette en Twitter-profil blot for at spamme tilbud ud til højre og venstre. Tværtimod er hele idéen med sociale medier at du interagerer med dine kunder, følgere, leverandører osv., på en måde der giver mening for platformen. Derfor er det sjældent en god idé at poste de samme ting på alle sociale medier og call it a day. Du bør lægge tid, fokus og hårts arbejde i at komme ud til din målgruppe på enhver måde du kan. Og ligesom du ikke ville skrive din avisannonce som den ville lyde i en radioreklame kan du heller ikke nemt genbruge materiale fra ét socialt medie til et andet. Det bør være noget unikt for hver interaktionspunkt du har med dine potentielle kunder.

De bedste steder at lære om sociale medier er ved at bruge dem. Information er sjældent det bedste da udviklingen er så hurtig at du skal eksekvere ting selv for at have den nyeste information, og alternativt finde en der har fingeren på pulsen. En af de eneste personer jeg vil anbefale du følger for at lære omkring sociale medier

er Gary Vaynerchuk som har bygget en virksomhed omkring moderne marketing - meget lig hvad vi selv forsøger med vores virksomheder. Du kan følge Gary på [garyvaynerchuk.com](http://garyvaynerchuk.com).

Tip: Lav noget der giver mening for både dig selv og dine brugere. Sidste år lavede vi en julekalender hvor vi hver dag havde et humoristisk indslag omkring hvordan man kan spare penge i det daglige. Det var et dagligt indslag til vores brugere med en lille historie om at spare penge og hvor man mødte nogle af vores medarbejdere. Det var meget i højde med hvad platformen er ideel til og hvordan man implementerer en kedelig historie (spare penge) på en sjov måde.



# Søgemaskineoptimering

Det lyder kedeligt, men er stadig én af de mest efterspurgte egenskaber

Search Engine Optimization - SEO - er basalt set kunsten at få din hjemmeside til at ligge højt i Google's søgemaskineresultater på de nøgleord der er relevante for din hjemmeside.

Tilbage i tiden var det primært antallet af andre hjemmesider der linkede til dig der betød noget, hvorimod der nu til dags er omkring 200 faktorer vi kender til som har indflydelse på hvordan din side ranker i Google.

Forestil dig en søgning på "Køb sko" - der er stor forskel på, om din hjemmeside ligger nr. 1 eller 12 når der søges på netop dette keyword, og netop derfor bruges der milliarder af kroner internt i virksomheder på SEO og eksternt på konsulenter der kan hjælpe virksomheder med at få deres produkter og services højere op i søgeresultaterne.

SEO blev for alvor stort for omkring 10 år siden, og derfor afviger mange fra at kigge dybere ind på dette felt, basalt set fordi det ikke er nyt og spændende længere. Fortvivl ej - SEO er en af måderne du virkelig kan eksplodere din forretning, og jeg ved fra mine egne virksomheder og kunder, hvor store forbedringer der kan laves ved simple implementeringer.

SEO er et emne der kan skrives mere om end til et par sider i denne gratis e-bog. Derfor vil jeg anbefale at du finder mere information på én af to måder:

- 1) Læs online. Sider som moz.com eller backlinko.com er fantastiske ressourcer til at komme i gang.
- 2) Send mig en email med dine spørgsmål -> [mads@madsbukholt.com](mailto:mads@madsbukholt.com)

# PR

Hvordan vi gik fra at være ukendte til at ende på forsider af aviser som Wall Street Journal og på nationalt Svensk TV

PR er en af de ting der kan være enormt svære at gøre ordenligt, og derfor er det en stor skuffelse for rigtig mange virksomheder. Da jeg selv begyndte at lære PR tog det mig også mange måneder før de første resultater begyndte at vise sig i seriøs skala. Hvad gør man, hvis man er en mindre virksomhed og har svært ved at få nyheder om sin virksomhed ud fordi den måske ikke er *så* interessant?

Få ting er objektivt set kedeligere end at spare penge, derfor var det også en udfordring vi stod overfor i Cuponation. Vi har til huse i München og havde i en periode overvejet at flytte kontoret til Stockholm. Det blev dog ikke til en realisation af de planer, bl.a. fordi boligmarkedet i Stockholm er meget dyrt, og mange af vores unge interns ville have utroligt svært ved at finde et ordenligt sted at bo.

Dét blev mærkeligt nok starten på den første traction vi fik PR mæssigt, nemlig da Svenske nyheder begyndte at rapportere om lige netop dette problem. Vi kontaktede nogle af dem der skrev om emnet, og sagde at vi på grund af dette emne valgte ikke at flytte til Stockholm. Det var jo så at sige rigtigt nok, men selvfølgelig var det ikke hensigten med vores beslutning at gøre det for at få PR - ikke desto mindre kan man lige så godt se om man kan få begge dele.

Vi begyndte at blive nævnt i en del Svenske medier, og en dag før jul 2015 blev vi kontaktet af Reuters som gerne ville have et citat. Ca. en måned senere bragte dét interview os på medier som CNBC, New York Times or Wall Street Journal. Senere blev vi kontaktet af SVT, den største Svenske TV-station, som gerne ville komme til München og høre lidt mere, og så fik vi også primetime i TV til hele Sverige.

Denne form for PR kaldes populært for newsjacking og bruges ofte af mindre virksomheder for at gøre dem til en del af noget større og få deres navn ud. For os var det et startskud til en reel indsats på PR hvor vi nu laver langt bedre arbejde for at få vores navn ud på en langt mere relevant måde. Således blogger vi nu hos EU Kommissionen, vi laver store analyser af prisbesparelser som gengives i aviser og vi

brander os selv som vi er - en ekspert indenfor markedsføring således at vores holdning ofte bruges i medier i Norden.

Den udvikling vi er gået igennem i løbet af de sidste 18 måneder er rigtig spændende og kan være en interessant case til alle der vil have noget ud af PR.

## Trends **online**

1	SOFTWARE	REKRUTTERING	E-HANDEL	STARTUP GUIDE	OM TRENDS ONLINE ▾
---	----------	--------------	----------	---------------	--------------------

 132   37   4

Som 22-årig blev han headhuntet af internetvirksomheden Rocket Internet til at være en del af det team, der skulle starte deres hidtil største filial op i Australien. Nu 4 år senere efter både opstart af egen startup, jordomrejse som konsulent og andre relaterede jobs, er han tilbage i virksomheden, hvor de hele startede – som direktør for den hurtigt voksende virksomhed under Rocket Internet.

**Mads Bukholt** er lige stået af et fly fra München, da jeg møder ham. Han er tilbage i Danmark for at tale til en marketingskonference, afholde møder og besøge familie og venner, inden han om 5 dage rejser tilbage til München. Her er han netop blevet ansat som leder for **Cuponation**, den hurtigst voksende virksomhed i **Rocket Internet**, som netop er blevet lanceret i Danmark.

Efter 4 år, der både har budt på opstart af egen startup, jordomrejse som selvstændig konsulent og jobs i flere forskellige finansielle startups, er han således tilbage i virksomheden, hvor det hele startede. En virksomhed, der skønt et blakket ry i nogle kredse, ifølge ham selv, er grunden til, at han er nået dertil, hvor han er i dag.





# Influencers

Stadig én af de billigste måder at ramme et stort publikum

Vi har efterhånden allesammen hørt hvor godt bloggere tjener på at uploade sponsoreret indhold til gavn for en stor virksomhed som gerne vil nå bloggerens målgruppe. Diverse artikler om at bloggere kan tjene op til 30.000 kr. på en enkelt Instagram-post med en taske har oprørt dansk marketing i en sådan forstand at det ikke benyttes (endnu) af særligt mange større virksomheder.

Små nystartede virksomheder derimod forsøger ofte at opnå kendskab til deres produkt gennem brugen af influencers som skal promovere deres produkt eller service - ideelt set gennem en autentisk historie af bloggeren om hvorfor et givent produkt er godt og gerne noget bloggeren selv kan stå inde for.

Problemet ved denne type markedsføring kommer når det ikke tydeligt beskrives at indholdet er sponsoreret af en given virksomhed, da det så bliver uklart for brugeren der følger denne blogger. I Danmark er det dog oftest standard at man tydeliggør at indholdet er sponsoreret hvilket det naturligvis også skal være.

Én af årsagerne til at influencers er så billige ift. effekten af dem er at der endnu ikke er mange virksomheder der virkelig bruger denne type marketing nok. Hvis man tænker over hvor meget værdi man kan opnå og hvor bred og dedikeret en målgruppe man kan nå gennem influencers viser det sig hurtigt at det er en af de bedste måder at promovere sit produkt eller service.

I Global Savings Group har vi selv brugt influencers ofte til at give øget synlighed til ét af vores tilbud eller en af vores forhandlere. Således har vi haft et samarbejde med influencers i Sverige, Danmark, Norge og Finland som har drevet ekstremt meget trafik til vores sider med rabatkoder.

Ét af de seneste eksempler fra Danmark på vores brug af influencers kan ses her:

<https://www.youtube.com/watch?v=ur6b05i8oyg>

# Facebook annoncer

Facebook annoncer er én af de stærkeste måder at vækste din forretning på - langsigtet såvel som kortsigtet.

Denne del af bogen er endnu ikke tilgængelig i gratis-udgaven, men bliver tilføjet i løbet af de kommende måneder.

Hvis du har spørgsmål om Facebook annoncer specifikt kan du indtil da sende mig en email på [mads@madsbukholt.com](mailto:mads@madsbukholt.com).

# Email

Sådan starter du din forretning med 10.000 nye potentielle kunder.

Denne del af bogen er endnu ikke tilgængelig i gratis-udgaven, men bliver tilføjet i løbet af de kommende måneder.

Hvis du har spørgsmål om emails og hvordan du kan samle prospekter før du begynder din virksomhed kan du indtil da sende mig en email på [mads@madsbukholt.com](mailto:mads@madsbukholt.com).

# De sidste tips, tricks og værktøjer

Afslutningsvis får du de sidste løse tanker om simple måder du kan vækste og blive mere effektiv.

## Serpbook

For SEO-nørderne er dette det helt rigtige værktøj til at måle hvordan du ranker på de keywords du har interesse i. Du kan se udviklingen over tid og se hvordan dit domæne som helhed udvikler sig.

## SimilarWeb

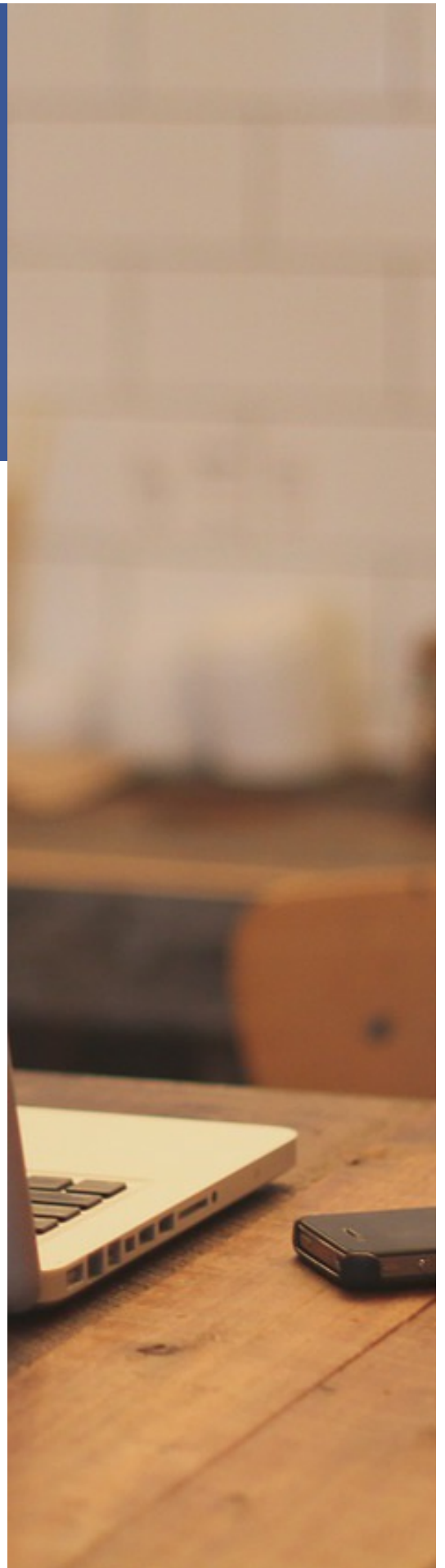
Dette plugin til din browser gør det muligt at se et godt estimat for trafikken denne side har. Dette er især godt når du vil være sikker på, at de tal en side offentliggør som deres trafik i virkeligheder passer før du køber annoncer eller laver samarbejder med dem.

## Microsoft Excel

Det bedste værktøj - hvis du ved hvordan det skal bruges. Det har taget mig længe at finde ud af, men tingene er ved at falde på plads. Du kan læse min 60-siders guide til Excel her: [madsbukholt.com/excel](http://madsbukholt.com/excel)

## Affiliate marketing

Affiliate marketing er en god måde at vækste dit salg på. Du kan lave en kommissionsbaseret løsning for bloggere og rabatsider som dermed vil tjene penge på at finde kunder til dine produkter og services.





# Vil du lære mere?

Skriv dig op til mit nyhedsbrev

[Klik her](#)