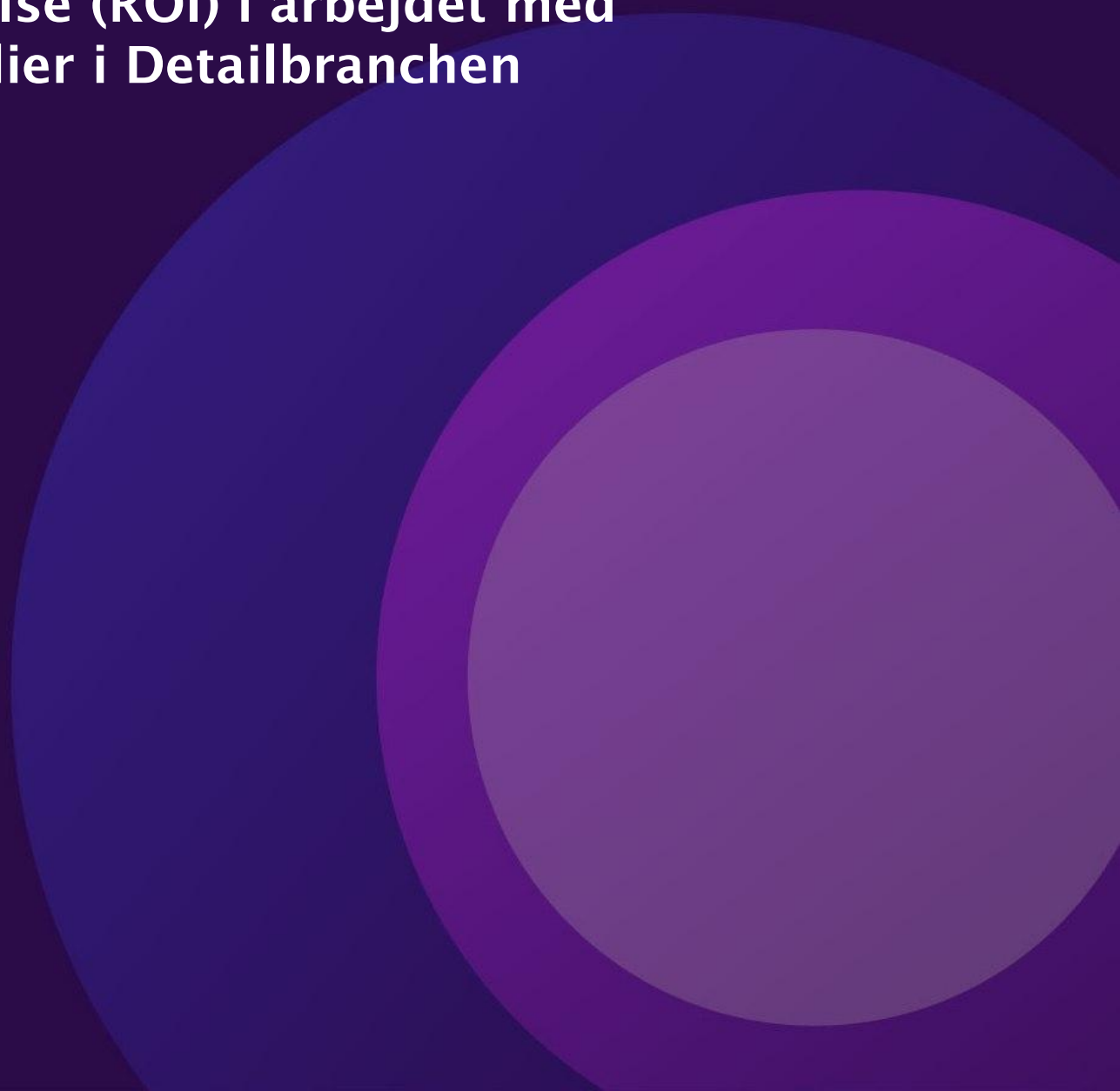


# SPOR 4: Organisering og måling af værdiskabelse (ROI) i arbejdet med sociale medier i Detailbranchen

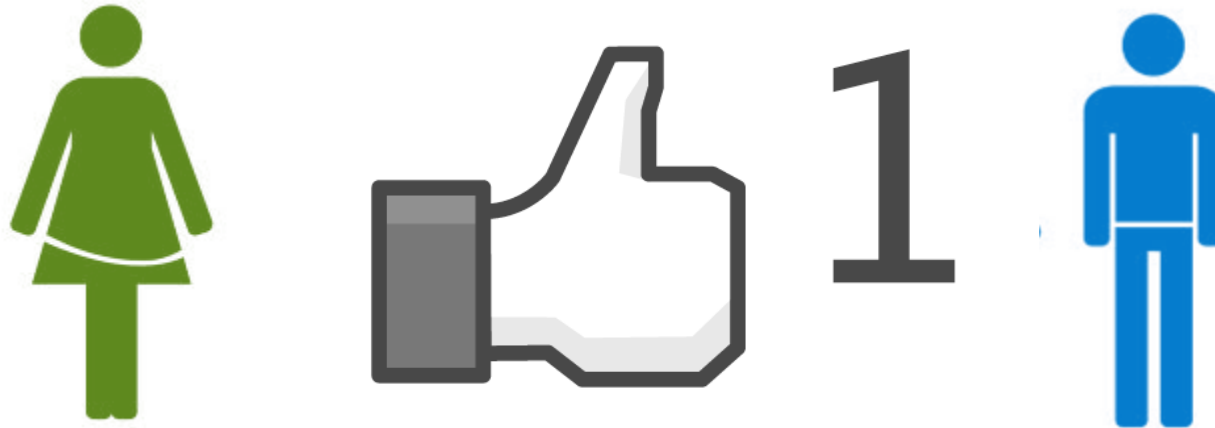


# Først en lille video...

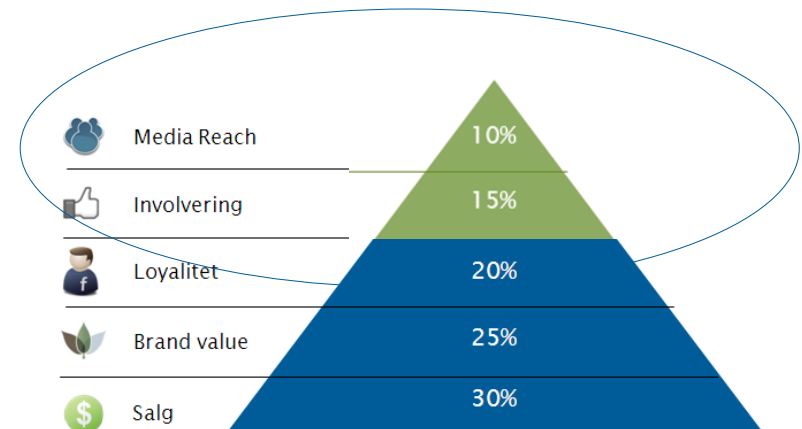


Introduktion

# Hvad er værdien af en FAN?

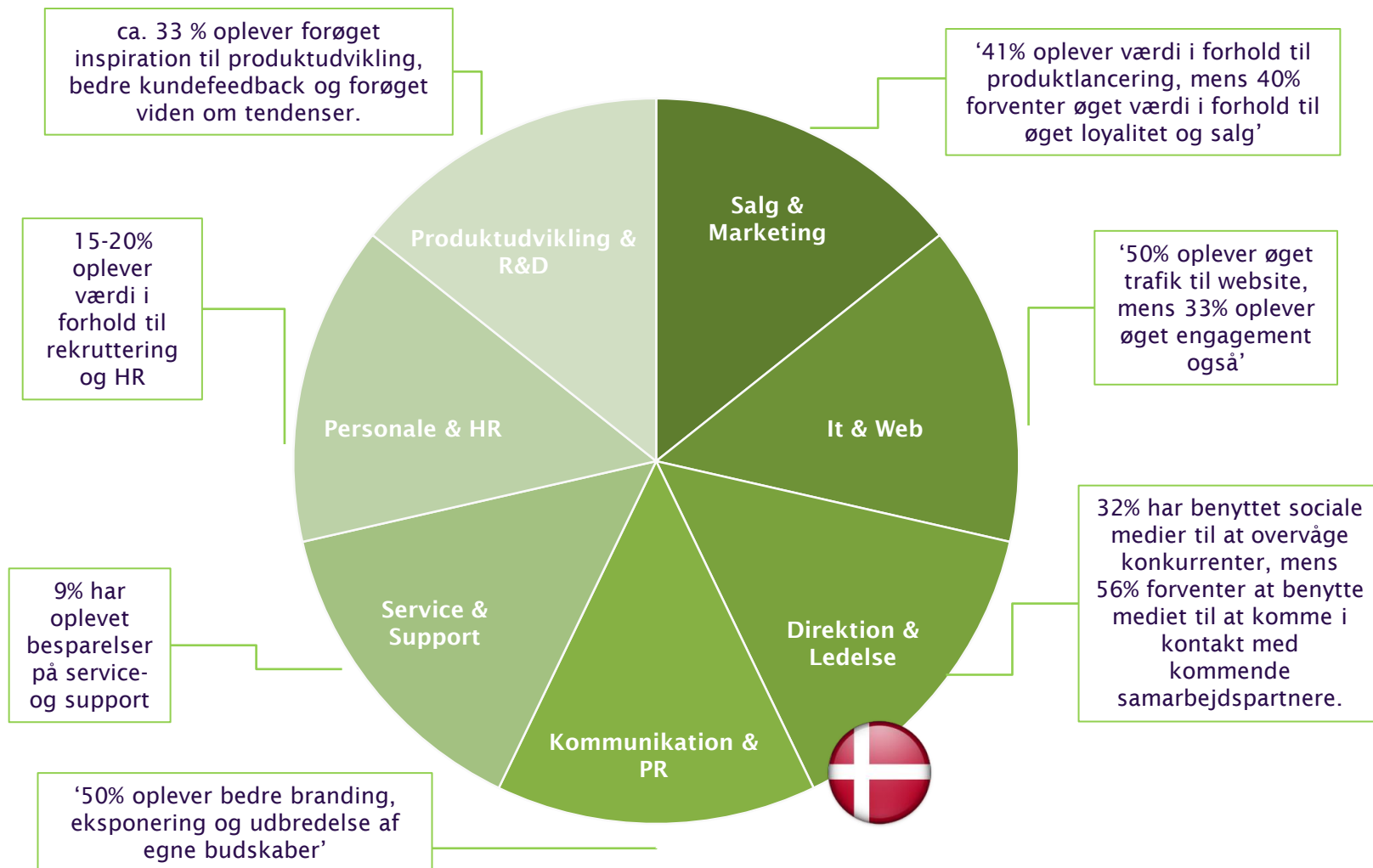


Undersøgelser	Værdien af en fan
Syncapse (2010)	0-1483 DKK
Hitwise (2011)	20 Clicks
Vitruue (2010)	19 DKK
Mindshare (2011)	0 - 68 DKK



## Introduktion

# Den sociale værdi er mange steder!



## Introduktion

# Det ikke alle virksomheder der er lige langt!

## 1. Trin: Første erfaringer

**Virksomheder** som har gjort sig enkelte erfaringer, uden at have en klar strategi

**Organisatorisk:** Enkelt medarbejder driver indsatsen. Starter oftest i marketing, resurser er små og budgetter ligeså

**Værdifokus:** Fans, involvering og dækning



## 2. Trin: Fokus på ROI

**Virksomheder** som har en strategi og målsætning med de sociale medier

**Organisatorisk:** har en mere avanceret organisation, med flere samarbejdspartnere, resurser og budgetter. Den sociale indsats deles af flere afdelinger og/eller outsources.

**Værdifokus:** Loyalitet, Branding og salg.



## 3. Trin: Optimering og prioritering

**Virksomheder** med flere års erfaring med sociale medier, som har en klar strategi, guidelines og metode til at værdisætte indsatsen

**Organisatorisk:** Har en klar arbejdsdeling, oftest hvor mange mennesker har berøring med enkelte områder. Resurserne er prioriterede, og man har investeret i redskaber til at organisere, monitorere og værdisætte sin indsats

**Værdifokus:** ROI



## Introduktion

## Det fantastiske team af eksperter og praktikere...

**Johan Bülow** – stifter og ejer af  
Lakrids by Johan Bülow



**LAKRIDS**  
BY JOHAN BÜLOW

**Morten Jörgensen** – Social Media  
ansvarlig @ 3 Danmark (B2B & B2C)



**Roslyn Layton** – Senior Director @  
Klean med speciale indenfor salg, social - og  
marketingsstrategier



**Klean**

**Grimur Fjeldsted** – Social Media  
Manager @ Ecco Shoes

**eCCO®**



Johan Bülow

# Lakrids på sociale medier

Johan Bülow – stifter og ejer af  
Lakrids by Johan Bülow



**LAKRIDS**  
BY JOHAN BÜLOW

Panelrunde

## ... Opsummering & Spørgsmål





## Panelrunde

# 10 gode råd!

1. Sæt nogle konkrete mål for jeres indsats – Don't Sell Cars, Sell Testdrives!

2. Følg målsætningen op med klare og forpligtende KPI'er

3. Vælg nogle konkrete, enkle og kortsigtede pilotprojekter for at overbevise andre i virksomheden.

4. Lad være med at overplanlægge, det meste lærer man hen af vejen.

5. Kommuniker altid i direkte øjenhøjde med dine brugere/kunder

6. Beløn dine brugere (tilbyd dem noget ekstra) for at følge dig på de sociale medier

7. Betragt monitorering som en nødvendig investering

8. Prioritér i redskaber – der er ikke et værktøj, der passer til alt, så vælg det rigtige ud fra jeres målsætning

9. Sammenlign effekt ikke KPI'er – Kontaktpris kan ikke sammenlignes, men det kan effekten!

10. Evaluer indsatsen løbende og lav en skarp prioritering