

SmartResponse A/S

SmartResponse er blandt Skandinaviens førende udbydere af performance-baseret affiliate marketing og er eksperter i e-mail markedsføring.

CASE: Smart lancerer de en ny platform, MitSamtykke.dk, som vil muliggøre at forbrugere kan tilbagetrække et givet samtykke til telemarketing let og enkelt. Teamet skal opnå indsigt om såvel forbrugerne, som de potentielle kunder til platformen med det formål, at tilpasse platform og koncept samt udarbejde og påbegynde eksekvering på en salgs- og markedsføringsstrategi imod de 2 grupper.

OVERBLIK

Virksomhed	SmartResponse A/S
Lokation	Vesterbrogade 149, Bygning 3, 2. sal, 1620 København V
Kontaktperson	Jeppe Knudsen, Business Development Director

VIRKSOMHEDSPROFIL

SmartResponse er blandt Skandinaviens førende udbydere af performance-baseret affiliate marketing og er eksperter i e-mail markedsføring. Deres online marketing-løsninger inkluderer mere specifikt:

- Generel leadgenerering
- udarbejdelse, udsendelse og afrapportering inden for E-mail marketing-kampagner.
- udarbejdelse af online-løsninger, herunder kampagne set-up, hvor deres kampagner er afregnet på klik, bestilling/ordre og/eller % af omsætning.

SmartResponse blev stiftet tilbage i 1999 af Henrik Jung Laursen og Klavs Pedersen som stadig er CEO i dag. På kontoret på Vesterbro sidder de pt ca. 18 ansatte som fordeler sig på 4 afdelinger: Salg (til annoncører, får kampagner ind mv.), en grafisk afdeling hvor de både laver opsætning af bannerannoncer, destinationssider, leadgenererende platforme, nyhedsbreve m.v. Afdelingen Media buying og en udviklings afdeling hvor de udarbejder alle de tekniske løsninger.

I dag har SmartResponse over 1000 kunder på tværs af Norden og Holland og et eksisterende affiliate-netværk på over 1600 partnere. SmartResponse kunder kan deles op i 2 grupper; 1) Publishers dvs. folk/ virksomheder / bureauer mv. med en website, et nyhedsbrev eller en blog som gerne vil tjene penge på den trafik, som de skaber. 2) Annoncører. Alle typer virksomheder som brug for hjælp til at få nye leads eller øget trafik til deres site eller webshop. Blandt deres kunder kan bl.a. nævnes Canal Digital, Volkswagen, Arla, OK Benzin og Forlaget Egmont.

Læs mere om SmartResponse historie her: [Om Os \(smartresponse.dk\)](https://www.smartresponse.dk/om-os)

CASEBESKRIVELSE

SmartResponse oplever at det i dag ikke fungerer optimalt hvis en forbruger ønsker at tilbagekalde et samtykke fx i forbindelse med, at blive kontaktet af diverse virksomheder,



såfremt indgåelsen af en aftale med forbrugeren er sket igennem en annoncør. Årsagen til at det ikke fungerer eller at det simpelthen kan trække i langdrag at få gennemført er, at der ofte kan være fx 3 forskellige parter involveret. a) Dem som forbrugeren har sagt ja til at deltage i en konkurrence hos, b) de virksomheder som man ifølge konkurrencebetingelserne siger ja til at blive kontaktet af og c) dem som står bag denne konstruktion af aftaler som fx SmartResponse. Det som sker i praksis, hvis forbrugeren ønsker at trække sit samtykke tilbage, er at forbrugeren bliver henvist til dem som har oprettet/indhentet samtykket, og disse skal derefter give besked til fx Telia som sidder og ringer ud, og de når ofte ikke at få reageret, før kunden måske bliver ringet op igen.

SmartResponse har derfor i længere tid arbejdet på et nyt projekt som skal gøre forbrugeren tryk ved at give deres samtykke til annoncører, med visheden om at de kan tilbagetrække det når de ønsker, nemt og hurtigt. Det handler om en ny platform som fokuserer på at give forbrugeren sine rettigheder tilbage i form af samtykkeerklæringer. Platformen kommer til at hedde MitSamtykke.dk. Her er det meningen at forbrugeren vil kunne få et samlet overblik over de samtykkeerklæringer vedkommende har givet til diverse virksomheder indenfor telemarketing, til hvem, hvornår - og i hvilken anledning det er givet, og med 1 klik tilbagetrække dem vedkommende ikke længere ønsker skal være gyldige. MitSamtykke er dermed et centralt markedsføringssamtykkeregister, der sikrer registrering og tilbagekaldelse af markedsføringssamtykker i realtid.

SmartResponse har pitchet konceptet over for en række større annoncører, og har modtaget rigtig positiv feedback. Arbejdet består pt i at opbygge platformen, teste og snakke med alle de kommende samarbejdspartnere og række ud til diverse databehandlere. Platformen bliver lanceret som abb. ordning, og vil være gratis for alle forbrugere og små virksomheder, mens de større virksomheder kan tilkøbe adgang for en mdr. abb. pris.

De forventer at have platformen færdigudviklet til august, at påbegynde onboarding af de første annoncører i september og kunne realisere et soft-launch omkring slutningen af året. Projektet skal anses som sin egen start-up enhed i SmartResponse med forventning om, at det bliver til en selvstændig virksomhed i løbet af efteråret.

Da projektet pt passes af 2-3 medarbejdere i SmartResponse, sideløbende med deres øvrige projekter og arbejdsopgaver, kunne det være værdifuldt at få et dedikeret team i 3 måneder, der kan hjælpe platformen godt på vej.

SmartResponse ønsker derfor hjælp fra LEAD THE TALENT til at få finjusteret konceptet og udarbejdet en go-to-market-strategi både overfor forbrugeren og overfor SmartResponses kunder, dvs. dem som normalt skal indhente et samtykke. For at opnå dette skal der foretages en grundig vidensindsamling om de 2 grupper.

Når forløbet er slut, vil SmartResponse gerne stå tilbage med et koncept, der er kommet godt fra land, og en klar plan for det videre arbejde med især kommunikation, marketing og salgsarbejde. Teamets arbejde er afgrænset til, at se på det danske marked og hovedsageligt kunder som beskæftiger sig med telemarketing, mens en del af salgsstrategien også skal målrettes kunder, der beskæftiger sig med e-mailmarkedsføring.

SmartResponse vil gerne tydeliggøre, at de ønsker, at teamet får en så udførende funktion som muligt. De vil langt hellere se nogle konkrete resultater, altså at teamet får iværksat nogle af de initiativer, de på baggrund af deres research mener skal søsættes, end at der ligger en masse

data som efterfølgende er til fortolkning. Så jo mere konkrete og pragmatiske teamet går til opgaven jo bedre.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

0. FASE 0 - Onboarding og tilegnelse af intern viden

- 0.1. Onboarding til virksomheden, deres vision, værdier, ydelser, strategi, organisation, systemer og generelt den branche og det marked, de opererer i.
- 0.2. Onboarding til den nye platform. Viden om samtykkeerklæringer, forbrugerne, målgruppen af kunder inddelt i segmenter og de formodninger/hypoteser SmartResponse har omkring fx deres udfordringer, begrænsninger og potentialer for at blive kunder til platformen mv. Dybdgående introduktion af opgaven og ønsket resultat.
- 0.3. Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.

1. FASE 1: Videns indsamling

1.1. Forbrugeranalyse

- 1.1.1. Fastlæg undersøgelsesdesign for vidensindsamling (fx fokusgruppe, interviews, observation af interaktion med brugerflade el.lign.) SmartResponse vil have fundet frem til nogle kilder/interviewpersoner I kan skabe kontakt til.
- 1.1.2. Kig evt. på tidligere tilbagetrækninger fra forbrugerne ud fra de data som forelægger: hvem er de forbrugere som har ønsket at tilbagetrække et samtykke, er der nogle paralleller i form af fx demografiske forhold? Er der segmenter eller fx bestemte aldersgrupper som slet ikke er repræsenteret blandt dem som tilbagetrækker? Hvad kendetegner dem som gør?
- 1.1.3. Foretag kvalitative undersøgelser af potentielle brugere (forbrugere) og undersøg deres parathed, behov og pains. Hvad ønsker de indgår i løsningen? Hvordan skal deres brugerrejse være? Hvad gør de i dag når de ønsker at opsige et samtykke? Hvilke frustrationer oplever de? Hvilken værdi vil MitSamtykkes platform give ift. den måde platformen er udformet? Hvordan kan platformen forbedres? Hvad skal der til for at de vil benytte platformen, hvilke forhindringer vil der være? Hvordan/hvor skal de gøres opmærksomme på platformen? Er der segmenter af forbrugere som vil være mere tilbøjelige til at bruge platformen end andre?

1.2. Markedsanalyse

- 1.2.1. Undersøg hvilke andre lign. løsninger der evt. er på markedet (Danmark /internationalt). Hvis der er andre løsninger eller er andre på vej, hvad er deres market reach, hvilke fordele / gode løsninger har de? Jeppe vil bl.a. kunne fortælle mere om fx Dansk Erhverv som kommer med en ny e-mærkning indenfor databehandling.
- 1.2.2. Hvilke nye tiltag eller drøftelser er der evt. på politisk plan som vil kunne få indflydelse på platformens virke?

1.3. Kundeanalyse

- 1.3.1. Umiddelbart er der 4 store kundegrupper: private virksomheder som indsamler mange samtykker, private som indsamler få samtykker, Interesse- og faglige organisationer som fx Dansk Industri, samt NGO'er. Segmentere de forskellige potentielle kunder yderligere.



- 1.3.2. Hvem er de, hvilken type samtykke indhenter de, i hvilke sammenhænge og hvordan håndterer de opsigelse af samtykke? Hvilke udfordringer kan de sidde med internt i virksomheden i forhold til samtykke, (pains & gains)? Hvilke evt. politiske, juridiske, tekniske udfordringer og fordele ser de i forhold til MitSamtykke.dk og brugen af denne? Hvilke barrierer vil der være for dem i brugen af den?

1.4. Opsamling af indsigter

- 1.4.1. Ud fra indsigterne inddel såvel forbrugere som kunderne i mindre segmenter.
- 1.4.2. Hvor stort er hvert marked? Synliggør fordele / ulemper ved de forskellige segmenter.
- 1.4.3. Identificere hvilke segmenter som er mere oplagte end andre for MitSamtykke at fokusere deres markedsføring imod, og hvorfor.

2. FASE 2: Go-to-market-strategi

Hvilke ændringer bør foretages for at positionere sig på den rette måde til såvel forbruger som kunder? Herunder forhold jer til:

- 2.1. MitSamtykkes USP
- 2.2. Værditilbud (hvor kan MitSamtykke.dk skabe størst værdi, hvilke prioriteringer skal foretages fx i forhold til målgruppen?)
- 2.3. Prisfastsætning/prismodel
- 2.4. Services og funktioner (Hvad kan skæres fra og hvad bør tilføjes?)
- 2.5. Udkast/bud på etablerings-/produktionsomkostninger for konceptet i en færdig udgave samt forecast på prissætning og indtjeningsmuligheder for konceptet.
- 2.6. Indsatser og omkostninger for at opnå de ønskede markedsandele? Fx ift. organisering, markedsføring, salg etc.
- 2.7. Hvilket marketingstryk bør ligge i forbindelse med lancering?

3. FASE 3: Salgsstrategi

- 3.1. Ud fra indsigterne skabt i fase 1 og 2 skal der udarbejdes en langsigtet salgsstrategi som svarer på hvordan MitSamtykke.dk rammer andre typer af virksomheder, der arbejder med samtykker, end dem som SmartResponse normalt indgår samarbejder med. Se på eksisterende viden og strategi fra SmartResponse.

4. FASE 4: Marketing- og kommunikationsstrategi

- 4.1. Hvordan får MitSamtykke.dk udbredt kendskabet bedst muligt til Mitsamtykke.dk hos både forbrugere og virksomheder. Udarbejd en digital marketingsstrategi for MitSamtykke.dk.
- 4.2. Udarbejd en konkret salg- og marketingplan, herunder kom fx ind på:
 - 4.2.1. Hvordan bør marketingmixet se ud – både ift. valg af kommunikationskanaler og ideer til nye marketingsprodukter?
 - 4.2.2. Gennem hvilke kanaler skal MitSamtykke sælge deres produkt?
 - 4.2.3. Hvilke platforme skal MitSamtykke markedsføre sig selv igennem? Hvorfor disse?
 - 4.2.4. Evt. lav et årshjul for marketingsindsatser på forskellige platforme og PR.
 - 4.2.5. Påbegynd fx konkret opsætning til SoMe for virksomheden (Linkedin, Facebook)
- 4.3. Udform kommunikationsmateriale:
 - 4.3.1. Kom med bud på forskellige kampagner og budskaber.

4.3.2. Påbegynd gerne udvikling af kommunikationsmateriale og content ved at interviewe diverse politikere, lave research til artikler mv.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne ende op med:

- Indsigt i målgruppen i form af såvel forbrugerne og de potentielle kunder og deres behov (pains & gains) gennem kvalitative undersøgelser, som kan bruges både til at forbedre platformen og til at udarbejde relevant markedsføringsmateriale.
- En go-to-market-strategi som kan danne grundlag for hvordan lanceringen af platformen og markedsføringen heraf skal foregå.

Saml gerne jeres indsigter og anbefalinger til ændringer, valg og fravalg og jeres bud på hvilken strategi I forslår MitSamtykke.dk skal følge i et oplæg til Jeppe og Klaus. Helt overordnet ser SmartResponse gerne at teamet gør "teori til praksis". De har derfor ikke ønske om udarbejdelse af en lang rapport, men vil hellere høre om resultater af henvendelser til målgruppen og få overlevering løbende, så de hurtigst muligt kan implementeret evt. ændringer.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Nøgleord og udd. Retninger

- HA JUR
- Marketing / kommunikation / SoMe / content / markedsføringsstrategi
- Dybdegående brugerundersøgelser / kulturel forståelse / kvalitative og kvantitative undersøgelsesmetoder (fx Antropolog)
- Ledelse og organisationsudvikling / økonomisk forståelse / salg / forretningsudvikling / kommerciel forståelse / kan udarbejde forretningsmodeller (fx Cand. Merc.).
- Digitalisering / web / IT / brugerrejse / gerne kendskab til udvikling i fx WordPress (fx UX'er)

TALENTPROFIL

Hovedparten af teamet til denne opgave skal være opsøgende, udadvendte, kommunikative og ikke være bange for at gribe knoglen for at ringe til nogle virksomheder eller politikere, mens andre på teamet godt kan være mere indadvendte og gode analytikere.

Det er vigtigt at alle har en høj grad af selvstændighed, tør at tage initiativ, tage teten på opgaver og skabe undring om det man står overfor.

Der er brug for meget forskellige profiler til denne case, men hvis et eller flere af disse udsagn passe på dig, vil denne case måske være relevant:

- Du har en lille lobbyist i maven som du drømmer om at møde verden med.
- Du er energisk, struktureret, resultat- og produktfokuseret.
- Du har en interesse for samtykke og/eller GPDR, lysten til at lære mere om dette felt og elsker at bruge juridisk argumentation i en samtale.



- Du elsker at forstå de tekniske løsninger bag et digitalt produkt.
- Du tænker på at skabe den gode brugerrejse og skabe forståelse for brugerens behov og udfordringer.
- Du kan bare noget med ord, indhold og formuleringer.
- Du vil gerne være en del af en startupvirksomhed og ønsker at være med A-Z i processen om, at få tilpasset et produkt og få det ud til kunderne og skabe en god forretning omkring det.

Jeppe som er Business Development Director vil være den primære kontaktperson for teamet, men både Klavs Pedersen som er CEO i virksomheden og Projektets udvikler Claus Jyderup. vil også komme til at arbejde tæt med teamet og give både inputs og evaluere på de ting teamet kommer frem til. SmartResponse er i vækst og til MitSamtykke.dk søger de også den person som i praksis kan løbe projektet videre som den bærende drivkraft.

