MER effekt i kommunikationen i en digitaliserad värld

Charlotte Svensson,
Communcation Services

postnord

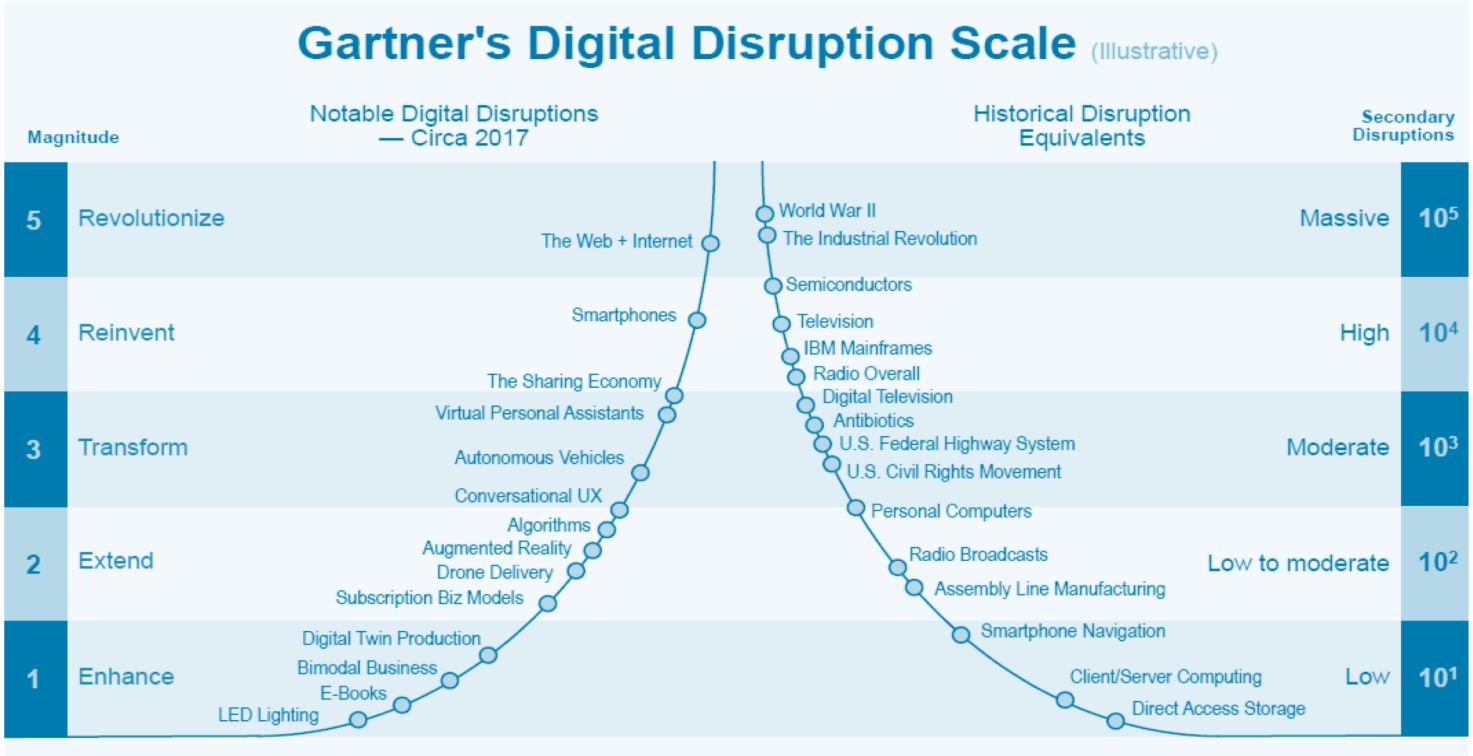
Innovation

postnord

Affärsutveckling
Vinnarna blir de som förstår hur tekniken kan användas som möjliggörare.
Vi måste hantera två utmaningar parallellt:

- Återuppfinna vår nuvarande verksamhet, genom att använda teknik för att förbättra det dagliga arbetet

- Innovera med nya affärer, genom att använda tekniken för att skapa nya produkter och tjänster med mervärde för våra kunder



Källa: Gartner, Willful Disruption and Seven Disruptions You Might Not See Coming, 2017

postnord

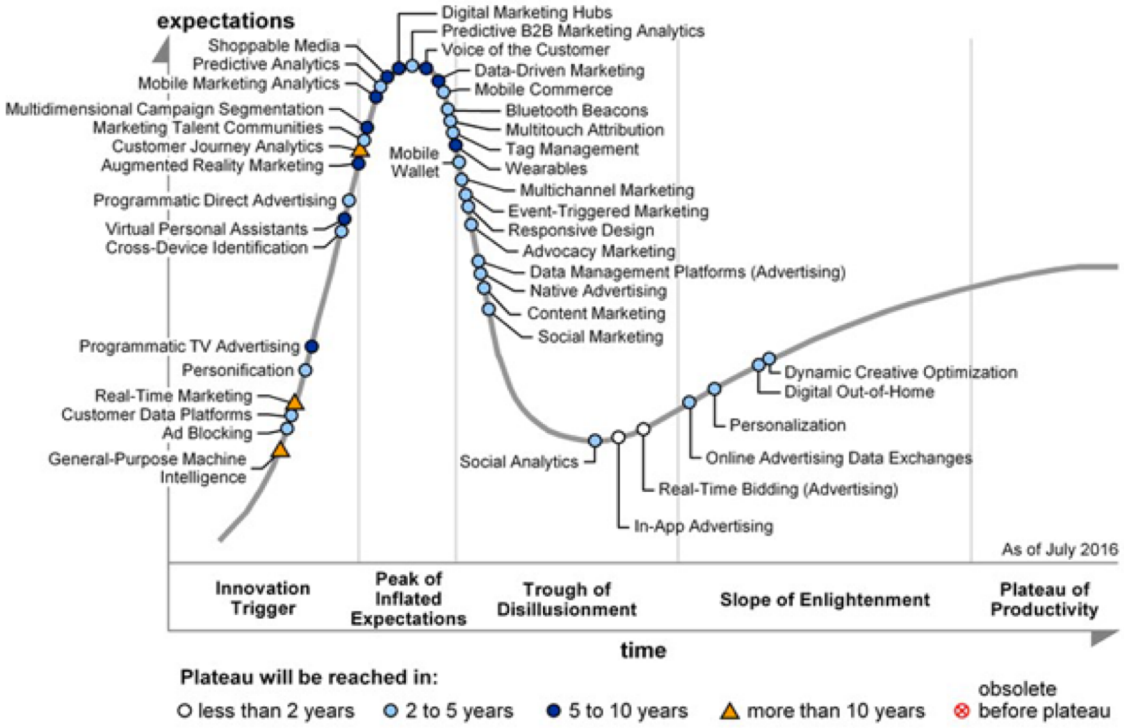
Top 10 Strategic Predictions for 2018 and Beyond

Search	Disruption	Blockchain	Trust	AI
30% Visual and Voice Search Drive Commerce Revenue	**5 of 7** Digital Giants Self-Disrupt	**1 Billion** Cryptocurrency Value Created in Banking	**50%** Consuming More False Information Than True	**Real or Fake?** "Counterfeit Reality"
2021	2020	2020	2022	2020
50% Bot Development Over Mobile App Development	**40%** IT Versatility With People-Centric Roles	**2.3M** Net New Jobs Versus 1.8M Eliminated	**95%** New Products Contain IoT	**Half** IoT Security Spend on Remediation
2021	2021	2020	2020	2022
AI	Talent	AI	IOT	Security

Källa: Gartner's Top Predictions: Pace Yourself for Sanity's Sake, 2017

Hajpkurva för digital marknadsföring och reklam

postnord



Kommunikationsutmaning

postnord

NIVÅ 1

Utsändning

NIVÅ 2

Makro-segmentering

NIVÅ 3

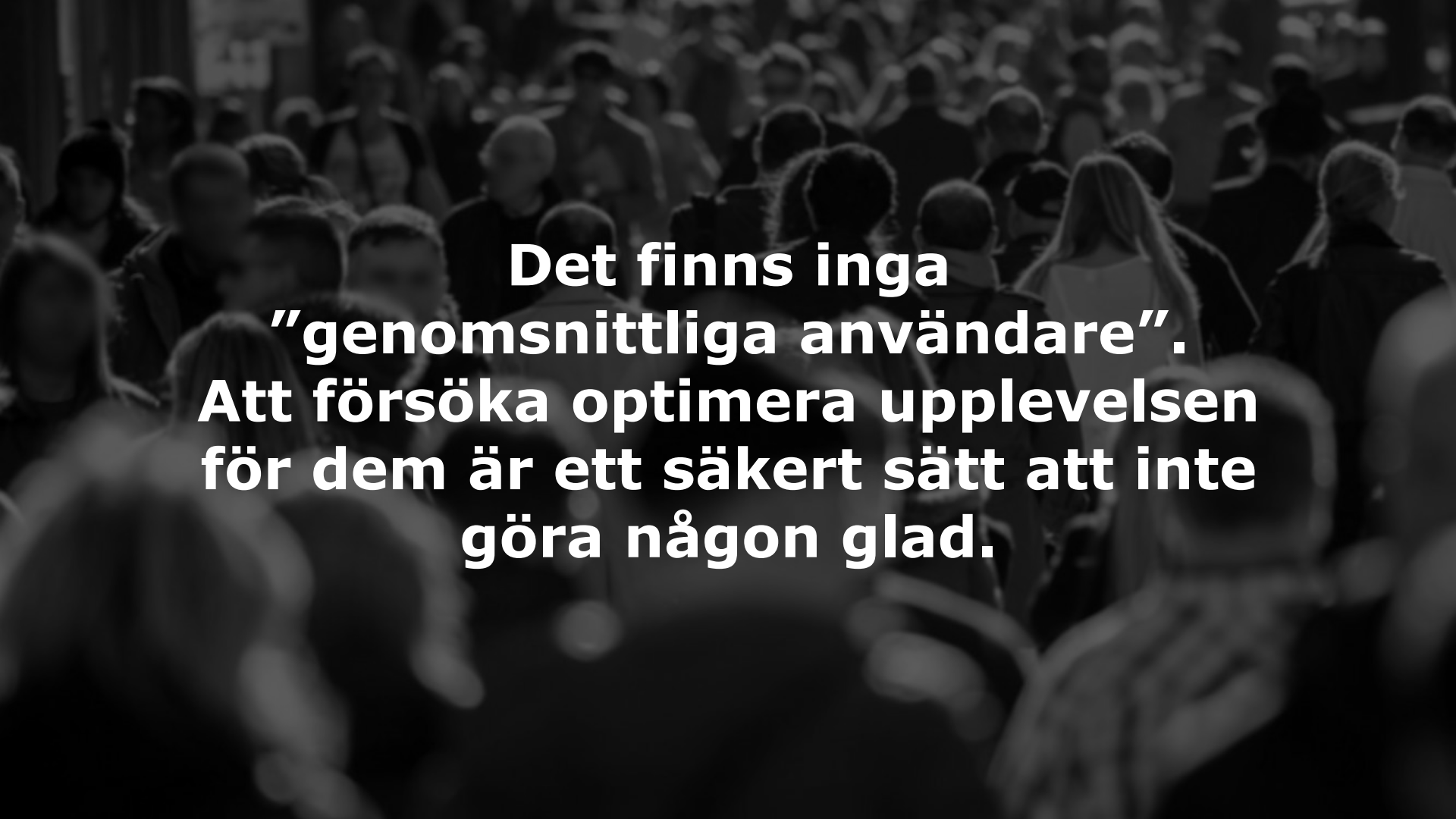
Mikro-segmentering

NIVÅ 4

1-till-1

NIVÅ 5

Dynamisk personifiering

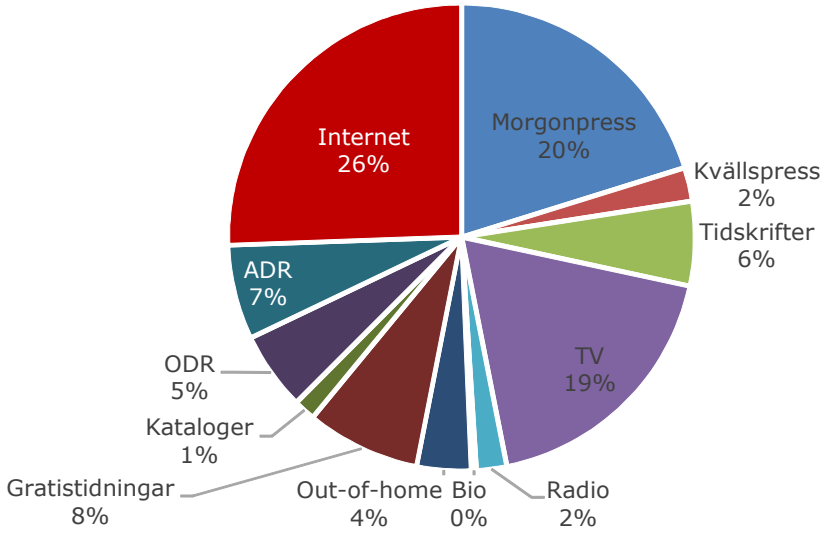


Det finns inga ”genomsnittliga användare”. Att försöka optimera upplevelsen för dem är ett säkert sätt att inte göra någon glad.

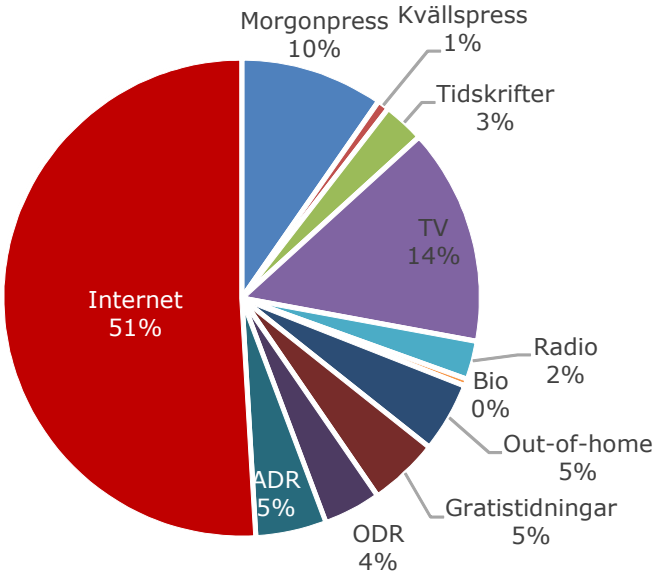
Reklaminvesteringar

postnord

2012: 31 847 MSEK



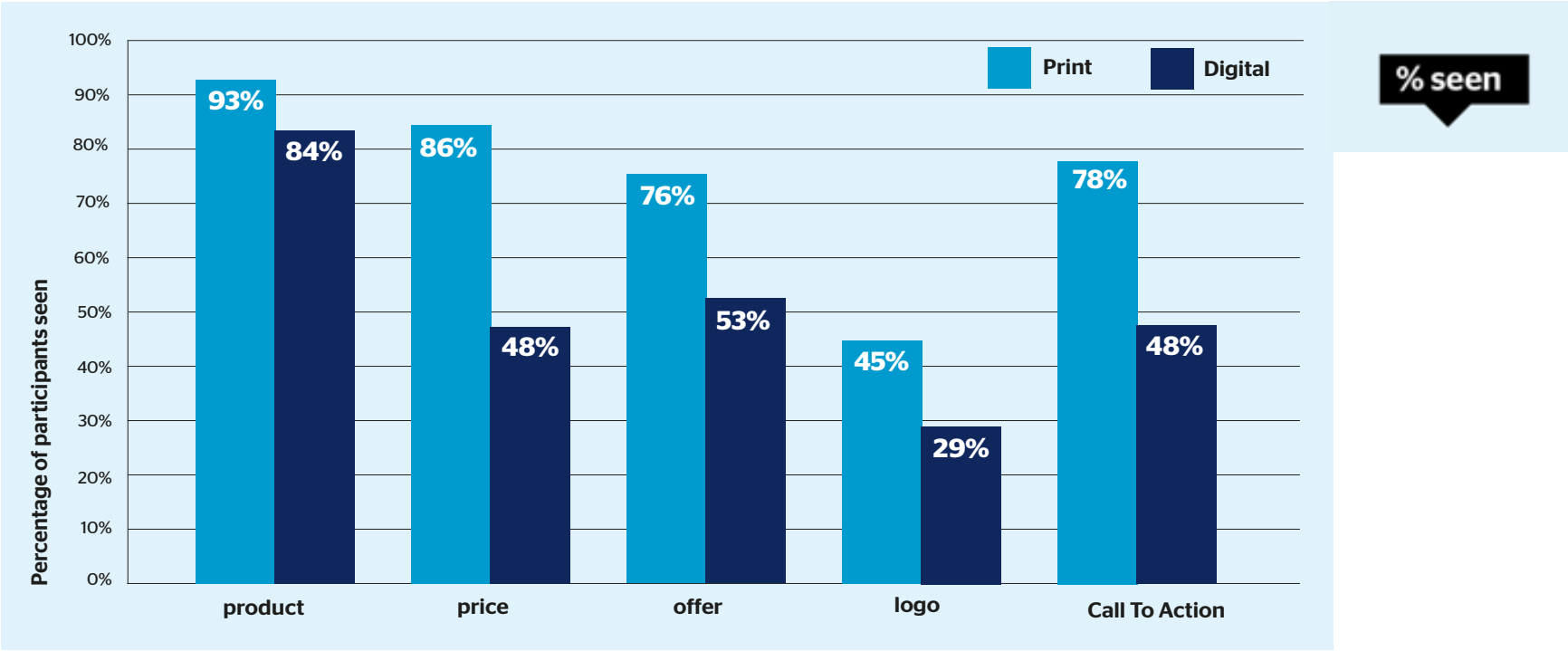
2017: 37 725 MSEK



Källa: IRM, Institutet för reklam-och mediestatistik

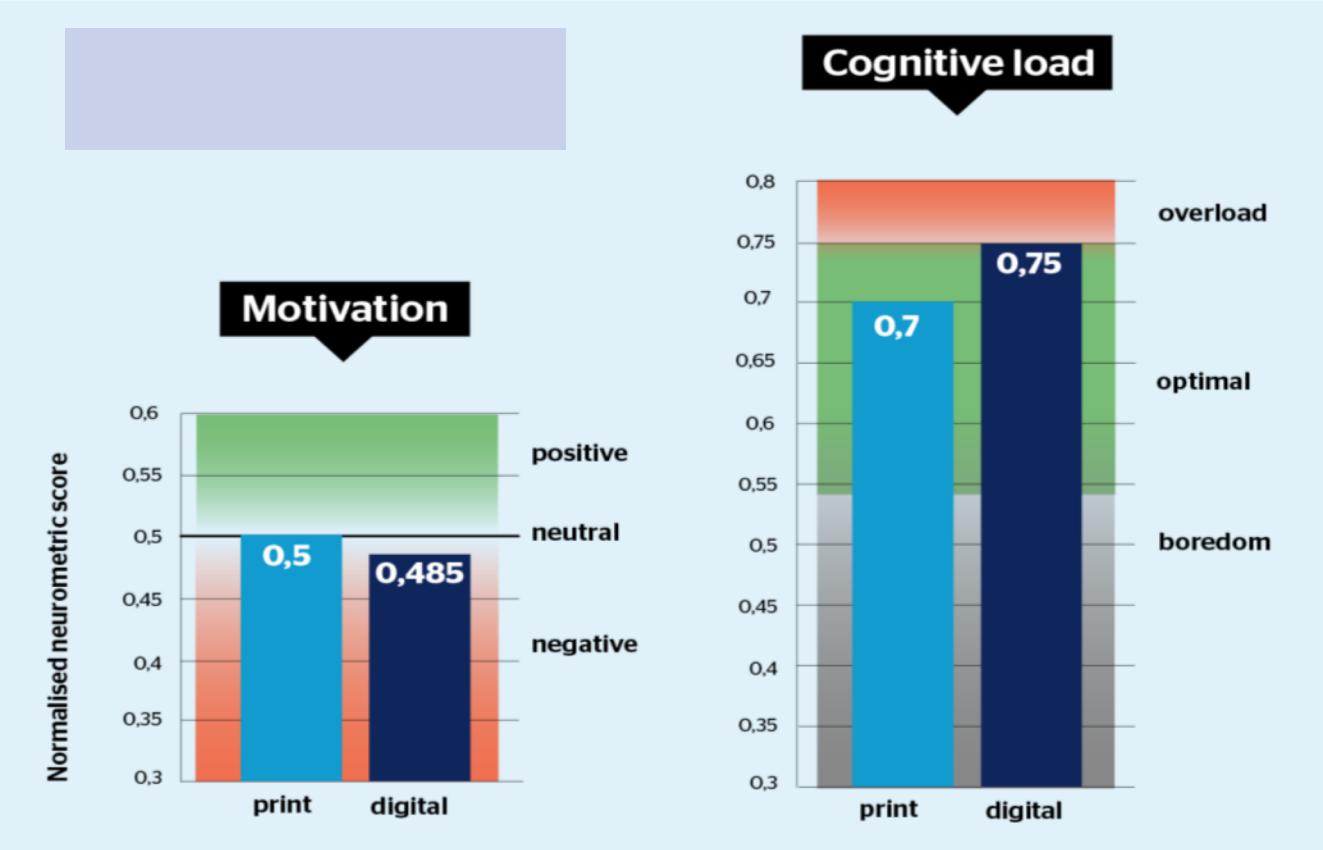
Fysisk reklam ger hög uppmärksamhet

postnord



Fysisk reklam ger högre emotionellt engagemang

postnord



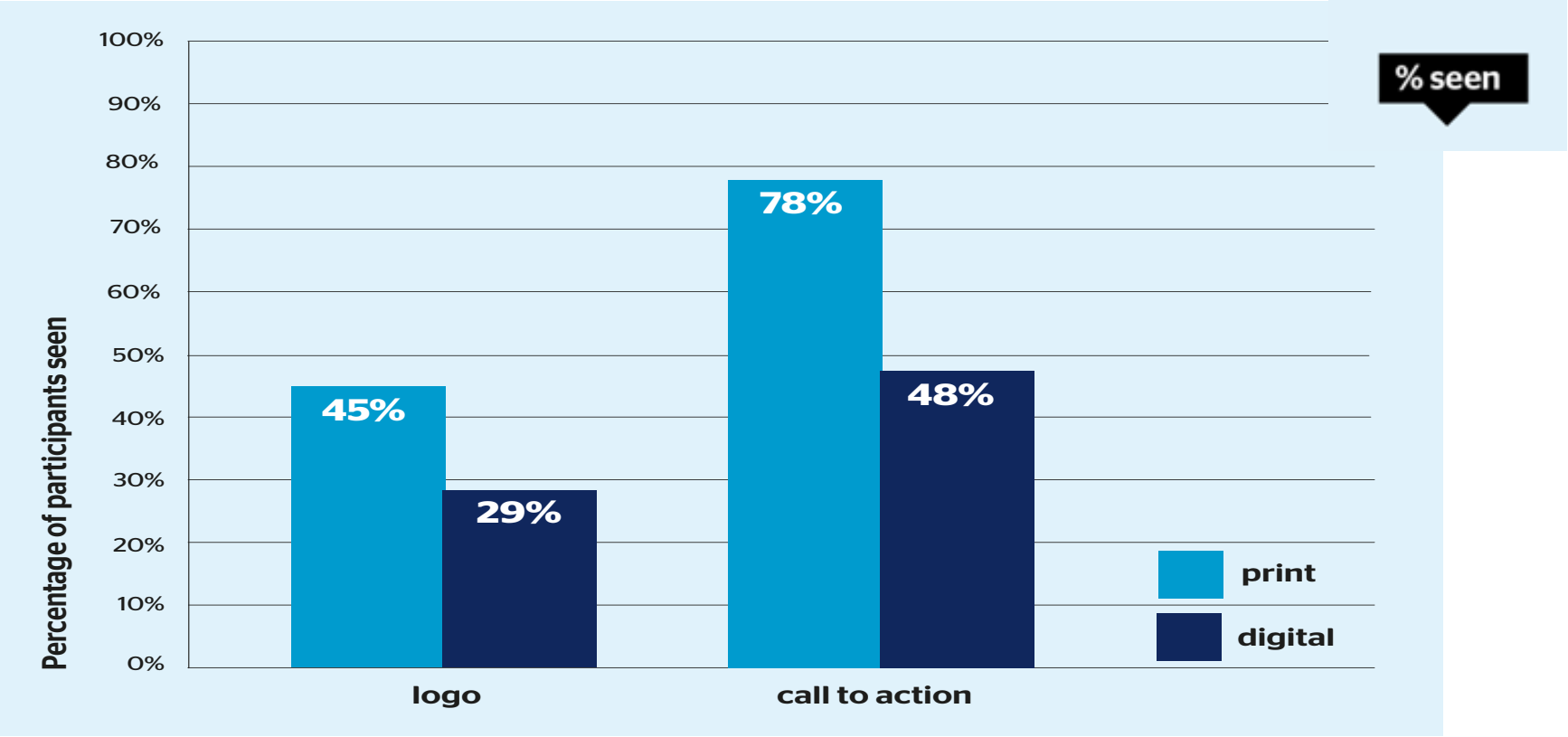
9% skillnad

7% skillnad

** Skillnaden mellan poängen är statistiskt signifikant med 99,99 % säkerhet. Skalan som används är en logaritmisk skala, vilket innebär att en mycket liten observerad skillnad visas som en mycket större skillnad på en vanlig linjär skala.*

Fysisk reklam stärker varumärket & call to action

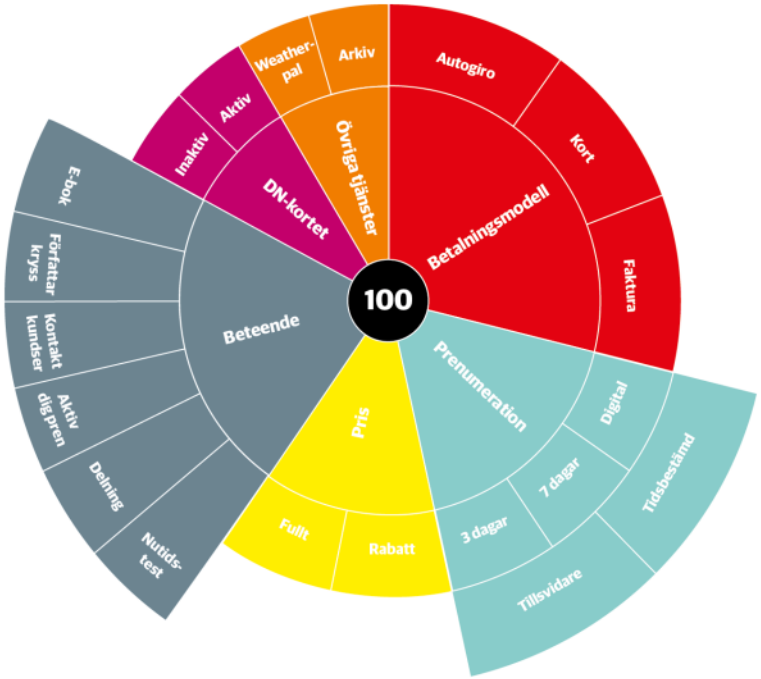
postnord



Vi har inte råd att förlora kunder på grund av dåliga lösningar

Låt kunden visa vad som påverkar deras lojalitet

postnord

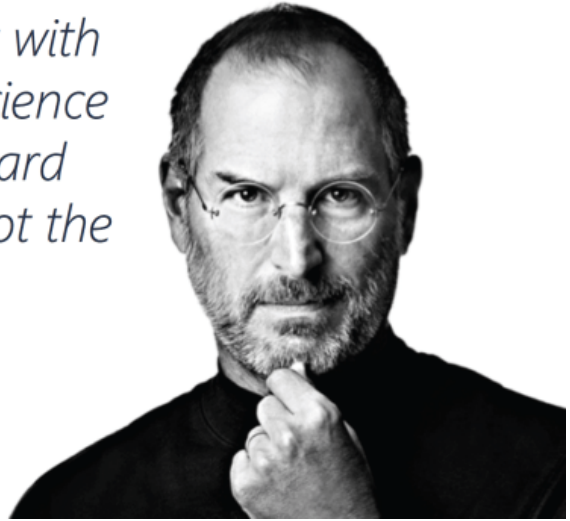


Våga tänka och göra saker annorlunda

postnord

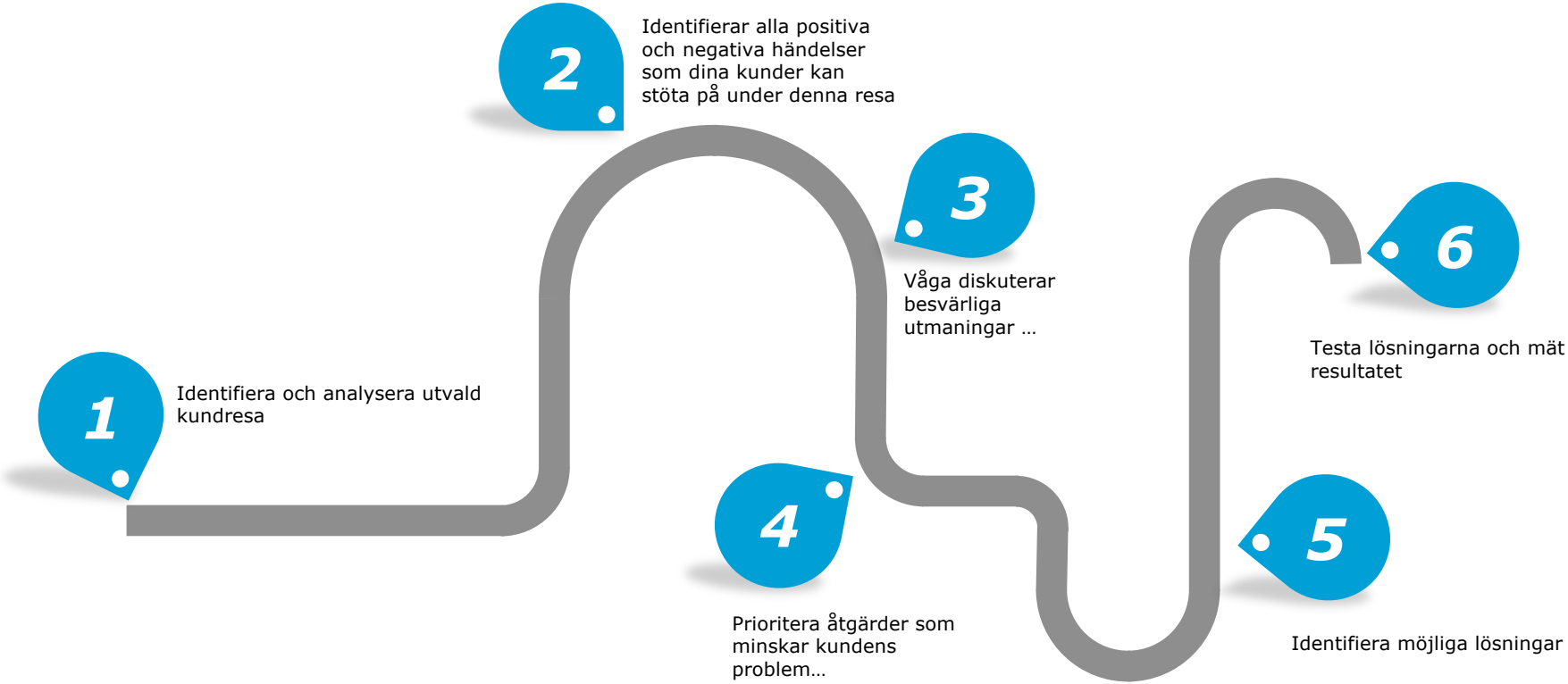
"You've got to start with the customer experience and work back toward the technology – not the other way around"

Steve Jobs



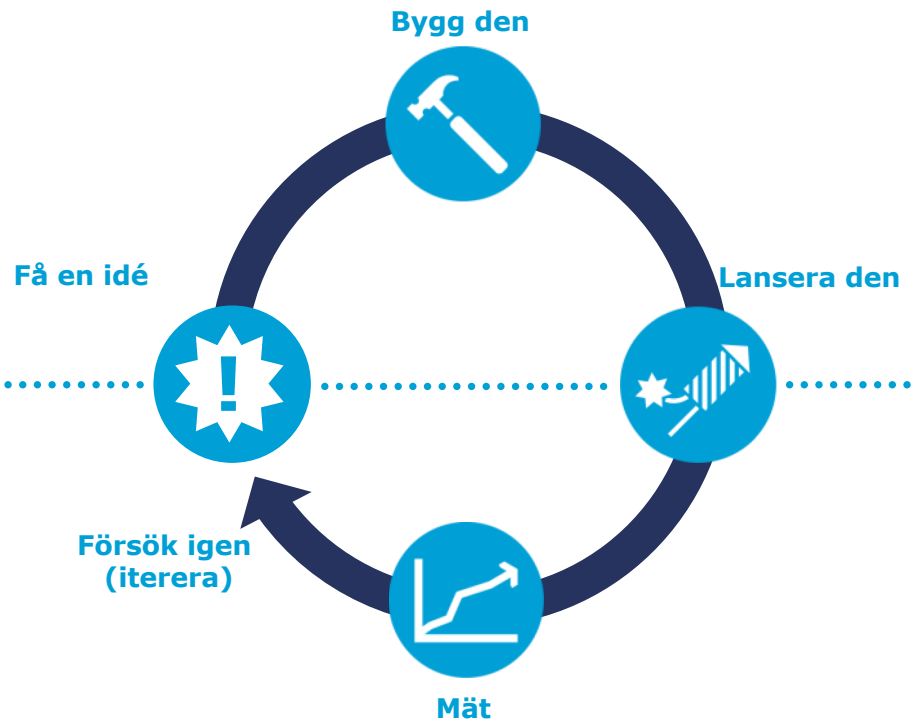
Kundens resa

postnord



postnord

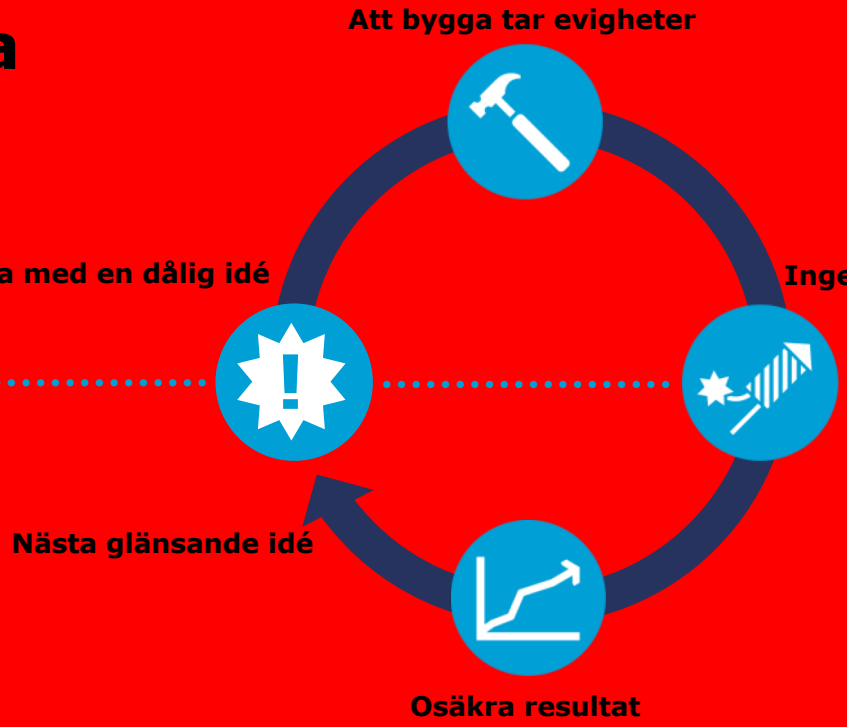
Bygga



Lär

postnord

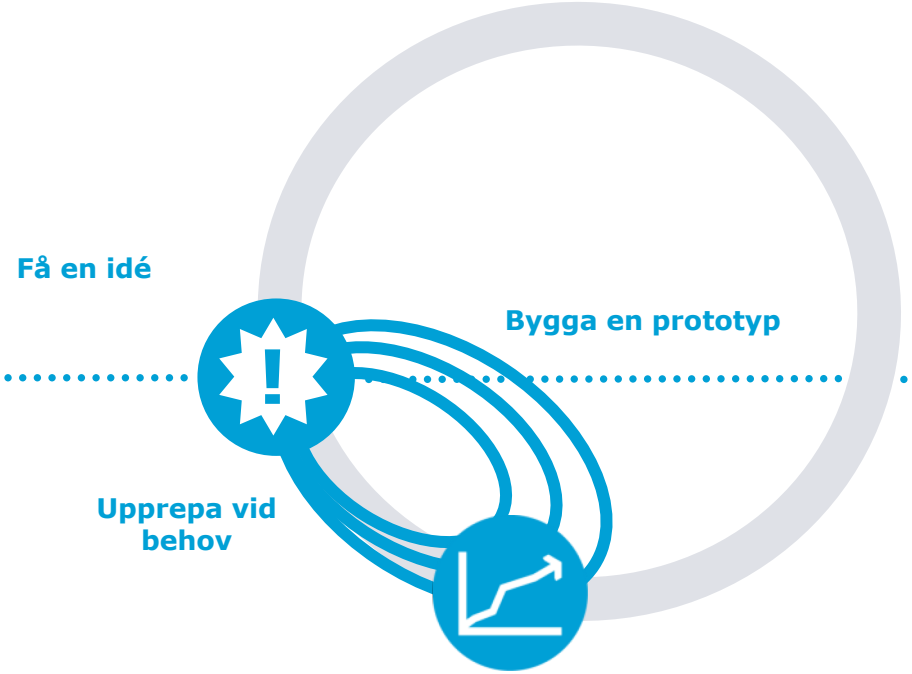
Bygga



Lär

postnord

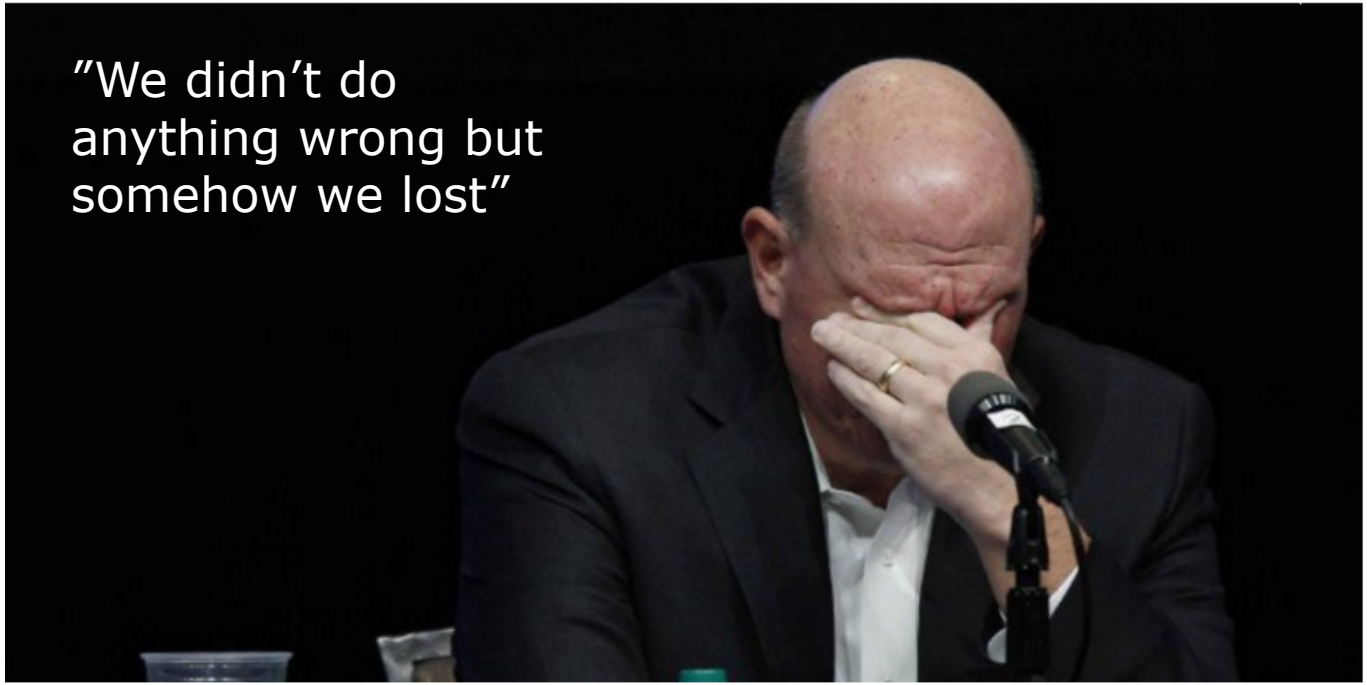
Bygga



Lär

Nokia 2013

postnord



CEO Stephen Elop när han meddelade att Nokias mobiltelefoniverksamhet sålts till Microsoft