

UDTÆNK

2. lektion



6 ugers StartUp Challenge

6. VÆKST

5. FASTHOLD

4. LAUNCH

3. UDVIKL

2. UDTÆNK

1. PLANLÆG



ANDEN ETAPE: UDTÆNK

CREATE

KONCEPTET

1. Forretningsidéen
2. Medlemstilbuddet
3. Opfattet værdi
4. Forbrugsadfærd
5. Abonnementsmodellen
6. Prissætning
7. Navne og psykologi

PLATFORMEN

8. Den tekniske platform
9. Medlemsbetaling
10. Kundeservice
11. Økonomi og nøgletal

EXECUTE

REKRUTTERING

12. Skab tillid
13. Få fat i de rigtige medlemmer
14. Byd velkommen

FASTHOLDELSE

15. Minimer churn
16. Beløn loyalitet
17. Håndter udmeldelser klogt

PROFIT


SKALERING

18. Gear til vækst
19. Sælg mere
20. Bryd landegrænser

HVILKE 2 TING AFGØR, OM EN
PERSON
VIL MELDE SIG IND HOS DIG?

A woman in a dark business suit is shown from the chest up, smiling broadly and looking upwards. Her right arm is raised with her fist clenched in a celebratory gesture. The background is a bright, sunlit office space with blurred windows and other people in the distance. The overall mood is one of success and achievement.

VÆRDI



VÆRDI & TILLID

OPFATTET VÆRDI ≠ PRIS



Den opfattede værdi

Der er mange måder at øge den opfattede værdi på.

Og kundens opfattede værdi behøver ikke at have en sammenhæng med, hvad det koster dig at skabe den værdi for kunden.



Medlemsfordele



Bettina Oksen Bendorf 🌷 føler sig håbeful.

19 timer · 📌 Tilføj emner

Kære Signup marketeers 😊

Jeg er lige startet hos JumpStory (billedetjeneste på abonnement) og jeg vil gerne i gang med at lave en loyalitetstrappe.

Men hvad pokker skal vi tilbyde som fordele efter 3, 6, 9 og 12 mdr?
Nogen gode idéer?.

Medlemsfordele

Loyalitetstrappe:

Optjente fordele, der skaber en større opfattet
merværdi!

Nice to have, som de ikke har nu

Månedligt

Årligt

Pris kun

119,-

PR. MÅNED

- ✓ Ubegrænset brug - også kommercielt
- ✓ Over 10 millioner fotos og illustrationer
- ✓ Undgå bekymringer om copyright
- ✓ Har vi ikke billedet, finder vi det gratis for dig!

Prøv gratis 30 dage

Eksempler:

- Del din adgang med en anden
 - evt i begrænset omfang eller periode
- Få adgang til specielle billeder eller andet eksklusivt materiale
 - noget som nye medlemmer ikke har adgang til
- Udvidet søgemulighed
- Hurtigere adgang til support
- Gratis prøvemedlemskab til en ven/kollega
- Adgang til e-learningmoduler
 - så man lærer at bruge billeder/illustrationer
- Invitationer til specielle events/networking arrangementer
- ...

Husk at kalde niveauerne noget fedt, det højner medlemmernes opfattede værdi.

MULIGE MEDLEMSFORDELE



Der er mange flere måder, hvorpå du kan give værdi til dine medlemmer, end du regner med.

Brug god tid

+

Vær kreativ 😊

MULIGE MEDLEMSFORDELE



Der er mange flere måder, hvorpå du kan give værdi til dine medlemmer, end du regner med.

Brug god tid

+

Vær kreativ 😊

🎓 Opgave: Hvordan kan du give dine medlemmer værdi?
List alle de mulige medlemsfordele, du kan finde på!

START-FORDELE

Giv ikke dine medlemmer alle fordelene fra start!



🎓 Opgave: Hvilke fordele skal dine medlemmer have fra start?

BELØNNING AF LOYALITET

Vis dine medlemmer, at du værdsætter deres loyalitet.

Hvis ikke du kan fastholde dine medlemmer, får du aldrig en succesfuld abo-forretning.



🎓 Opgave: Hvilke ekstra fordele vil du give, for at belønne dine medlemmers loyalitet

LOYALITETS-TRAPPE

Tegn en loyalitetstrappe!

Tag udgangspunkt i:

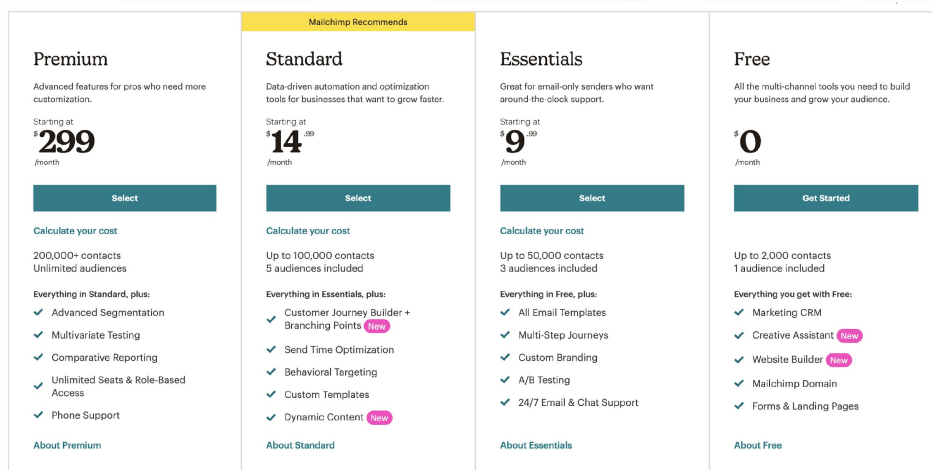
- Hvor mange trin?
- Hvor lang tid mellem hvert trin?
- Hvilke ekstra fordele på hvert trin?



🎓 Opgave: Hvornår skal medlemmerne have hvilke ekstra fordele?

EVT. FLERE MEDLEMSPAKKER

Du kan vælge at tilbyde flere forskellige medlemspakker.



Mailchimp Recommendations			
<h3>Premium</h3> <p>Advanced features for pros who need more customization.</p> <p>Starting at \$299 /month</p> <p>Select</p> <p>Calculate your cost</p> <p>200,000+ contacts Unlimited audiences</p> <p>Everything in Standard, plus:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Advanced Segmentation✓ Multivariate Testing✓ Comparative Reporting✓ Unlimited Seats & Role-Based Access✓ Phone Support <p>About Premium</p>	<h3>Standard</h3> <p>Data-driven automation and optimization tools for businesses that want to grow faster.</p> <p>Starting at \$14 /month</p> <p>Select</p> <p>Calculate your cost</p> <p>Up to 100,000 contacts 5 audiences included</p> <p>Everything in Essentials, plus:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Customer Journey Builder + Branching Points New✓ Send Time Optimization✓ Behavioral Targeting✓ Custom Templates✓ Dynamic Content New <p>About Standard</p>	<h3>Essentials</h3> <p>Great for email-only senders who want around the clock support.</p> <p>Starting at \$9 /month</p> <p>Select</p> <p>Calculate your cost</p> <p>Up to 50,000 contacts 3 audiences included</p> <p>Everything in Free, plus:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ All Email Templates✓ Multi-Step Journeys✓ Custom Branding✓ A/B Testing✓ 24/7 Email & Chat Support <p>About Essentials</p>	<h3>Free</h3> <p>All the multi-channel tools you need to build your business and grow your audience.</p> <p>\$0 /month</p> <p>Get Started</p> <p>Calculate your cost</p> <p>Up to 2,000 contacts 1 audience included</p> <p>Everything you get with Free:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Marketing CRM✓ Creative Assistant New✓ Website Builder New✓ Mailchimp Domain✓ Forms & Landing Pages <p>About Free</p>

🎓 Opgave: Hvor mange medlemspakker vil du have, og hvilke fordele skal der være i hver pakke?

TILKØB TIL MEDLEMSPRIS

Fordele kan også tilbydes som et tilkøb med rabat hvis man er medlem => mersalg

- Meget dyre
- Bruges sjældent



🎓 Opgave: Hvilke fordele skal evt. ikke være i pakkerne men kunne købes med medlemsrabat?

RESUME: SORTERING AF FORDELENE

Opgave 🎓

Medlemsfordelene sorteres i fem forskellige kategorier:

- 1) Dem der skal være fra start i "basic" pakken
- 2) Dem der skal bruges til at belønne medlemsloyalitet
- 3) Dem der skal placeres i evt. andre pakker
- 4) Dem der skal tilbydes som evt. tilkøb udenfor pakkerne
- 5) Dem som vi ikke vil arbejde videre med ❌

PRISSÆTNING

Medlemsprisen skal ikke sættes efter hvad det koster dig, men efter hvilken værdi medlemmerne opfatter / oplever, at de får.

Hurtig traction

=> Indtjening + feedback



🎓 Opgave: Hvad skal medlemskabet koste og hvorfor?

NAVN(E)

Har du én pakke, kan du med fordel give hvert loyalitetsniveau et navn.

Har du flere pakker, kan du give hver pakke et navn.



Navne betyder MEGET for den opfattede værdi!

🎓 Spørgsmål: Hvad skal niveauerne / pakkerne hedde?

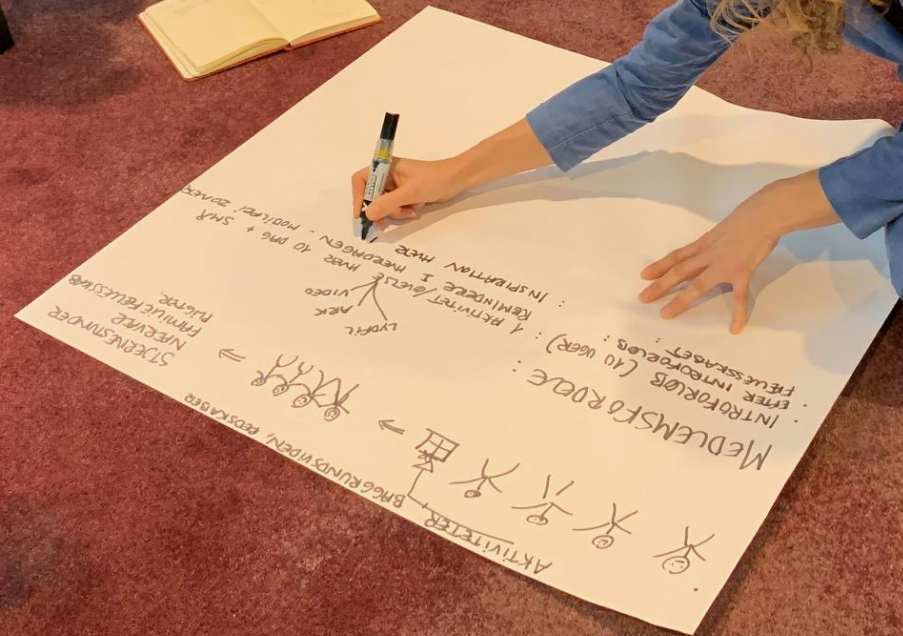
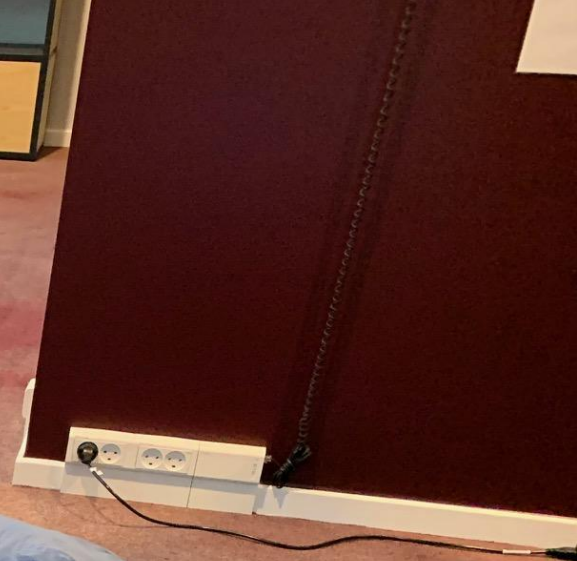
DIN ABONNEMENTSFORRETNING 😊

Nu har du defineret

- Start-fordelene
- Loyalitetsfordelene
- Loyalitetstrappen
- Medlemspakken/ pakke
- Tilkøb til medlemspris
- Prissætningen



🎓 Opgave: TEGN din abonnementsforretning!



Bedst Sammen

MÅLGRUPE: Forældre/børn, Bedstebede/com
 - Kvalitet i analyse spil o.l.
 - med et fastlagt indhold (Dansk/Engelsk)
 Ek. Dinosaurer, Færdigheder, Højtaleri

FORDELE: - viden
 - Gennemlært/Praktisk indhold
 - Medlemmer af "Børn og unge" netværk
 - Adgang til ekspertise
 - Tid
 - 198 kr pr måned medlemmer
 - Ikke medlemmer

APP BLUEPRINT MONTHLY

LEVEL 0: 1st - 2nd

LEVEL 1: 3rd - 4th

LEVEL 2: 5th - 6th

LEVEL 3: 7th - 8th

LEVEL 4: 9th - 10th

GULDKORT

✓ Børn og unge netværk
 ✓ Børn og unge netværk
 ✓ Børn og unge netværk
 ✓ Børn og unge netværk
 ✓ Børn og unge netværk

Scenen er DIN

Tegn og beskriv din forretning og dit abonnementskoncept på fx en flipover, inklusiv

- Fordelene i medlemstilbuddet
- Din loyalitetstrang
- Pris

Derefter abonn...



APP BLUEPRINT MONTHLY

LEVEL ①: 147,- (€ / MONTH)

- MÅNDELIG LIVEPOST MED INSPIRATION & MOTIVATION OMkring APPS & APP UDVI. (40min)
- ~~EX~~ EXCLUSIV NETVÆRK FOR LIGESIND (DM)
- RABAT PÅ ONLINE KURSER

LEVEL ②: 497,- (€ / MONTH)

- LEVEL 1
- 2 DIY KURSER < APP VA
- EVENT/SEMINAR (1+)
- MASTERCLASSES I APP
- PRE-SALE RABAT
- MÅNDELIG Q&A (30min)
- AFFILIATE/AMBASSADØR
- EXCLUSIV VIP NETVÆRK



VÆRKTØJ TIL REFLEKTION



Member Value Planner

LIGGER UNDER "[VÆRKTØJER](#)" I SIGNUP CLUB.

ANBEFALEDE RESSOURCES

- MasterClass kursus lektion 9: Opfattet værdi
- MasterClass kursus lektion 10: Medlemsfordelene
- Master Class kursus lektion 12:
Abonnements-psykologi
- Live Session 18.12.19: Prissætning som det store tema

[20-trins modellen](#)

6 ugers StartUp Challenge



Jeg ønsker dig en fantastisk 2. etape!