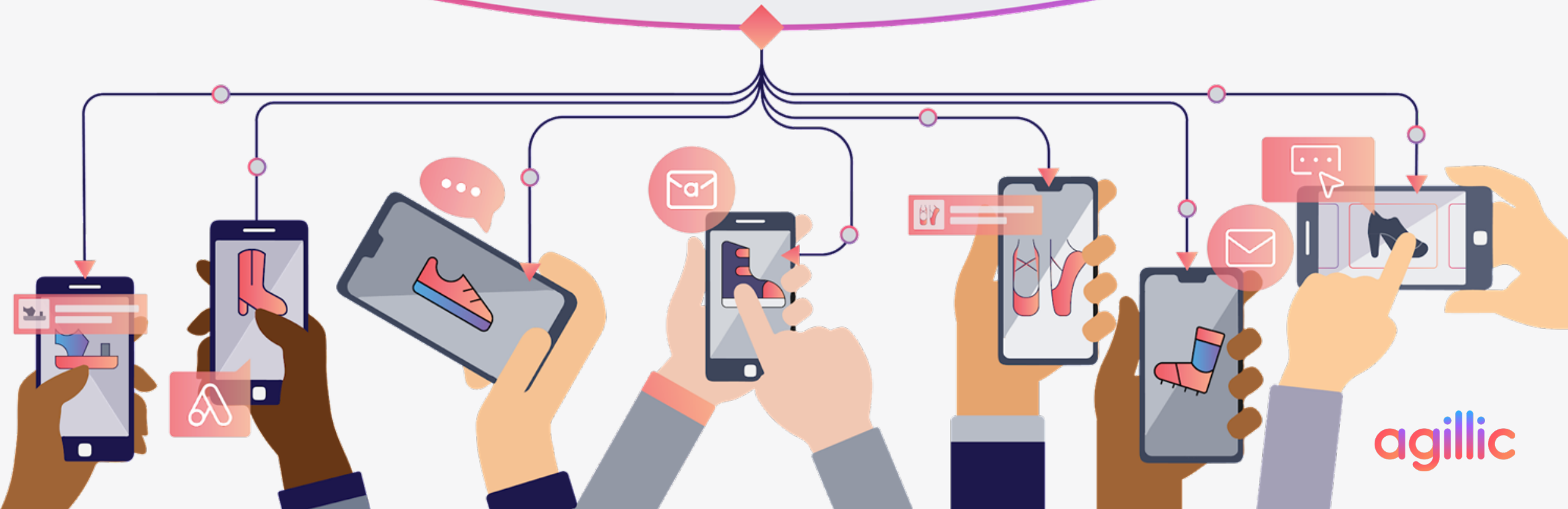


# ‘Personagmentation’ – WTF?

Marketing Automation Day, April 6 2022  
Stockholm



agillic

# Who is speaking?

Rasmus Houlind

Chief Experience Officer at **agillic**

Digital agency background

Author of the books

”Hvis det handler om mig, så køber jeg!” (2015)

”Make it all about me” (2019)

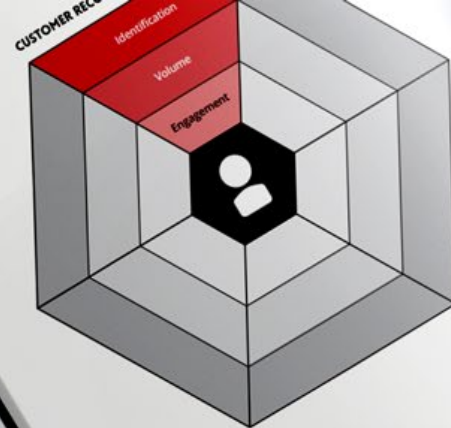


 [linkedin.com/in/houlind](https://www.linkedin.com/in/houlind)

 [rh@agillic.com](mailto:rh@agillic.com)

 +45 53 886 555

**MAKE IT ALL ABOUT ME**  
RASMUS HOULIND  
COLIN SHEARER  
LEVERAGING OMNICHANNEL AND AI FOR MARKETING SUCCESS



MAKE IT ALL ABOUT ME

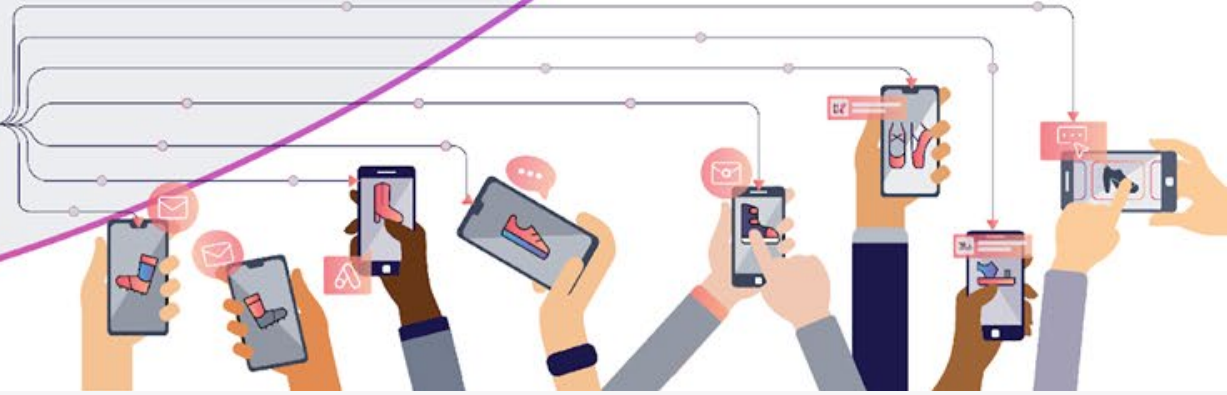
**A FICTIONAL STORY THAT COULD BE TRUE**

**D**ebbie's story, as described above, is fictional – but not unfeasible. Nordstrom, being one of the most technologically advanced department stores in the world, has this small narrative. Apart from this, Nordstrom is investing heavily in other parts of its omnichannel strategy – in terms of advanced supply chain optimization, new store formats requiring less real estate space (Nordstrom Local), turning data analytics into personalization at scale and consistently training its employees in using all this technology to help customers express their style. Nordstrom wants to win by combining the best of the physical and the digital areas of shopping, all with the aim of becoming the best fashion retailer. The title of this book suggests – they're making it all about

at its investor day<sup>2</sup> in July 2018, customer experience (also known as BOPIS, also known as Buy Online Pick Up In Store) is the average

agillic

Personalised  
communication to millions



Personagmentation  
'What is personalization anyway?'

# Agenda

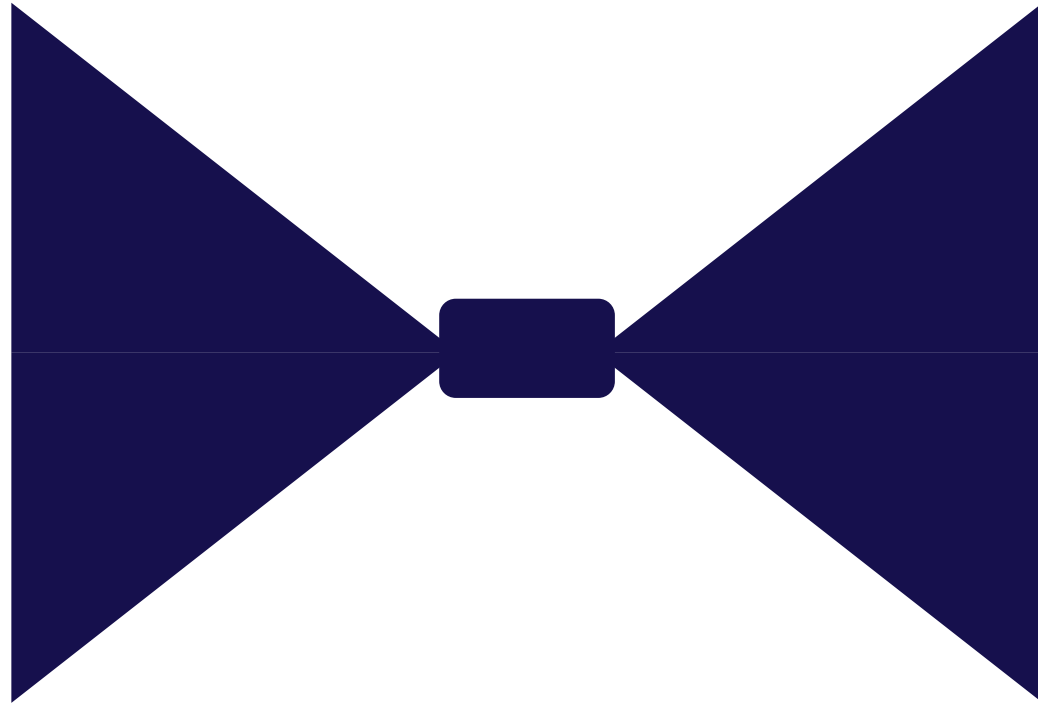
- The distinction between segmentation and personalization
- What this means for your Customer Experience and the results you create
- How you work most efficiently and what it means to your tech stack



Did you ever have to tie a bow tie?

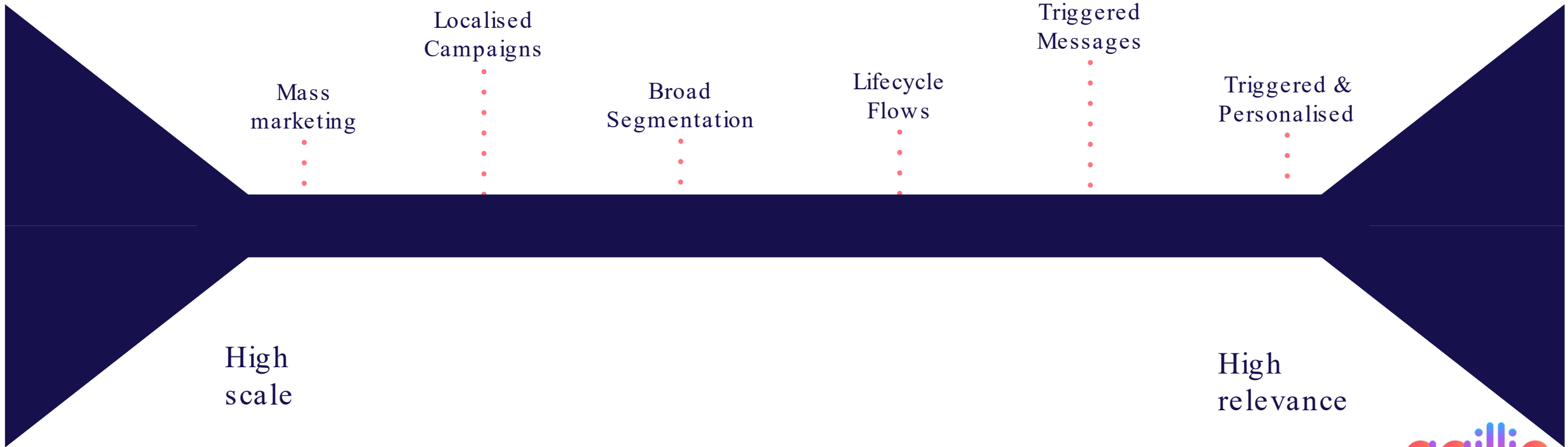


Did you ever have to tie a bow tie?



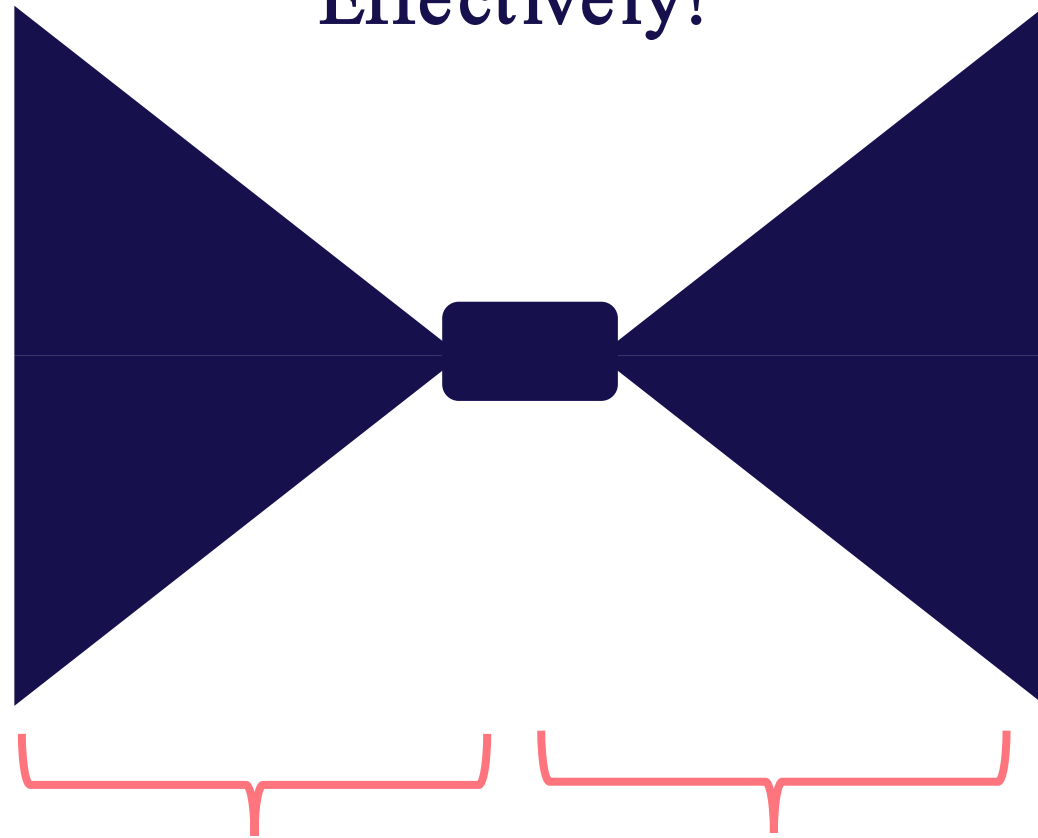
# Being RELEVANT is just as hard!

- How do you balance scale with relevance?



# RELEVANCE requires mixing Personalization and Segmentation

Effectively!



SEGMENTATION

PERSONALISATION



# Segmentation is something you do to your customers!

Personas

Moments  
of truth



# Segmentation can be rather static

The image shows a screenshot of the Cubus website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Cubus logo and menu items: DAM, HERR, BARN, BABY, WOW, MAGASIN, and SHOP INSTAGRAM. To the right of the navigation bar is a search bar with the text 'Sök' and icons for user profile, heart, and shopping bag. Below the navigation bar, there is a promotional banner with several offers: 'CLICK AND COLLECT INOM 3 TIMMAR', 'CUBUS FRIENDS', 'FRI FRAKT & 5% BONUS PÅ ALLA KÖP', '10% RABATT PÅ FÖRSTA KÖP', 'LOGGA IN', and 'REGISTRERA HÄR'. The main content area features a grid of images showing various clothing items, including a woman in a black dress, two men in casual wear, a woman in a pink dress, and two men in a plaid shirt and dark pants. A large green banner on the right side of the grid reads 'alla byxor -25%' with the text 'GÄLLER ORD. PRIS. GÄLLER INTE JEANS.' below it. To the right of the green banner is a circular graphic with three arrows forming a circle, labeled 'Yearly cycle'.

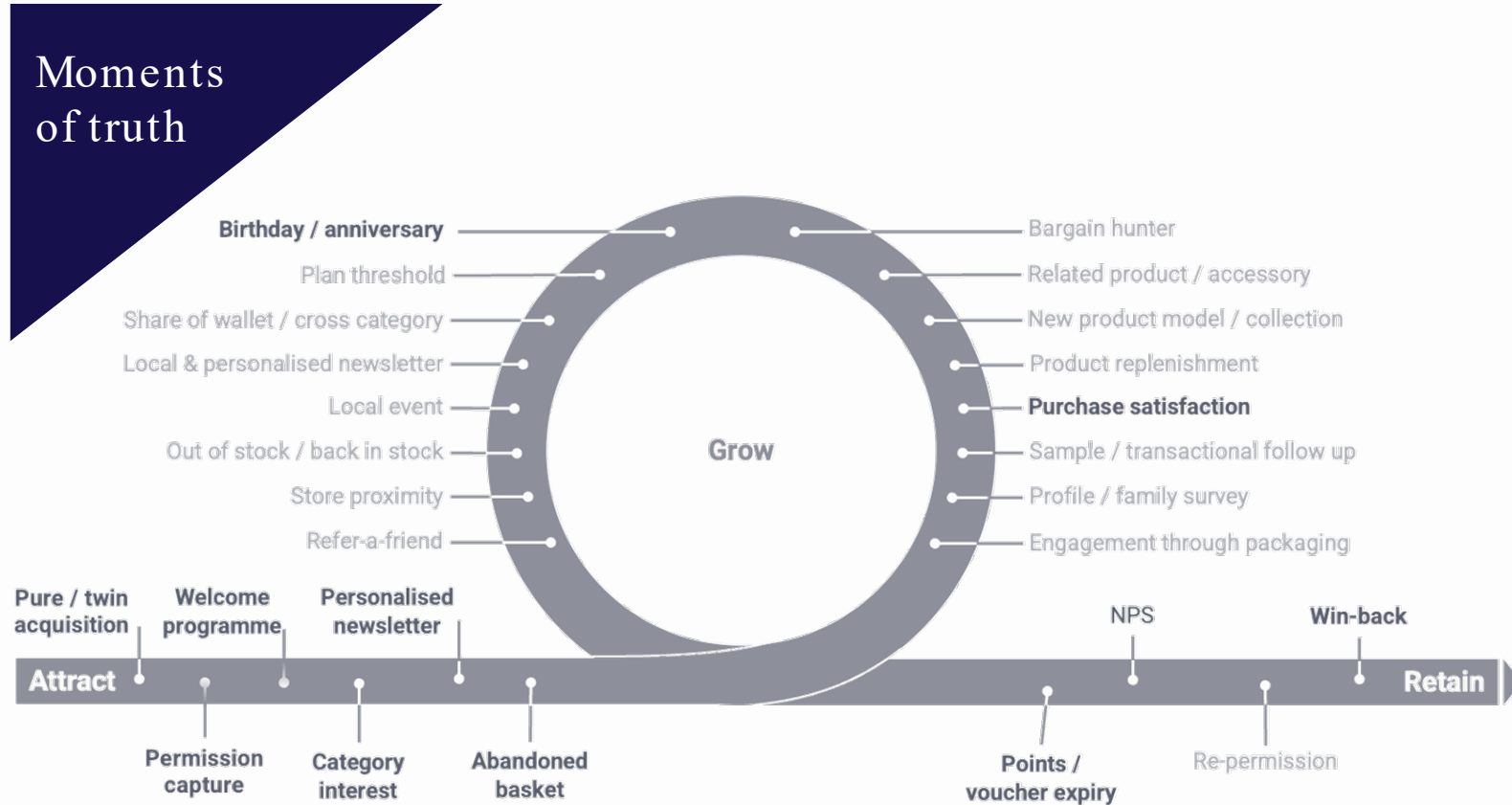
Personas

Who is buying women's clothes? Who also bought children's clothes?

Who is spending a lot with us? Who is not?

Who is only buying online vs instore?

# Or segmentation can be really dynamic!

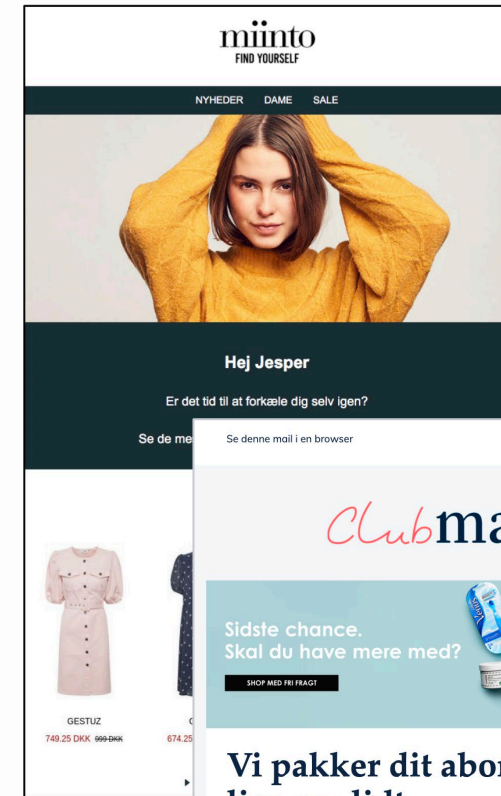


Who just signed up for newsletters?

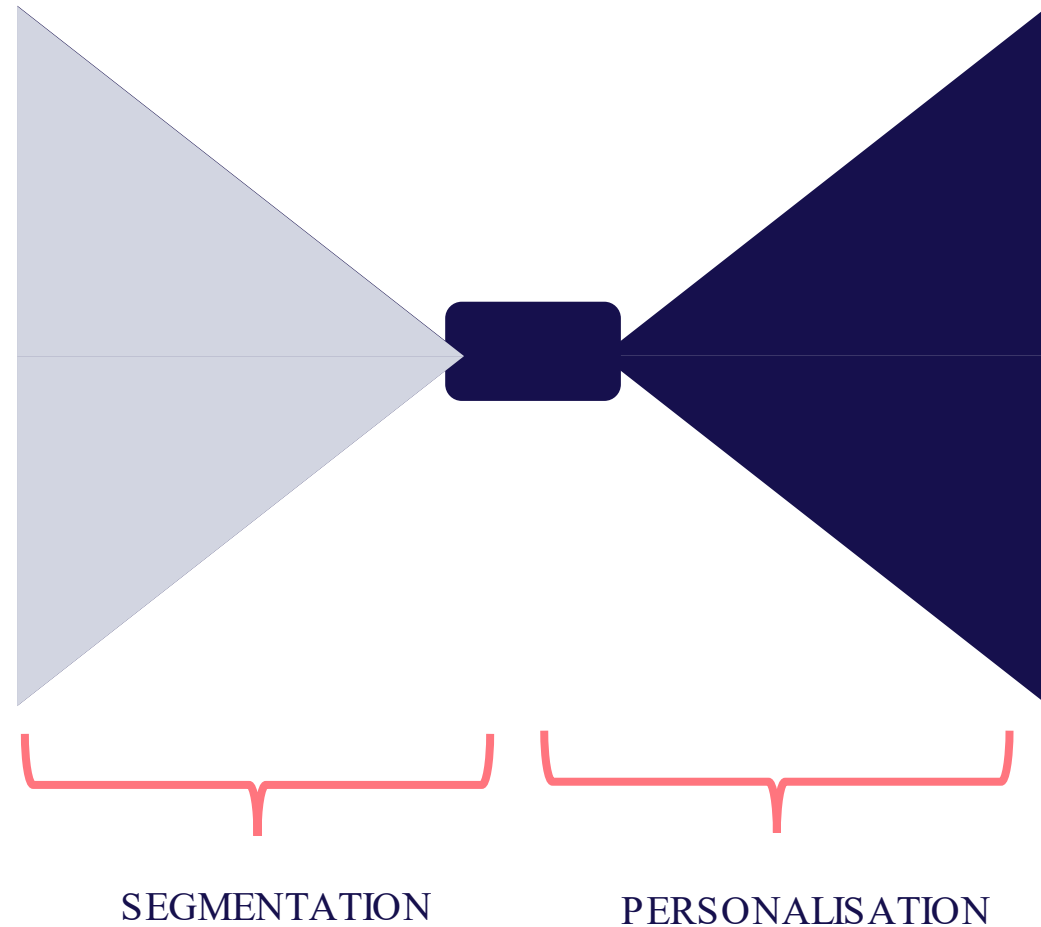
Who just abandoned the shopping cart?

Who has a voucher that is about to expire?

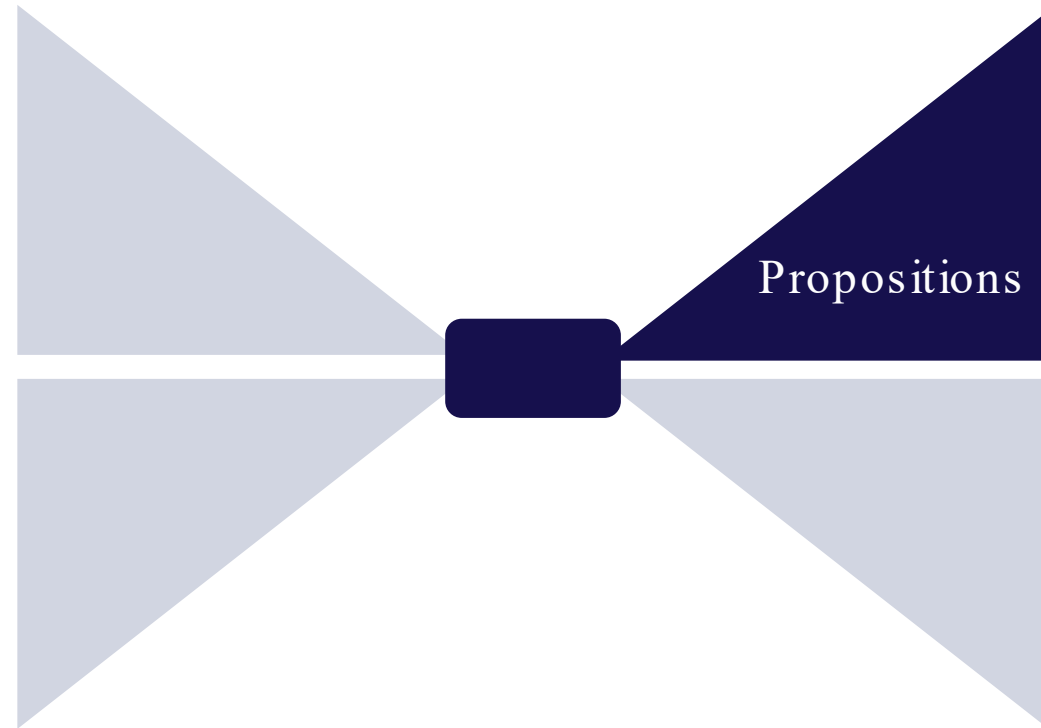
For whom are we packing their monthly delivery?



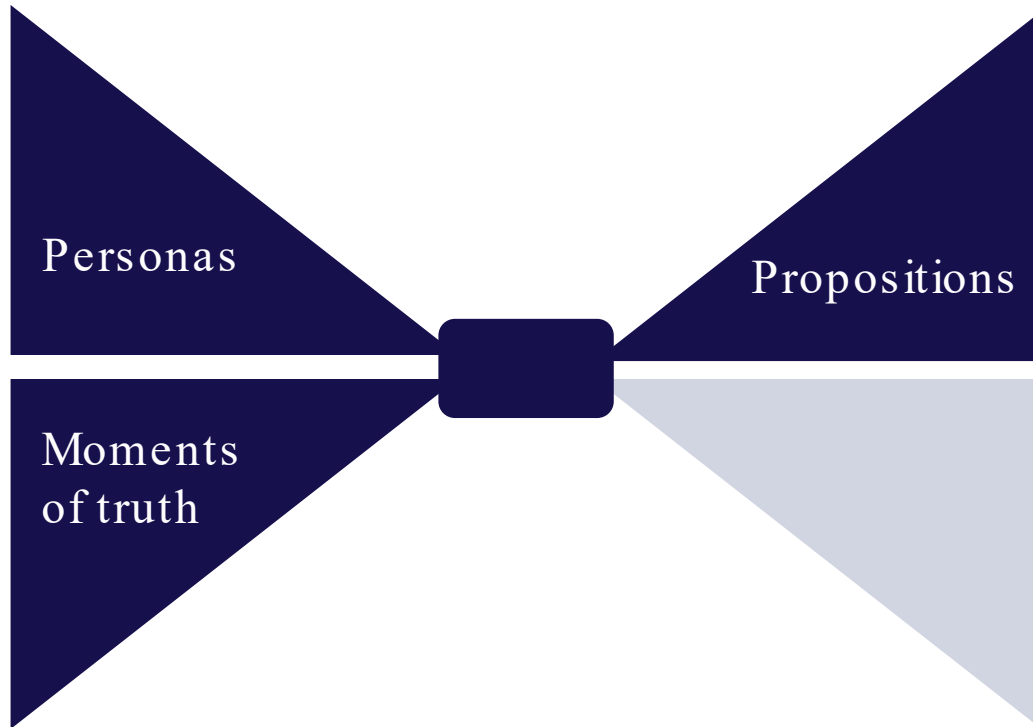
# Personalization is something you do with your content!



# Your propositions need to match the segments



# Your propositions need to match the segments



Depending on the good cause – the **Thank You** will vary

There are many ways of saying the same thing...

And you'll meet your customers in various channels

**Svenska Rödakorset**

Din gåva hjälper människor att få vård och stöd

**Nu kan vi hjälpa fler**

Tack för din gåva den 2020-08-24

Flera hundra miljoner människor saknar tillgång till rent vatten och fungerande sanitetslösningar. Många har begränsad tillgång eller tillgång alls till hälso- och sjukvård på grund av konflikter eller naturkatastrofer.

Tack vare din gåva kan vi hjälpa fler. Vi ser till att det finns latrine fungerande avlopp och möjlighet att tvätta händerna. Vi ser också få det vaccin de behöver. Och vi ger vård. Röda Korset kämpar i människor ska få den vård och det stöd de behöver.

Varma hälsningar  
Röda Korset

**Tack för din gåva till Röda Korset!**

Hej Anna!

Tack för att du har valt att stödja vårt arbete. Vi ser till att din gåva kommer fram och används där den gör störst nytta.

Röda korset finns i 192 länder över hela världen och har som mål att förhindra och lindra mänskligt lidande, oavsett vem det drabbar och hur det uppstår. Vi arbetar förebyggande för att katastrofer inte ska inträffa. Vi finns där om den ändå slår och vi är kvar efteråt för att återuppbygga – långt efter att andra gett sig av och medierna tystnat.

Det är människor som du som gör detta möjligt. Tack vare ditt stöd kan vi ge hopp och rädda liv i Sverige och världen. Tillsammans kämpar vi för att ingen ska lämnas ensam i en katastrof.

Med vänlig hälsning

Martin Åmlöv  
Generalsekreterare  
Svenska Rödakorset

Dina pengar kommer fram

- Internationalt arbete
- Nationellt arbete
- Inområdeskontroller
- Administration

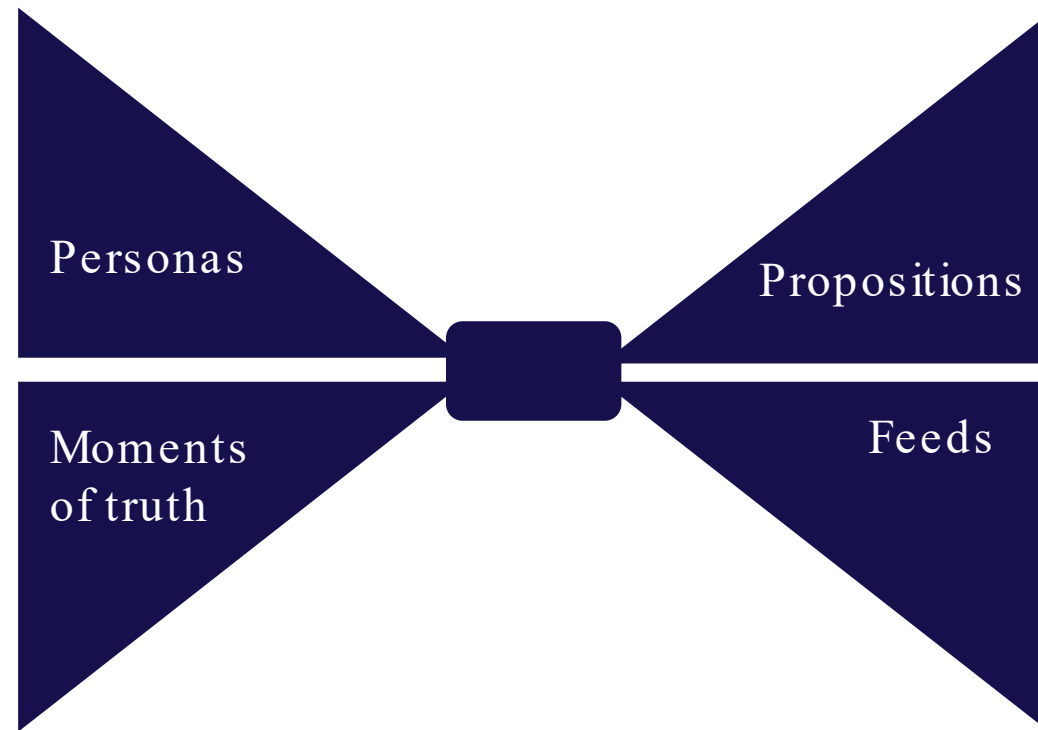
**SVENSK INSÄRLINGS KONTROLL**

Röda Korset granskas av Sveriges Inområdeskontroll. De bekräftar att pengarna används till ändamålet enligt att högst 2% av de pengar som kommer till inområdeskontroll och administration. De senaste fem åren har Röda Korset spenderat 10,5% till inområdeskontroller och medlemskontroller och 3,3% till administration.

www.rodakorset.se, info@redcross.se, tel 0771-19 95 00, besöksadress: Harnögatan 54, postadress: Box 17563, 118 91 Stockholm.



# Your propositions shouldn't stand alone however...



# Remember to always provide inspiration...

**Gratis**

### Webinar om korrekturlæsning

Er du nogle gange usikker på hvad der er sprogligt korrekt når læser korrektur?

29. marts 2022  
16.00 - 17.00  
Online

Læs mere →

**Gratis**

### Styrk din PowerPoint-præsentation

En god PowerPoint-præsentation styrker dit oplæg, støtter dig undervejs og understreger dine vigtigste pointer.

30. marts 2022  
13.00 - 14.00  
Online

Læs mere →

**Gratis**

### Webinar om appositionskommaet

Retskrivning, herunder kommatering, er en uundgåelig disciplin i forhold til at skrive en vellykket tekst.

30. marts 2022  
15.00 - 16.00  
Online

Læs mere →

**Gratis**

### Ledelse i en ny æra - ledelseskompetencer i morgendagens hybride organisation

Morgendagens organisation er hybrid.


31. marts 2022  
08.30 - 10.00  
Online

Læs mere og tilmeld →

Events  
Dansk Magisterforening

### Garderobesnak Mogens Christensen: "For 10-12 år siden opdagede jeg på en ferie i Frankrig, at jeg kunne få fat i det tøj, jeg latent altid havde ledt efter"

63-årige Mogens Christensen ejer specialbutikken Tibberup Høkeren, der ligger i Helsingør. Her fortæller han om sin stil, og hvordan han ved et tilfælde fandt det tøj, han helt ubevidst havde ledt efter.



Læs mere her


### Ung iværksætter sad i et fly, da alting gik i sort: "Mænd med fart på er ofte dårlige til at stoppe op og lytte til kroppen"

Sponsoreret  
Hvis du vil ændre din livsstil, skal du begynde med dine vaner. Det mener iværksætter og coach Mike Radoor, som selv har haft brug for at se sine vaner efter i sømmene for at skabe radikale ændringer i sin stressede tilværelse. Nu har han skrevet bogen "Begynd med vanerne" for at hjælpe andre i samme situation.

Læs mere


Articles  
Egmont Storyhouse

**SPAR 40%**



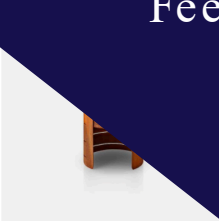
Eva Solo  
**Eva Solo Rise termokande violet blue 1 liter**  
499,95  
**SPAR 200,00 299,95**  
Optjen 15 point (medlem)  
Læg i kurv Reservér i butik

**SPAR 40%**



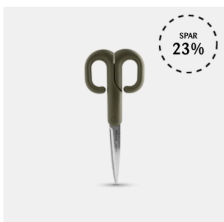
Eva Solo  
**Eva Solo Rise termokande soft beige 1 liter**  
499,95  
**SPAR 200,00 299,95**  
Optjen 15 point (medlem)  
Læg i kurv Reservér i butik

**SPAR 40%**




Eva Solo  
**Eva Solo Firecylinder ildsted 66,5 cm**  
3.299,00  
**SPAR 1.000,00 2.299,00**  
Optjen 115 point (medlem)  
Læg i kurv Reservér i butik

**SPAR 23%**




Eva Solo  
**Eva Solo Green Tool saks 20 cm**  
329,95  
**SPAR 30,00 99,95**  
Optjen 5 point (medlem)

**SPAR 20%**



Eva Solo  
**Eva Solo drikkeflaske violet 0,5 liter**  
249,95  
**SPAR 50,00 199,95**  
Optjen 10 point (medlem)

**SPAR 20%**



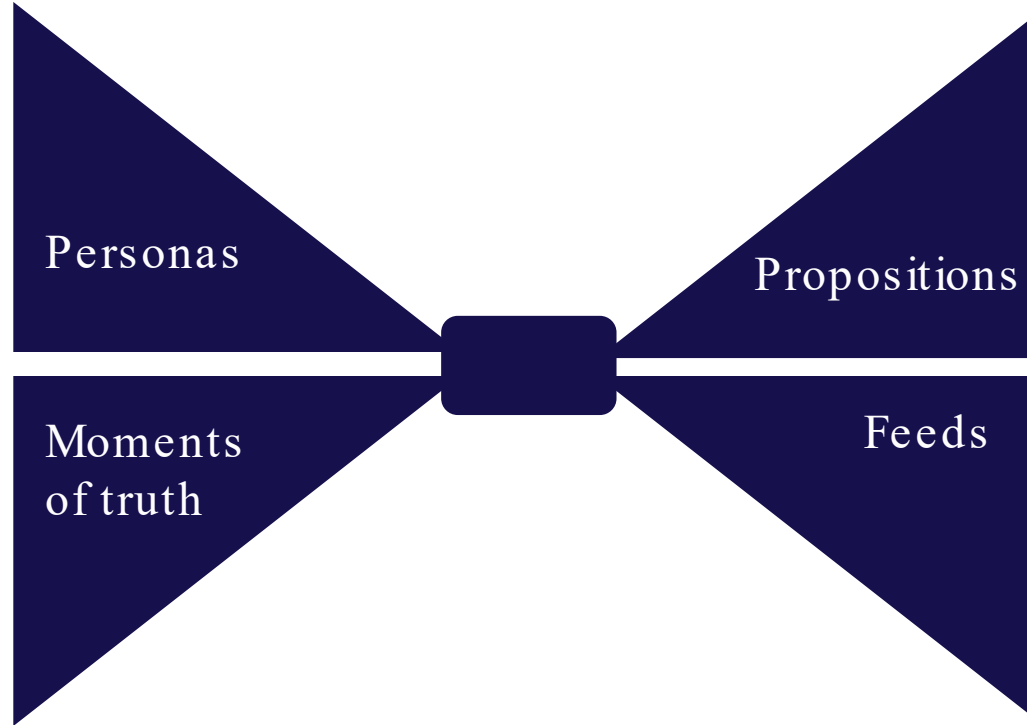
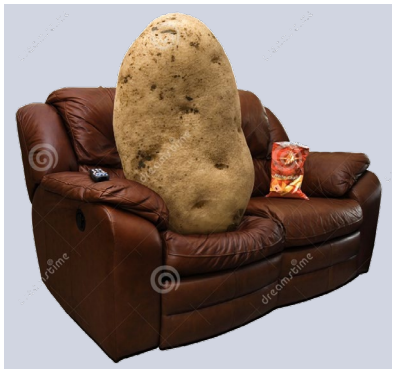
Eva Solo  
**Eva Solo drikkeflaske soft beige 0,5 liter**  
249,95  
**SPAR 50,00 199,95**  
Optjen 10 point (medlem)

Products  
Kop & Kande

Feeds



# Putting it all together



**FITNESS  
WORLD®**

*fresh*  
FITNESS

 PUREGYM

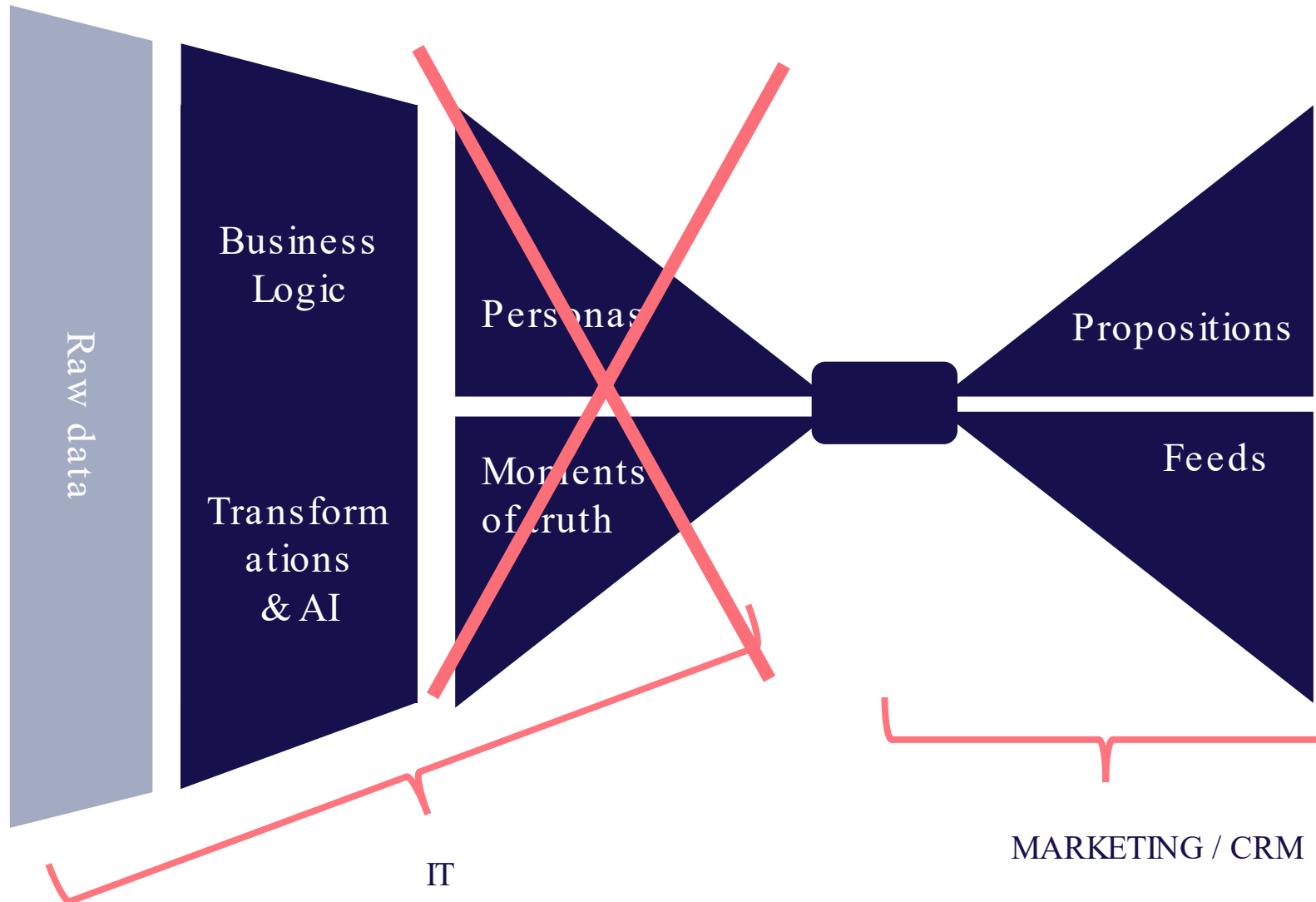
**VIA**  
GYM

  
**#CYBER  
FITNESS**

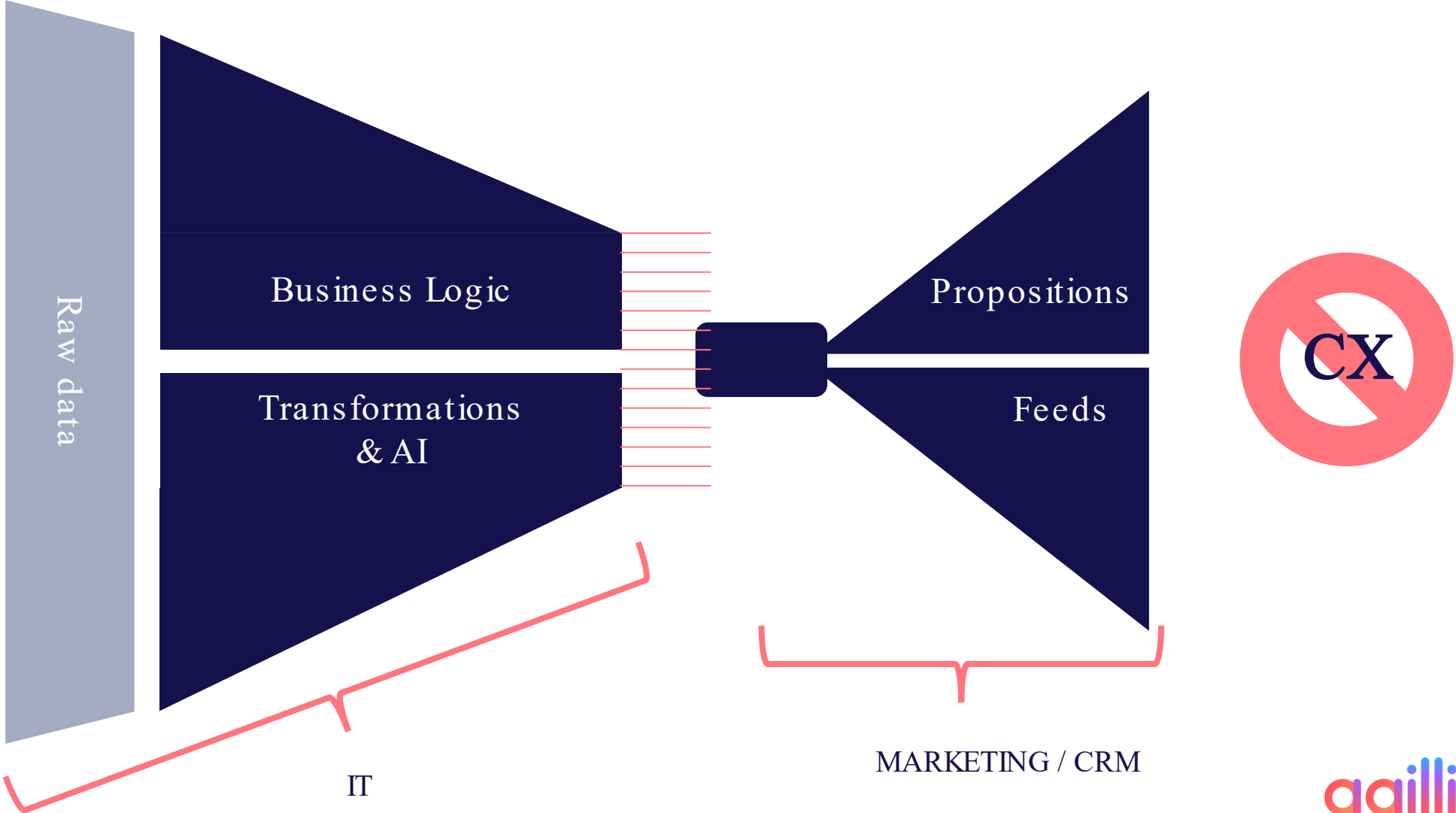
WHAT COULD  
POSSIBLY GO WRONG?

agilic

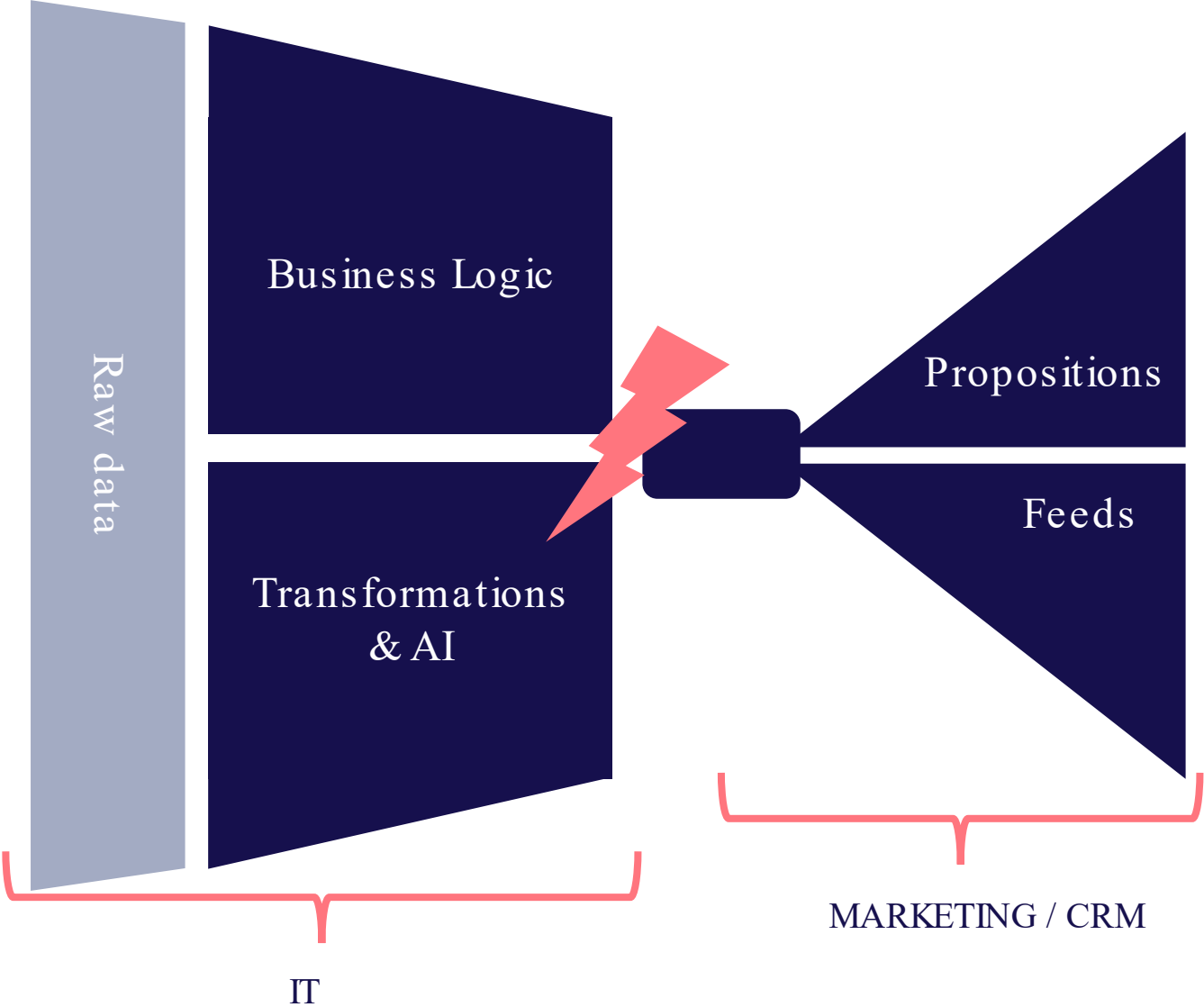
# IT insists on doing all the segmentation



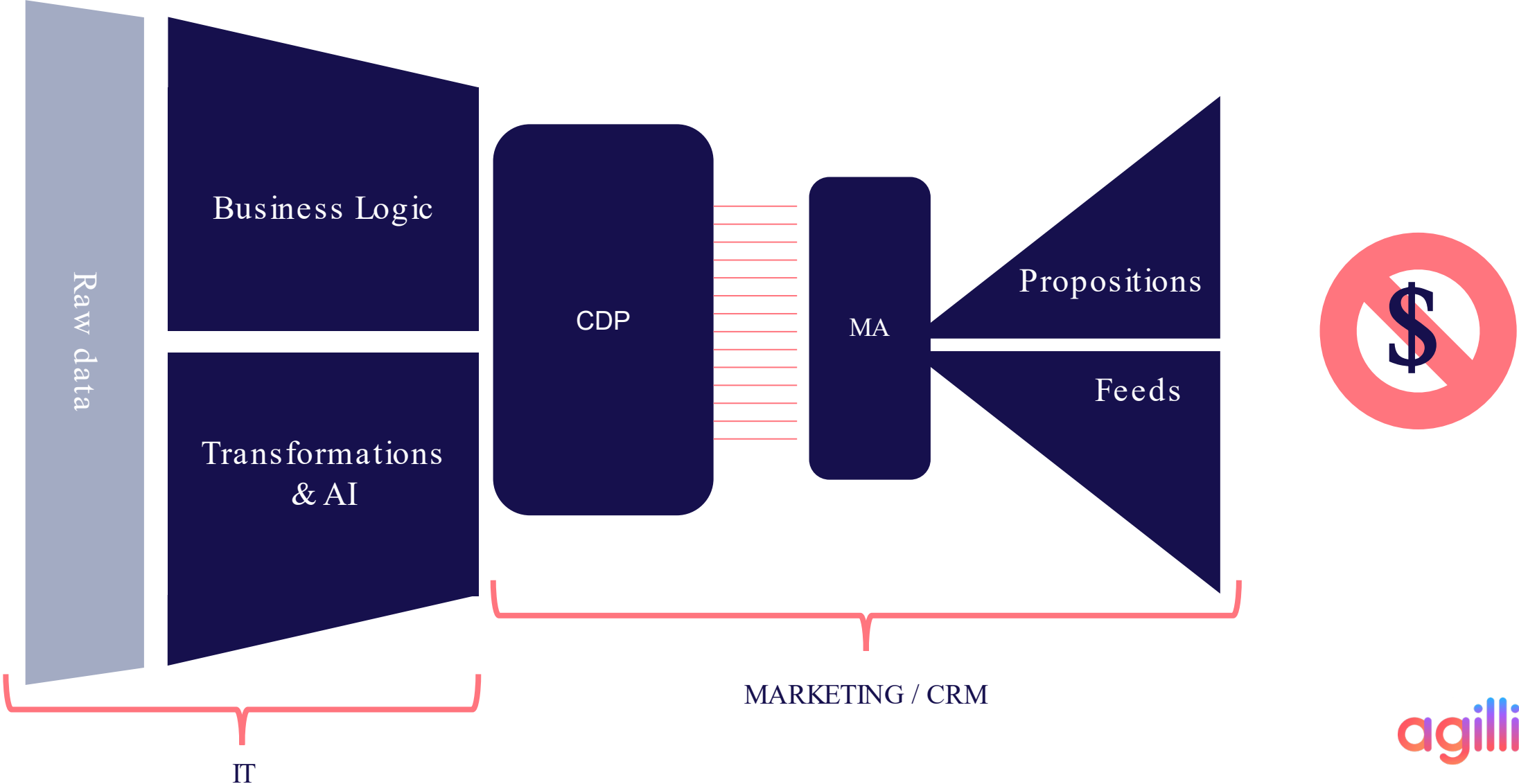
# IT insists on doing all the segmentation



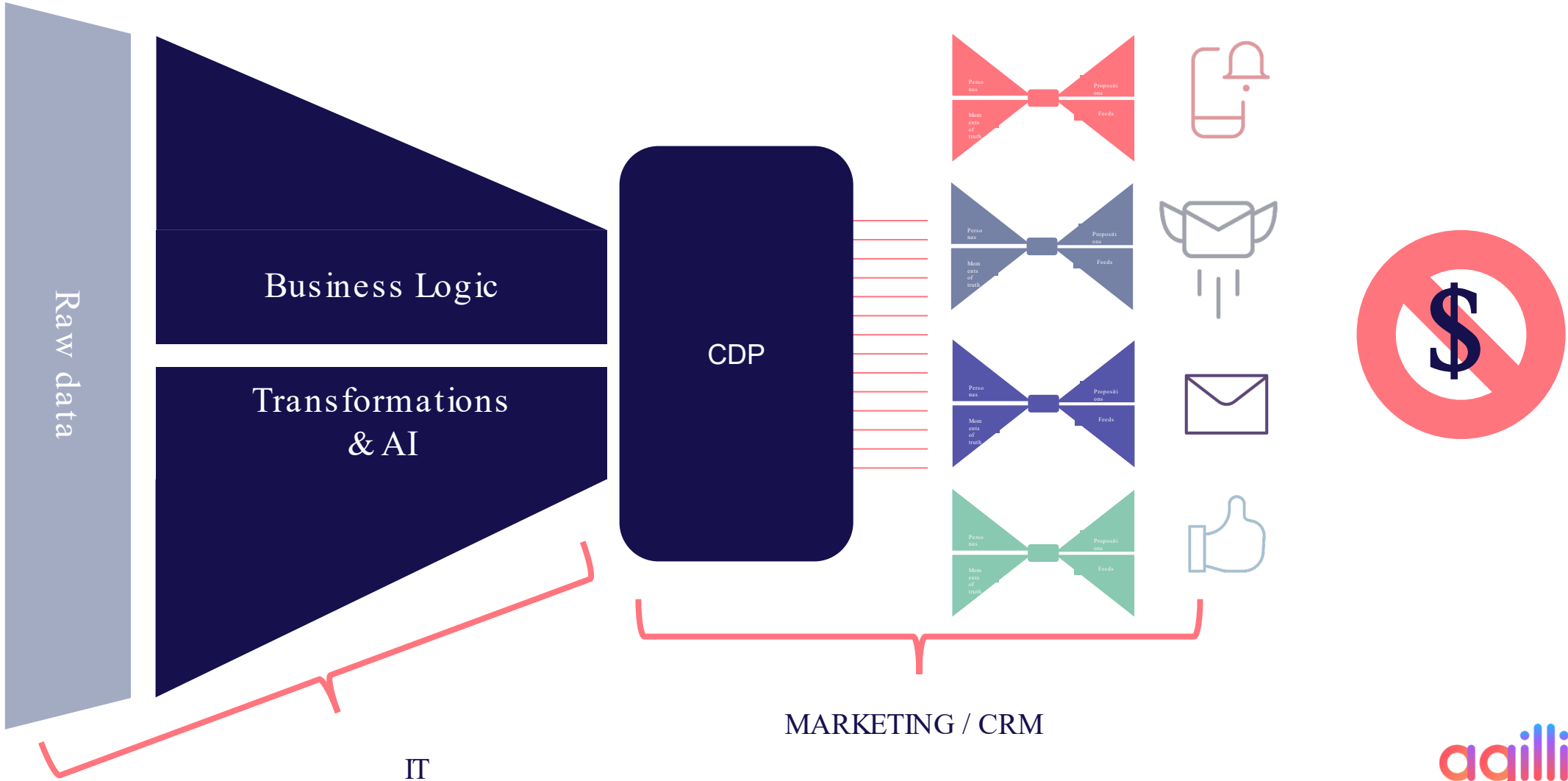
# IT delivers way too granular data



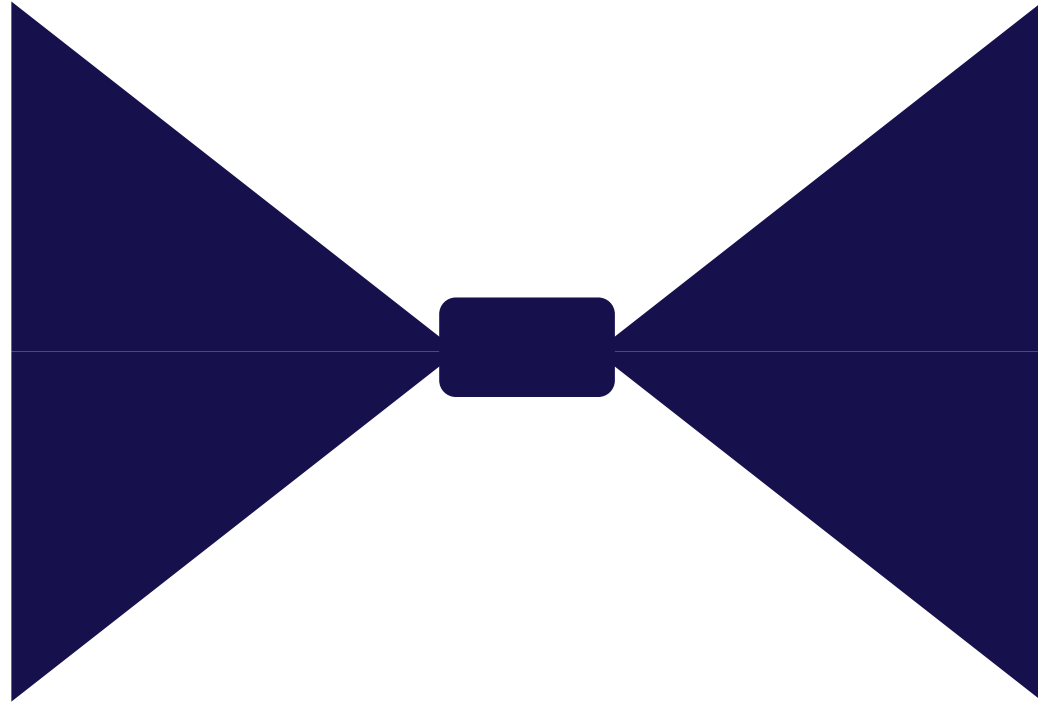
# IT delivers way too granular data



# Marketing has multiple execution platforms



Ever tried a 'clip on bow' tie?





Ever tried a 'clip on bow' tie?



Not quite as cool as this though...?



# If you want to tie up the real deal – reach out!

*Hint: it's not all about technology*



Rasmus Houliind  
Chief Experience Officer at 

[rh@agillic.com](mailto:rh@agillic.com)

[linkedin.com/in/houliind](https://www.linkedin.com/in/houliind)

+45 53 886 555