

# Building Lasting Customer Loyalty: **3 Effective Lifecycle Strategies**

Agneta Lindahl Nevell  
Presales Consultant, efficy



Did you know that  
**increasing customer retention**  
by just **5%**  
can lead to a  
**profit boost of up to 95%?**

(Harvard Business Review)



A close-up photograph of two hands shaking in a firm grip. The hand on the left is wearing a blue suit sleeve, and the hand on the right is wearing a dark blue suit sleeve. The background is a blurred green wall with a white grid pattern. The text "CRM + Marketing Automation" is overlaid in white, bold, sans-serif font across the center of the handshake.

# CRM + Marketing Automation

# The Customer Lifecycle

A framework that represents each stage a buyer will go through on their path to purchase and beyond — from initial awareness all the way to being a loyal customer.

# Customer Lifecycle Management (CLM)

Consists of tracking, managing, and optimising each stage of the client lifecycle to create more loyal customers.



**77% of customers** will recommend a brand after having a positive customer experience (CX).



**92% of buyers** trust good reviews from their friends and family over advertising.



“Loyal customers are **five times more** likely to repurchase from a business, **seven times more likely** to forgive a business that makes a mistake, and nearly **nine times as likely** to try their new product offering.”

# CHANGE

I tell you  
this is only a capitalist world  
only fools think that  
clients are irreplaceable  
I would like to say that  
loyal clients are all trouble  
I just won't admit that  
a valuable and loyal client is within reach  
when my audience is shattered

When my audience is shattered  
a valuable and loyal client is within reach.

I just won't admit that  
loyal clients are all trouble.

I would like to say that  
clients are irreplaceable.

Only fools think that  
this is only a capitalist world.

I tell you

**CHANGE**

Enjoy the ride!



Enjoy the ride!





## Skydda ditt barn från stölder i skolan

Ny jacka, dyr mobil eller fina hörlurar. Har ditt barn med sig något värdefullt till skolan? Tyvärr händer det ju att barn och unga råkar ut för stölder i skolan. Vi kan hjälpa dig att skydda ditt barn mot en sådan tråkig händelse.

Läs 8 enkla tips



## Hejdå till barnförsäkringen

### Säg hej till vuxenförsäkringen!

Du minns det som i går. Ditt barn tog sina första stapplande steg, men snubblade på mattkanten. Grät över första kallsupen, men kom hem med Baddaren i triumf. Vågade fråga chans på första kärleken, men fick nej.

Du fanns där hela tiden. Precis som nu när ditt barn, i våra ögon, räknas som vuxen och därför behöver annan försäkring. Vår sjuk- och olycksfallsförsäkring ger ett bra skydd dygnet runt.

Läs mer om sjuk- och olycksfallsförsäkring

### Vad händer nu?

Snart får ditt barn ett erbjudande om vår sjuk- och olycksfallsförsäkring hem i brevlådan. Övergången till den försäkringen är enkel: eftersom ni haft vår barnförsäkring slipper ditt barn svara på några nya hälsofrågor. Hen kan helt enkelt betala inbetalningskortet som följer med erbjudandet.

### Fortsätt stötta ekonomiskt?

Självklart kan du fortsätta att betala ditt barns försäkring om du vill och ni kommit överens om det. I sådana fall kan du kontakta oss på 075-243 06 63 så hjälper vi er.

**Missa inte en fortsatt trygg försäkring till ditt barn**  
Erbjudandet om att gå över till vår sjuk- och olycksfallsförsäkring gäller bara nu. Om ditt barn väntar till senare behöver hen ansöka och svara på nya hälsofrågor. Det kan i värsta fall leda till att ditt barn inte får någon försäkring alls.

### Prata med ditt barn

Du som har försäkrat ditt barn tidigare vet hur viktigt det är för ditt barns ekonomiska trygghet – särskilt i händelse av en allvarlig sjukdom eller ett olycksfall. Ta tillfälle att prata om erbjudandet tillsammans och vikten av att fortsätta med försäkringen som vuxen.



Missa inte att berätta om vad som händer sen!

Något av det viktigaste att berätta är att när ditt barn blivit så stor som 25 år kan hen fortsätta med tryggheten genom att teckna vår sjuk- och olycksfallsförsäkring för vuxna. Tack vare att ni haft vår barnförsäkring behöver inte ditt barn göra en så kallad hälsodeklaration eller vänta på svar om ansökan beviljas eller inte. Din 25-åring får snabbt en ny trygg försäkring!

Ta reda på mer om vår sjuk- och olycksfallsförsäkring

### Så blir vuxenlivet enklare

Eget boende, hur funkar det när man ska hyra eller köpa? Vad ska man tänka på inför en lång resa? Hur tar man körkort smartast eller pluggar till högskoleprovet? Dela med dig av våra praktiska tips som kan underlätta livet för ditt vuxna barn.

Till tipsen



## PS. Har din ögonsten börjat jobba?

Då har hen kanske fått en olycksfallsförsäkring via jobbet? Fortsätt ändå att hålla fast vid barnförsäkringen. Den är mycket mer omfattande eftersom den också gäller för sjukdomar och dygnet runt, inte bara under arbetstid. Dessutom får ditt barn ersättning från båda försäkringarna om hen skulle råka ut för ett olycksfall på jobbet.

Från: <[no-reply@easypark.net](mailto:no-reply@easypark.net)>

Date: fre 1 sep. 2023 09:12

Subject: Välkommen till EasyPark!

**easypark**

Parking. Made easy.

## GRATTIS TILL ETT SMART VAL!

Välkommen till EasyPark! Vi är jättegglada över att ha dig som kund. Använd appen för att hitta, starta, förlänga och avbryta din parkering (och undvika onödigt parkeringsstress förstås). Så att du kan fokusera på något roligare. Tveka inte på att kontakta oss ifall du behöver hjälp med att komma igång!



## INGA DEKALER I SVERIGE!

Vi kan med glädje äntligen meddela dig om att det inte längre finns något område i landet där du behöver ha en lapp eller en EasyPark-dekal i rutan! Med våran tjänst räcker det nu mera med att starta parkeringen i appen som vanligt och låta parkeringsvakterna söka på ditt registreringsnummer via sina handdatorer.

## VI FINNS HÄR FÖR ATT HJÄLPA DIG

Du uppdaterar enkelt dina kontouppgifter i appen eller på [easypark.se](https://easypark.se). Hittar du inte svaret på din fråga? Vårt vänliga kundserviceteam kan nås måndag - fredag klockan 07.00 - 20.00, lördag klockan 09.00 - 16.00 och söndag klockan 10.00 - 15.00 på 0770-112200.



Från: BookBeat <[team@news.bookbeat.com](mailto:team@news.bookbeat.com)>

Date: ons 9 aug. 2023 15:34

Subject: Det sjukaste har hänt...

# BookBeat

1 månad för 9 kr  
(ord. pris från 99 kr/mån)

Hej på dig!

Hoppas du har en finfin sommar! Jag har lyssnat på så sjukt mycket spännande böcker under semestern! Bland annat Parasiten, och du kan aldrig gissa vad som händer... Ah, du måste lyssna själv och berätta vad du tyckte!

Vi hörs snart!

X BookBeat

B

Från: BookBeat

Till: Dig

Spendera sommarens sista veckor i böckernas värld! Återaktivera ditt konto och lyssna en månad för **bara 9 kr!** Vilken blir din nästa bok?

800 000 böcker för 9 kr

Erbjudandet gäller konto [aggis.n@gmail.com](mailto:aggis.n@gmail.com) och är giltigt t.o.m. 24/8/2023 kl. 23:59

Från: Kungsberget <[no-reply@kungsberget.se](mailto:no-reply@kungsberget.se)>

Date: tis 15 aug. 2023 09:53

Subject: Tack för den här sommaren!

# Kungsberget

SOMMARÄVENTYR FÖR HELA FAMILJEN



## Tack för den här sommaren!

Cykelsäsongen är över för den här gången och vi vill rikta ett stort tack till alla er som har besökt oss. Ni har gjort sommaren helt magisk för oss i Kungsberget! Hoppas ni har njutit lika mycket som vi har.

### Säkra skidsemestern redan nu

Nu börjar förberedelserna inför vintersäsongen och vi hoppas såklart att vi ses även då. Ett tips - boka in skidsemestern redan idag så har ni något att se fram emot under hösten. Klicka in på länken här nedanför för att boka.

[Boka skidsemestern här](#)

 FÖLJ OSS PÅ FACEBOOK

 FÖLJ OSS PÅ INSTAGRAM



Från: Marathongruppen <[noreply@marathongruppen.se](mailto:noreply@marathongruppen.se)>

Date: sön 6 aug. 2023 20:02

Subject: Höstens lopp – vilken blir din utmaning?



# Marathongruppen

STOLTHET KOMPETENS ENERGI DELAKTIGHET NYTÄNK



## Höstens lopp – vilken blir din utmaning?

Har du höstens träningsmål klart för dig? Vi på Marathongruppen har höstlopp för alla smaker och nivåer. Kanske vill du kickstarta hösten med teambuilding på Convinistafetten? Eller avverka en halvmarå i Stockholms innerstad? Eller varför inte ta dig an årets lerigaste utmaning – Tjurruset? Nedanför kan du läsa mer om några av höstens härligaste utmaningar. Hoppas att vi ses på startlinjen!

Från: Ramboll Stockholm Halvmarathon <[noreply@marathongruppen.se](mailto:noreply@marathongruppen.se)>

Date: lör 26 aug. 2023 08:34

Subject: Ses vi på startlinjen?



## TVÅ VECKOR KVAR – SES VI PÅ STARTLINJEN?

Slutspurten har börjat – om två veckor går starten för Ramboll Stockholm Halvmarathon! Vi är taggade till tänderna. Om du fortfarande funderar på att anmäla dig så är detta din knuff: vi lovar att du kommer känna dig som en kunglighet när du korsar mållinjen med slottet som bakgrund. Att springa Ramboll Stockholm Halvmarathon är en mäktig upplevelse: under 21 km hinner du besöka Norrmalm, Vasastan, Kungsholmen, Södermalm och Gamla stan. En supercentral loppupplevelse som med publikens stöd blir något alldeles extra. Det vill du inte missa!

Hoppas att vi ses på startlinjen den 9 september!

Vill du veta mer om vårt säkerhetsarbete? Klicka [HÄR](#) för information.

Anmäl dig här

Om loppet



Från: VetZoo <[email@info.vetzoo.se](mailto:email@info.vetzoo.se)>

Date: sön 17 sep. 2023 19:31

Subject: Få hunden att vifta på svansen med dessa kampanjer! 🐕

# VetZoo



GRATIS HEMLEVERANS ÖVER 599:-



LEVERANS INOM 1-3 ARBETSDAGAR



ÖVER 500.000 NÖJDA KUNDER



## Månadens kampanjer

Fynda bland mängder av erbjudanden

[Se alla kampanjer](#)

Från: Svenska Kennelklubben <[no-reply@skk.se](mailto:no-reply@skk.se)>

Date: tis 15 aug. 2023 16:19

Subject: Läs senaste nytt och ta del av erbjudande från SKK

Nyheter för dig som är medlem i en länsklubb

[Visa som webbsida](#)

## Länsklubbsnyheter

– från Svenska Kennelklubben



### Hej Agneta

Att visa förståelse och respekt betyder så mycket!

Det är inte alltid det blir rätt. Att då ändå kunna känna och visa förståelse är en fantastisk handling. Visst kan det vara frustrerande att det blir fel eller att vi upplever ett agerande som vi ser som direkt felaktigt. Visst är det nära till hands att reagera och ge uttryck för sitt missnöje i dessa situationer. Men om vi kan vila i en förståelse i att det finns en god vilja, ja då skapar vi en bättre förutsättning för att få en positiv utveckling än om vi väljer att kritisera och skälla.

Så för ett snällare Hundsverige – låt oss vara förstående och ta ansvar för en ansvarsfull dialog! Både vad gäller våra hundar och våra medmänniskor.

Hoppas ni får en underbar hundhöst och att ni kan se det härliga i att er hund och era medmänniskor är just hundar och människor.

*Kees de Jong, verkställande direktör*





## Din åsikt är viktig för oss



Hej Agneta,

Tack för din senaste beställning på Zalando.

För att vi ska kunna skräddarsy våra erbjudanden och vår service efter **dina preferenser** i framtiden, skulle vi vara mycket tacksamma om du har en stund över för att delta i vår undersökning. Undersökningen tar ungefär 2 minuter.

Tack för att du deltar – vi hoppas att du tycker om undersökningen!

Vänliga hälsningar

 Zalando

[Delta nu](#)

[Klicka här för en webversion »](#)

# VING



## Hej Agneta!

Vi hoppas att du har njutit av sommaren, oavsett om du varit utomlands eller hemma i Sverige.

När sommaren går mot sitt slut börjar många av oss planera för ny semester. Någon har redan bokat en resa, medan andra väntar lite längre av olika orsaker. Och det är precis vad den här utgåvan av resepanelen handlar om.

Vi hoppas att du har tid och lust att svara på frågorna så att vi kan lära oss ännu mer om svenskarnas semesterplaner. Det tar 5-10 minuter att svara på enkäten.

Hjärtligt tack på förhand!



Vänliga hälsningar

Magnus Wikner  
VD Ving

[TILL RESEPALELEN](#)

# Email Marketing Benchmarks 2022

Compare how your emails performed in 2021 with the average open, click-to-open, and bounce rates against thousands of AP SIS customers. Download this report to discover:

- What's new for email in 2021?
- Overall average email benchmarks
- Best practices for better performing emails
- Our customers' insights on their email strategy
- Months with the highest and lowest emails sent

Fill in the form below to get your free copy!



## Email Marketing Benchmark Report 2022






I agree that AP SIS registers the above information and gives me information about services and products via email.

[Read more about our Privacy Policy](#)

CONFIRM



### KNOWLEDGE

- Handbooks & Whitepapers
- Blog
- Upcoming Events
- Webinars & Video resources
- Knowledge base
- Design Gallery

### SERVICES

- Where do I start?
- Support
- Benchmark Your Email Marketing
- Free Images & Templates



Email Marketing Benchmarks  
**Become an expert on email marketing**

Download the report

### About AP SIS

Get to know who we are, what we do, and why we do it

### Free Trial

Get a hands-on experience of what AP SIS One can actually do for you.

### Customer Testimonials

Find out what our customers think about AP SIS One

### Customer Cases

Find out how we've helped our customers achieve better results

### AP SIS One

Get an overview of what our platform can do for you



Free Trial  
**Experience AP SIS One with your own eyes**

Try the 14 day FREE trial

# Map



Identify and understand your target audience and channels

# Manage



Understand and outline the customer journey

# Master



Evaluate, learn, adjust and improve

# Loyalty



This stage represents culmination of your success from all the previous stages; it can't be attained if the other stages don't work well.

Loyal customers are those who have a strong relationship with you and share how much they love your product or service with their friends. Managing this stage involves providing ongoing value, support, and exceptional experiences.

# Loyalty



## **Strategies:**

Offer personalised rewards or incentives to loyal customers.

Build a customer community.

Continuous education and training.

## **Metrics to measure success:**

Referral rate.

Advocacy & Ambassadors.

Customer engagement.

Customer lifetime value (CLV).

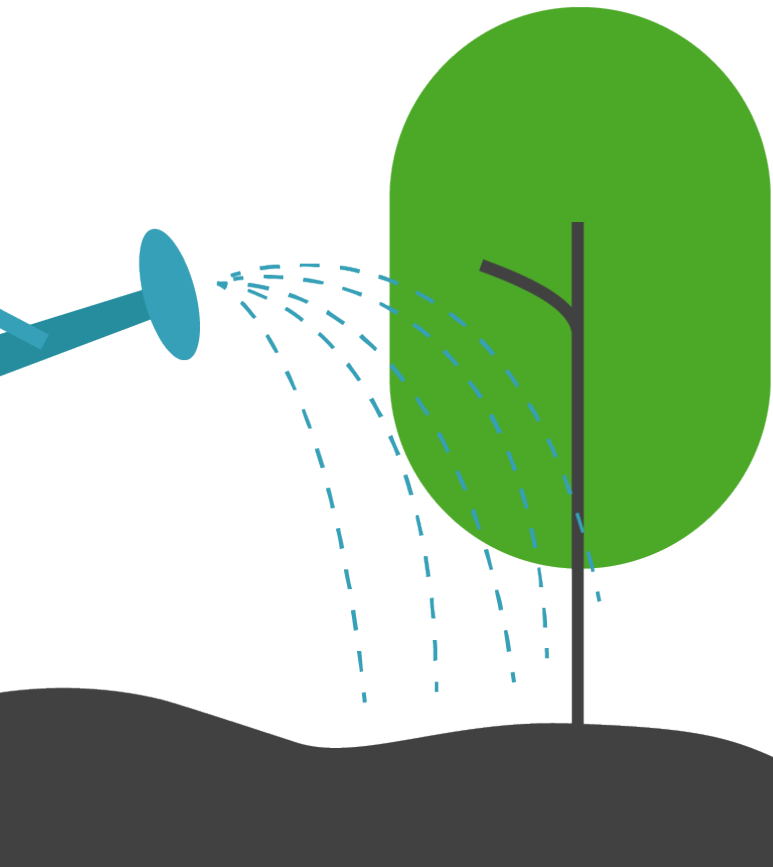
# Retention

Customer retention refers to a company's or product's ability to retain customers over time.





# Retention



## **Strategies:**

Educate and train.

Offer great support.

Knowledgebase and FAQ's.

Ask for customer feedback.

Communicate.

## **Metrics to measure success:**

Churn rate.

NPS and Customer Satisfaction.

Retention rate.

# Conversion



Customers are willing to commit and become (paying) customers, members, clients, users, subscribers or visitors and the relationship has been officially started.

# Conversion



## **Strategies:**

Optimise your site.

Provide information – both to customer and internally.

Use your collected data to automate actions.

Be proactive, personal and relevant.

## **Metrics to measure success:**

Sales revenue.

Close rate.

Average deal size.

Customer acquisition cost.

Time to close.

# Acquisition



The first step in considering a conversion. your prospect will begin to evaluate if your company's solutions are right for them. A visit to the website, a phone call, a chat, an email, a knock on the door, a visit at the entrance – the acquisition stage has been entered.

# Acquisition



## **Strategies:**

Provide gated and not gated self-service resources.

Analyse and optimise your site.

Create targeting nurturing campaigns.

Demos or consultations.

## **Metrics to measure success:**

Form conversion rates.

Cost per lead.

Quality of leads.

# Awareness



This is when you get through to and reach your potential customers and they start showing interest in your brand, products and services. The potential customer now know of you and is aware of your business.

# Awareness



## **Strategies:**

Be present!

Share knowledge – use content marketing!

Networking – invite and join in!

Use targeted advertising!

## **Metrics to measure success:**

Website traffic.

Social Media engagement.

Impressions.

Referral sources.

# Customer lifecycle stages





Collect and use customer data

Map



Manage



Master



Measure &  
learn

Continuously  
fine-tune

Personalise the experience



# Automated emails out-perform bulk emails

**+5x**

Higher open rate

**+15x**

Higher click-through rates

**+4x**

Revenue/Sales

## Triggered



Open rate



Click rate



CTOR



Bounce rate

## Newsletter



Open rate



Click rate



CTOR



Bounce rate

Source: Annuitas Group, Gartner

# Building strong customer relationships

- Increase sales
- Automate processes
- Tools for marketing, sales, and support
- Centralised database

**CRM**

- Focus on customer loyalty
- Track and optimise every touchpoint
- Enhance customer experience

**CLM**