

Att skala upp på nya marknader med hjälp av Marketing Automation





Jelena Parlov

Global Marketing Automation Specialist

Klarna.

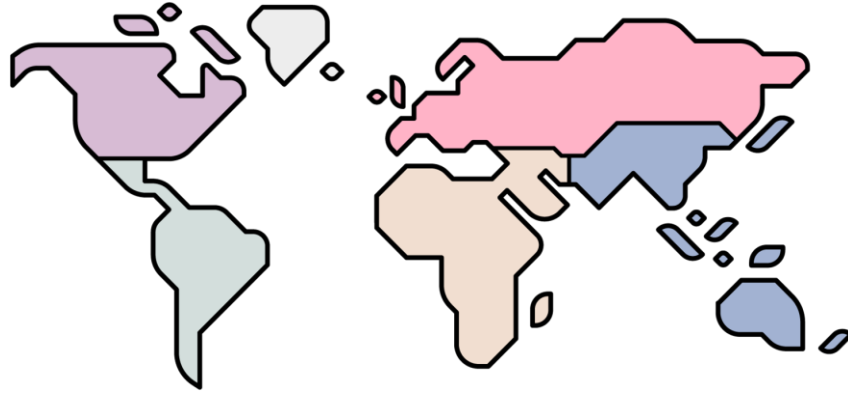
K.

Agenda

1. Om Klarna
2. Hur vi arbetar med marketing
3. Implementering av MA
4. Kampanjer
5. Att skala upp på en ny marknad

Klarna.
Europas högst
värderade privata
fintech-bolag

Klarna.



I korthet.

1m dagliga transaktioner
\$29 miljarder i transaktionsvolym
Årlig tillväxt på säljvolym 46%+
Banklicens

Bakgrund.

Grundat 2005 i Stockholm
Över 2,500 anställda
Investerare: Visa, Sequoia,
Atomico, mm

Kunder.

17 aktiva marknader
70 miljoner konsumenter
170,000 butiker

Klarna.
Smooth Shopping.

Varför?



K.

Problemet.

Folk har högre krav på sin tid än någonsin.
Man värdesätter effektivitet och enkelhet i
samtliga aspekter av det dagliga livet. Vem
har tid för **onödig friktion, komplexitet och
tråkiga uppgifter?**



Vad?

Vårt uppdrag.

Vi befriar kunden från **all meningslös tid som spenderas på köp och betalningar**, så att de kan fokusera på annat.

Vi gör shoppingen friktionsfri, så att köpresan kan vara så **smooth** som möjligt.

Hur vi arbetar med
marketing.

K.

Små startups som
alla strävar mot vår
vision & mission.

1.

Varje team (4-8 personer) har ett **eget scope** och tillhör en större domän med **gemensamt mål och KPIer**.

2.

Teamet består av en mix av människor med **olika kompetenser** för att leverera **resultat och nå ändamålet**. Ex: marknadsförare, UX-designer, utvecklare och analytiker.

3.

Starkt datadrivna. KPIer för optimering och resultat.

4.

Globala och lokala team inom marketing. **SME eller Enterprise** och **leads eller kunder**.

5.

Marketing Automation används över regionerna, med **globala** och **lokala** kampanjer. Automatisera allt som går att automatisera.

6.

PPC och SME-kampanjer har **centraliserats** för snabbare hantering samt för att säkra att hög nivå på varumärkesidentiteten bibehålls.

Implementering av MA - vad hände?

End to end experience

Marketo

...

Salesforce

...

SalesLoft

- PPC: LinkedIn, Facebook, Instagram
 - Sök: Google
 - Mailutskick
 - Events & mässor
 - Automatiserade flöden: nurturing
 - Triggers till Salesforce & sälj
-
- Triggers på leads-kön från marketing
 - Full kampanjinsikt
 - End to end tracking
 - Re-nurturing
-
- Automatiserad kommunikation till prospects under säljprocessen samt ordentliga flöden av dessa. Tex: telefonsamtal, Instagram-DMs och LinkedIn-nätverkande

Resultat

Centraliserat - tagit bort friktion
mellan lokala byråer samt ökat
effektivitet och output.

Ett säljteam på plats i varje region

Ett marknadsteam på plats i
varje region - snabba och
effektiva lokala kampanjer

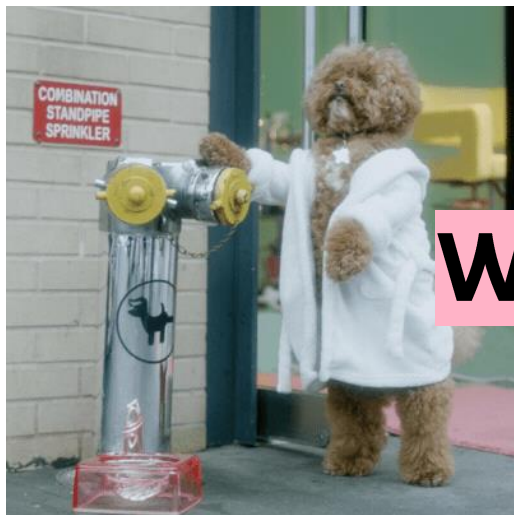
Rapporter för KPIer - datadrivet!

Ett globalt team för strategi,
processer och centrala
kampanjer

Integrationer till Salesforce och
SalesLoft för effektivt
samarbete med säljteam

Kampanjer





Who's a Good Shopper?

**Att skala upp i USA.
Snabbt.**

Men... hur?

- Hur gör konkurrenterna? Gör absolut tvärtom. **Be disruptive.**
- Hitta nischer inom ej typiska branscher.
- Lokalisera snabbt. Vad är trendigt i regionen just nu?
- Fokusera på B2C för att nå B2B.
- Sätt höga mål, och gör **allt** för att uppnå dem.
- **Sprid ordet!** Influencers inom segmentet, Pop-up shops, Smoooth Sessions, hundfrisörer, OOH takeovers i hela städer.
- Centralisera. **Men inte för mycket.**
- Integrera marketing och sales automation.
- Stenkoll på KPIerna.
- Ha koll på verkligheten. **Datadrivet.**

Låter det säljigt? Bra, dra på lite till.

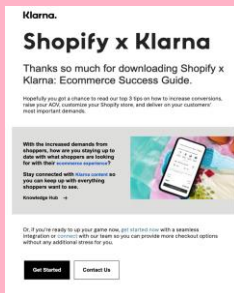
SalesLoft, Marketo & Salesforce

1



SME lead laddar ner en pdf via landningssida/formulär (dag 1)

2



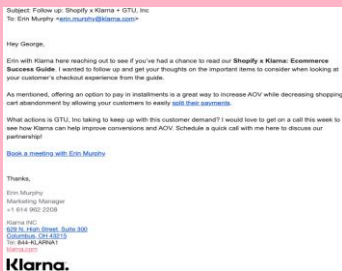
Hamnar i ett nurturingprogram i Marketo med 3 mail under 2 veckor (dag 1)



3

Då säljare/admin ändrar leadstatus till Qualified i Salesforce hamnar personen automatiskt i ett SalesLoft-flöde (sales automation) (dag 1)

4

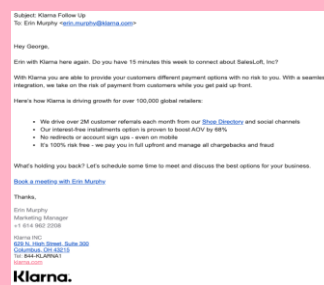


- Mail 1 - intro av Klarna & säljaren (dag 3)
- Om telefonnummer finns - skapa aktivitet samt i Salesforce och byt till status Working

5

Uppföljningssamtal skapas som aktivitet i Salesforce (dag 5)

6



Sista uppföljningsmail från säljaren (dag 10)



TACK!

jelena.parlov@klarna.com

[LinkedIn](#)

K.