

CRM netværk, åbent netværksmøde 17. november

Forbrugeradfærd i en turbulent tid - Hvad betyder det for fundraising og marketing?

Vi sætter fokus på forbrugeradfærd og data. Hvordan kan vi øge virkningsgraden af vores interaktion i forhold til fundraising?

Først tager vi en kort temperaturmåling på husholdningernes økonomi, så ser vi på muligheden for at forudse effekten af aktiviteter og belyser hvordan vi finder de(t) rigtige budskab(er) til målgrupperne.

- 10:15 Velkommen og dagens program.
- 10:25 Forbrugeradfærd i en turbulent tid - Hvad betyder det for fundraising og marketing?
Ikke alene er forbrugeradfærden ændret de senere år – Et antal af forskellige kriser, Covid19, krig i Ukraine, energikrisen og stigende inflation, kommer med stigende frekvens.
Hvilke konsekvenser har dette for indsamlingsorganisationerne?
Per Østergaard Jacobsen, Direktør Efficiens & Ekstern lektor, CBS
- 11:00 Kan man forudsige kampagne-respons hos sine donorer, og hvor meget den enkelte er villig til at donere?
Kan man svare på, hvad der styrker loyaliteten hos donorerne, og hvem der overvejer at stoppe som donorer?
Det kan man, og der findes flere måder at gøre det på. Fælles for dem alle er, at svarene ligger i de data vi samler op i kampagner og dialog med medlemmer og donorer.
Spørgsmålet er også hvordan man finder de mest effektive og præcise løsninger med acceptabel time to market og til en acceptabel pris. Cases fra NGO'er.
Mads Frederiksen, Senior Account Executive, Allyy.io (tidligere One Prediction)
- 12:15 Frokost med Sandwich
- 13:00 Fra indsigt til effekt - Hvad er det rigtige budskab?
Hvad virker og hvad virker ikke i kommunikation og budskaber - Bombardementet af den kommunikation vi hver især modtager hver dag, har aldrig været større. Det bliver sværere at trænge igennem til modtageren.

De fleste oplever også, at det er sværere og sværere at trænge igennem til modtagerne. Jagten på relevans gennem traditionelle analyser kan være både lang, dyr og usikker. Så hvordan kan vi bruge nytænkning og ny teknologi til at komme hurtigere og sikrere i mål med vores aktiviteter? Case fra NGO.

Thomas Thorstholm, Managing Partner, Factive
- 14:15 Diskussion og afrunding på dagen
- 14:45 Tak for i dag