



Account based marketing (ABM)

En indflyvning i, hvordan du rammer udvalgte accounts, nicher og kategorier i din marketing.



Først det kedelige

Peter Kragh Lauritsen, CPO i Texta A/S.

Texta er et creative performance bureau fra Aarhus og Holstebro. Vi arbejder med marketing, kommunikation og branding og hjælper blandt andet brands som Palcut, Bramidan og Baron i ind- og udland.

Texta

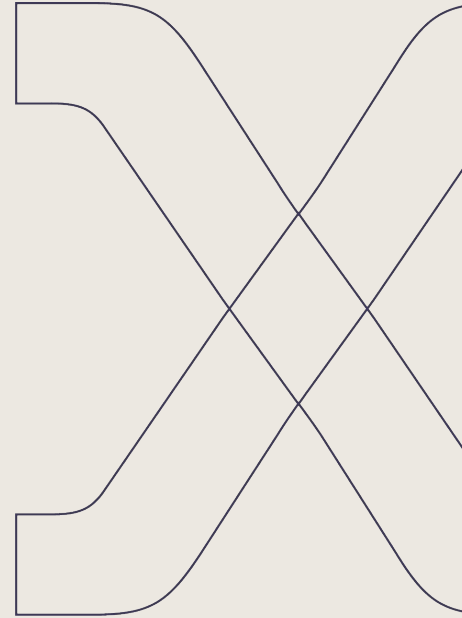
Marketingbureau med kontorer i Aarhus og Holstebro. Vores 35 kollegaer arbejder med mellemstore og store virksomheder i ind-/udland.

Siden 2015 har vi hjulpet primært B2B og webshops med at sælge mere, åbne nye markeder, arbejde mere effektivt og bygge nye salgskanaler.



Agenda for i dag

- ABM versus 'traditionel' marketing
- Samarbejdet med Salg
- Data eller ej?
- Tips, tricks og ting, I kan gøre
- Eksempler og cases
- Tools og teknik



Definition

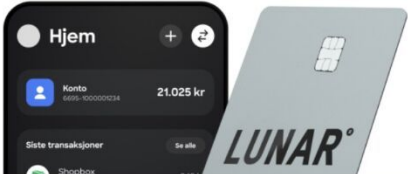
1. Marketing målrettet helt specifikke accounts
2. **Definition A** ≈ 1 eller meget få accounts
3. **Definition B** ≈ 10-30 accounts
4. **Definition C** ≈ segmenteret niche/industri
5. Fællesnævneren er marketing til de få, specificerede kunder ...
6. ... modsat inbound, der er målrettet de mange, uspecificerede virksomheder

LUNAR Lunar
29.799 følgere
Promoveret

Hvorfor bruge tid på bogføring, hvis du kan bruge tid på kreativitet? Få en billig og simpel erhvervskonto, som hjælper med at styre din økonomi 🙌 ... se mere

Erhvervskonto til reklamebureauer.

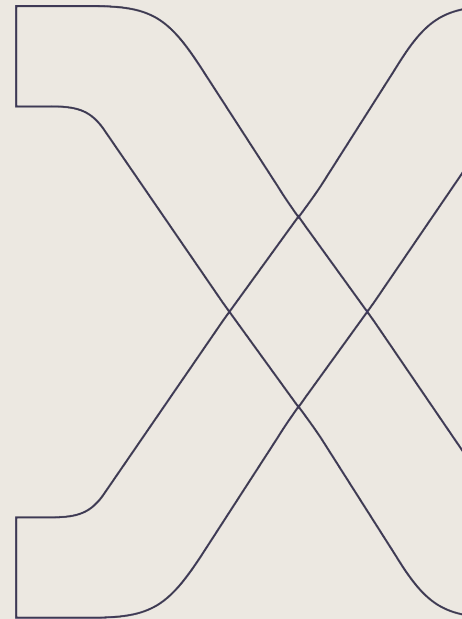
- Billig erhvervskonto til selvstændige.
- Automatisk bogføring.
- Mulighed for virksomhedslån.



nemlig.com
Promoveret

Nemlig er også til erhverv. Og du kender os sikkert allerede fra dine indkøb derhjemme, men vidste du at vi også leverer alt til mødet, morgenma ... se mere

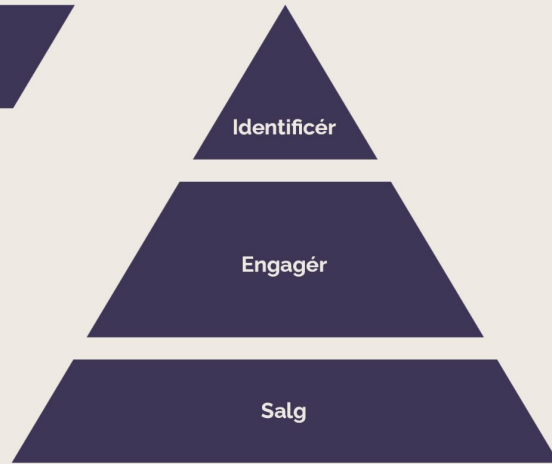
LAD OS KLARE INDKØBENE, SÅ DU KAN PASSE DIT BUREAU



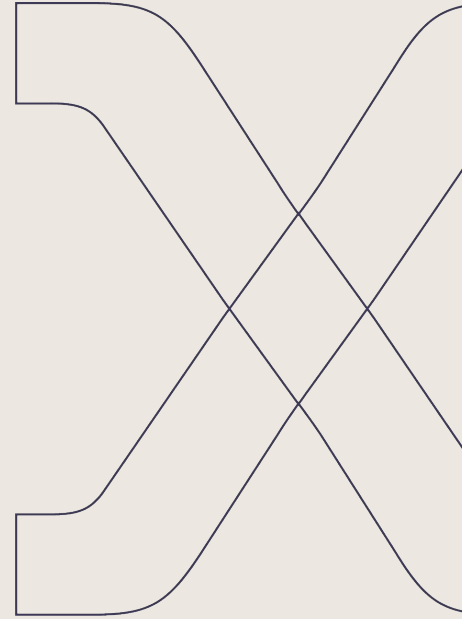
Hvad?

1. Meget klar hovedregel: B2B eller B2G
2. Afgørende i nicher med samlet lille antal eller få kritiske indkøbere ...
3. Men også kraftfuldt værktøj i bredere B2B-markeder som supplement
4. Et supplement til klassisk outbound og salgsbåret marketing
5. Binder øvrige marketing- og salgsaktiviteter sammen
6. Forudsætning: Grundlæggende digital infrastruktur (mere senere)

Inbound marketing



Account-based marketing



Hvorfor?

1. Kraftfuld marketingværktøj med relevans og aktualitet for de vigtigste accounts
2. Nemmere at nedbryde kompleks og lang kunderejse
3. Kan fungere som en kickstarter og forkorter af købsrejsen
4. Binder Salg og Marketing sammen i stedet for at arbejde i siloer
5. Stærkere, "personlig" relation til dine accounts
6. Fremragende til opbygning af pipeline og kontrol med stakeholder journey.

Sådan kommer du i gang med account-based marketing



Identificér dine
key accounts



Identificér din
modtager



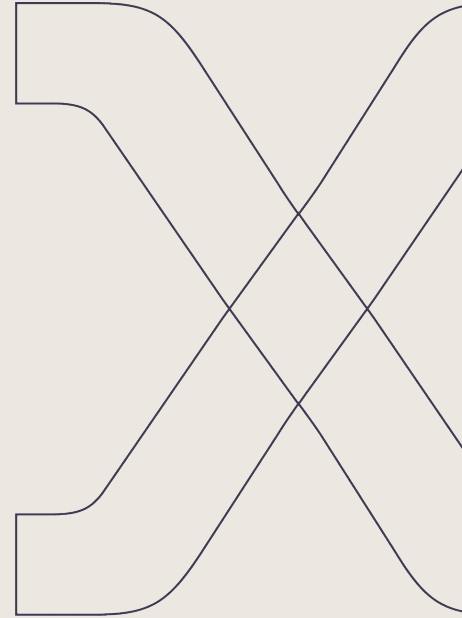
Identificér det helt
rigtige indhold



Sæt i gang



Mål!



Hvordan?

1. ICP (Ideal Customer Profile)
2. Buyer persona
3. Stakeholder mapping
4. Target CPA (minimum +10.000 kr.)
5. Positionering og konkurrentlandskab
6. Content Demand/Consumption
7. Pains, fears og gains
8. Konceptualisering og format
9. Distribution
10. Onboarding og engagement

Nuværende leads

5 %



Salgstal, kvartal

Fremtidige leads

95 %

Fremtidigt salg

Texta

Nuværende leads

1%



Salgstal, kvartal

Fremtidige leads

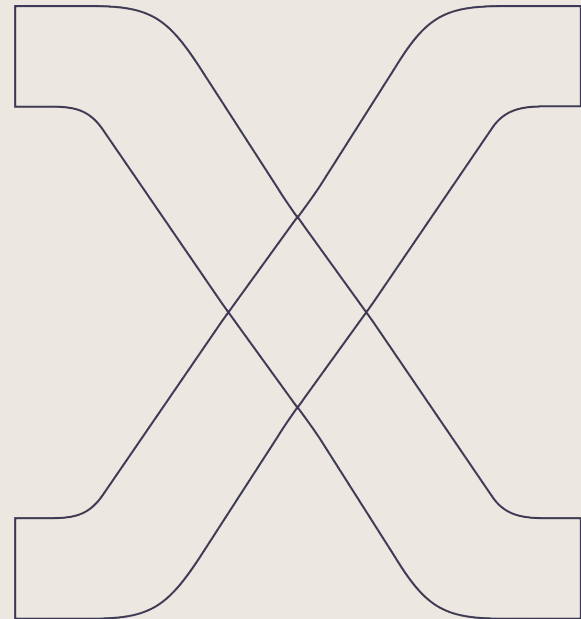
99 %

Fremtidigt salg

Texta

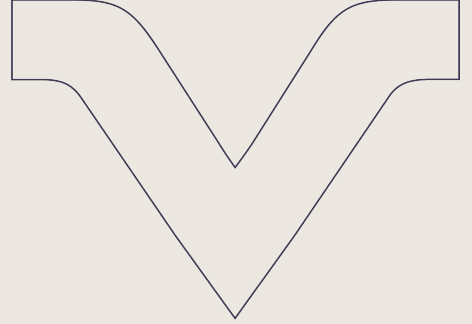
Samarbejde med Salg

Ingen account based marketing uden et tæt samarbejde med Salg.



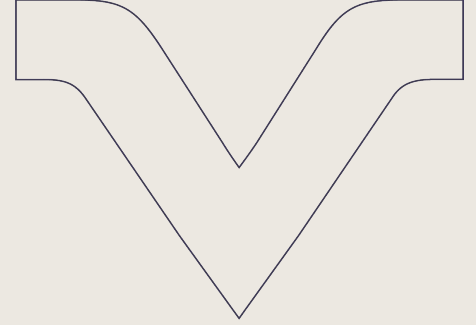
Salgs rolle i ABM

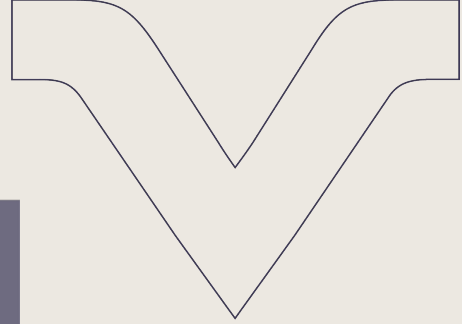
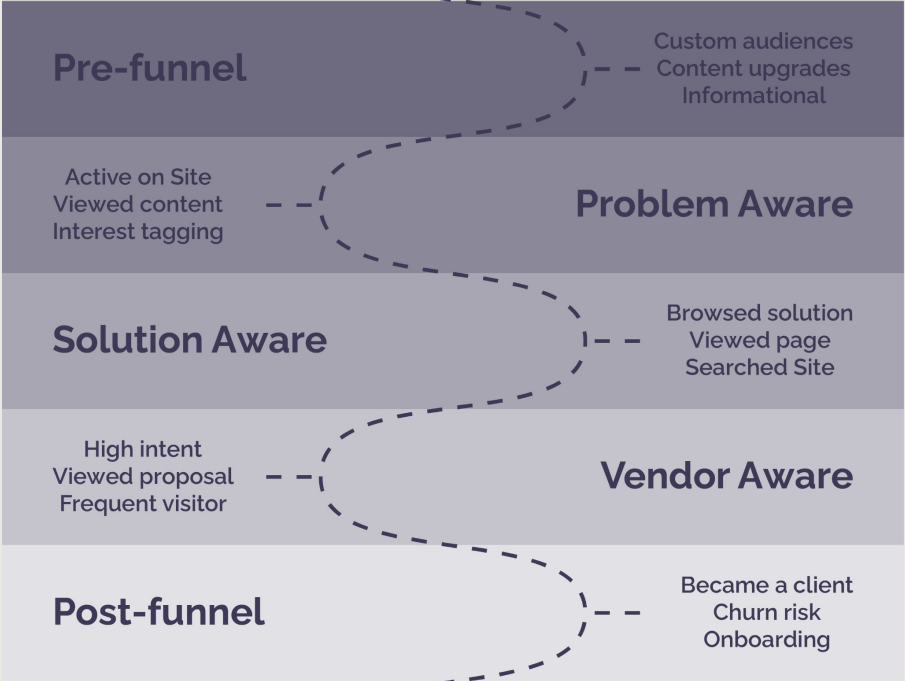
- Bidrage med account-indsigter og erfaringer
- Åbninger, netværksforbindelser og muligheder
- Indspark og indsigt ift. content, approach mv.
- Kvalitativ feedback fra accounts og "føling"
- Ben- og rugbrødsarbejde ift. distribution



Marketings rolle i ABM

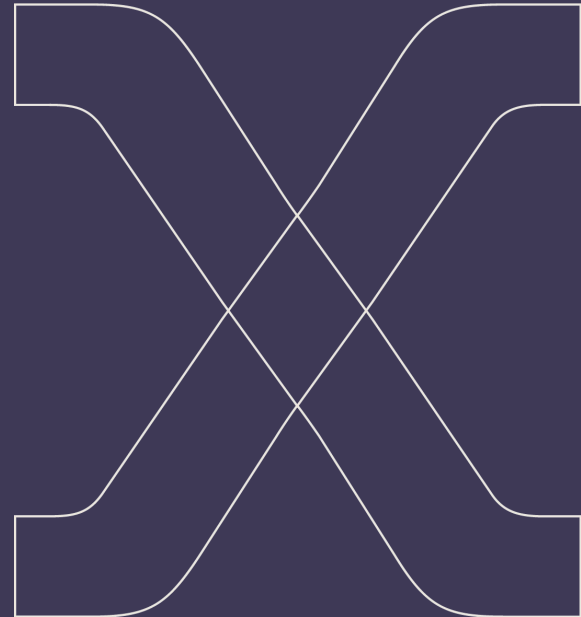
- Digital infrastruktur (tracking, intent-spotting mv.)
- Udvikling af content (Sales & Buyer Enablement)
- Dataindsamling og -kvalificering
- Kreativitet ift. at få åbnet døren og taletid
- Klæde Salg på til kritiske punkter i kunderejsen





Data eller ej?

Hvad gør du, når du ikke har data? Og hvordan bruger du de indsigter, du har?



Uden data ...

- Store dele af kunderejsen sker i pre-funnel og Dark Social
- Det kan og skal du påvirke, selvom du ikke kan måle det
- **I dit indhold:** Opslag, cases, events mv.
- **I dine annoncer:** Målgrupper, kreativer, copy mv.
- **I dit platformsvalg:** Fokus, budget, formål mv.
- **I dine målepunkter/KPI'er:** Primære, sekundære mv.



Hvad er værd at vide?

- Nuværende udbyder/løsning?
- I markedet eller ej?
- Utilfredshed? Hvis ja, hvad? Hvis nej, hvorfor ikke?
- Markeds- og kundesituation?
- Stakeholders og opfattelse af os?
- Content Demand?



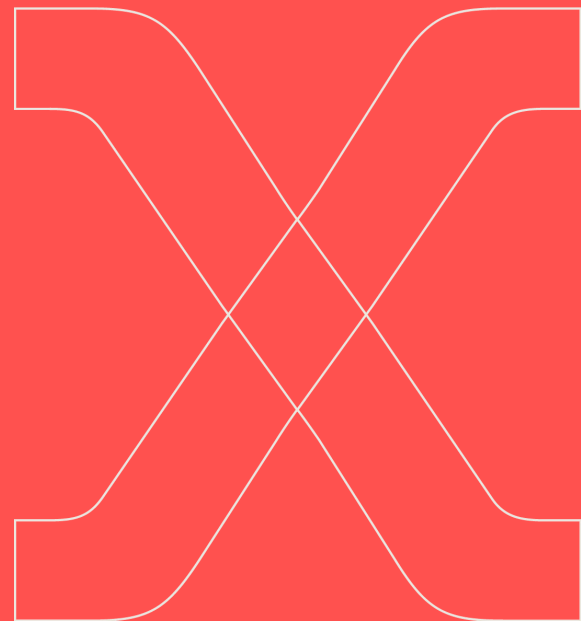
Hvordan får du data?

- **Salg:** Hvad ved vi, og hvad tror vi?
- **Tracking:** Insight Tag, server-side tracking mv.
- **Indsamling:** Lead Ads, webforms, adfærd mv.
- **Markedsdata:** Registre, vendors, tech mv.
- **MFL § 10, stk. 1:** Markeds- og brancheundersøgelser
- **Zero-party data:** Spørg, spørg, spørg.



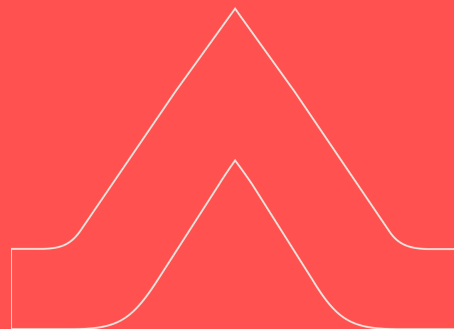
Tips og tricks

10 ting, du kan gå hjem og arbejde med, hvis du skal i gang med ABM.



#1 Account Matched-filtre

1. Must-have, når du arbejder med ABM 1.0
2. Sindssygt nemt at opsætte i de fleste EMS'er
3. Holder øje med specifikke accounts i dit økosystem
4. Fast-track til target accounts eller notifikation til Salg?
5. Opsæt på alle flows og indgange til din e-mailmarketing



If / Else ✕

Email Address ✕ Contains ▾ grundfos.com

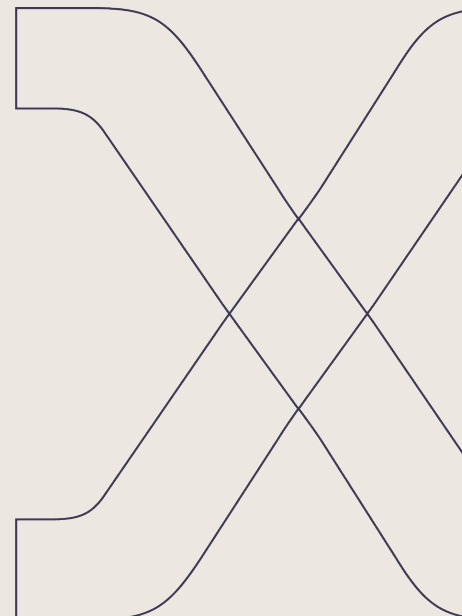
AND OR

Email Address ✕ Contains ▾ danfoss.com 🗑️

[+ Add another condition](#)

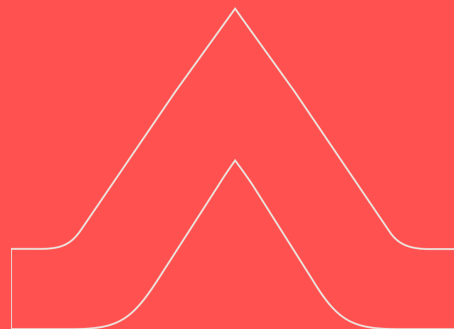
Add condition group

Save



#2 Thought Leader Ads

1. Det nok billigste og bedste format til pre-funnel ABM
2. **Investering:** 1-2.000 kr. pr. måned
3. Muligt at lave meget, meget præcise målgrupper
4. Must-have til de accounts, som ikke er i markedet nu
5. Også effektivt op til et større ABM-push





Peter Kragh Lauritsen

Texta vil gerne sponsorere dit indlæg

Texta vil gerne sponsorere dit seneste indlæg for at forbedre synlighed og engagement. Gennemgå anmodningen for at godkende eller afvise den.

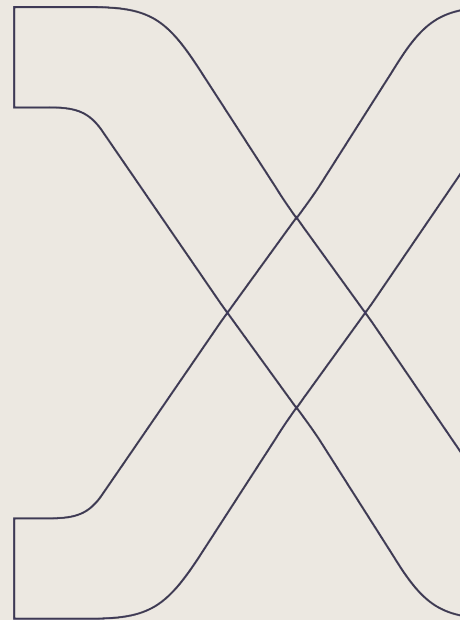
Anmodet af



Texta

Simone Rigmor Andersen har foretaget denne anmodning

Gennemgå anmodning



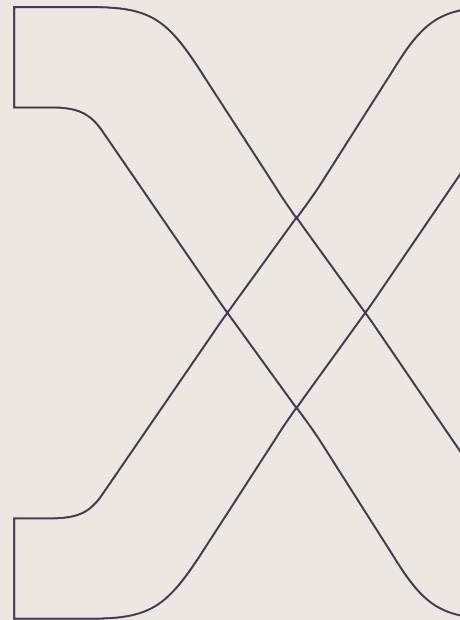
Gennemsnitlig CTR (klikfrekvens) 

20,77 %

20,12 %

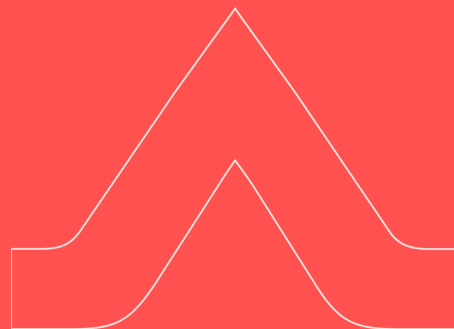
32 %

18,52 %



#3 Direct marketing

1. Dit vigtigste redskab i værktøjskassen
2. Muligheden for at tale direkte til din modtager
3. **Eksempler:** Direct mail, outdoor, kampagne mv.
4. Kræver en anderledes tilgang og en "undskyldning"
5. Nemt og effektivt at binde sammen med digitale indsatser





Nicolai Richardt Mortensen · 1.

CEO og Partner, Texta A/S

1år · 🌐

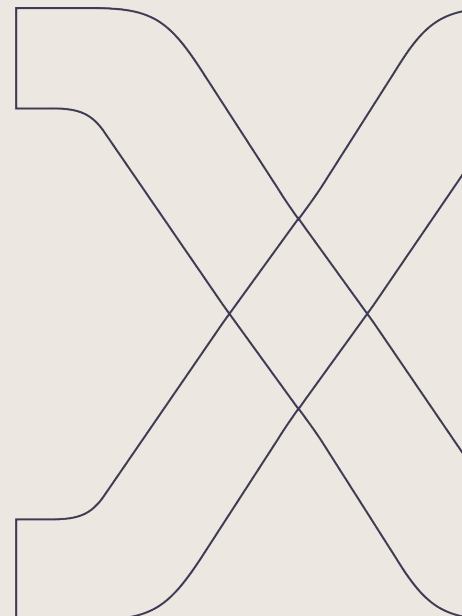
Kan en champagneflaske være et originalt eksempel på god markedsføring?

... se mere



👍❤️👍 62

12 kommentarer · 1 genopslag



Personalisering i Klaviyo, som guderne ville have skabt det.



Hey Jonas og hele af email-afdelingen hos Texta - jeres kunder bruger Klaviyo, right? Eller måske endda mere hardcore email-systemer?

Hvis de gør, så tror jeg du vil elske at læse dette brev (udover at det sikkert er lang tid siden, du sidst har fået snail-mail). Her fucker Apple ikke med vores open-rate :-)

Vi har i Confect opfundet hvad vi kalder 2020'ernes smarteste feature indenfor email marketing: **Personaliserede bannere i emails.**

Det ser sådan her ud når folk prøver det første gang:



De første tests med beta-testere har nemlig vist op til 70% forøgelse af CTR :-)

Kort sagt kan I nu indsætte billede-banner i emails, som dynamisk skifter ud fra hvem der ser billedet. Confect laver nemlig billedet baseret på HTML'en/ URL'en.

Det kan f.eks. være hvilket produkt som er i billedet, hvilket fornavn der bliver vist, om det segment personen tilhører skal se design A eller B og lignende.

Sådan her kunne det f.eks. bruges i en abandoned cart email:



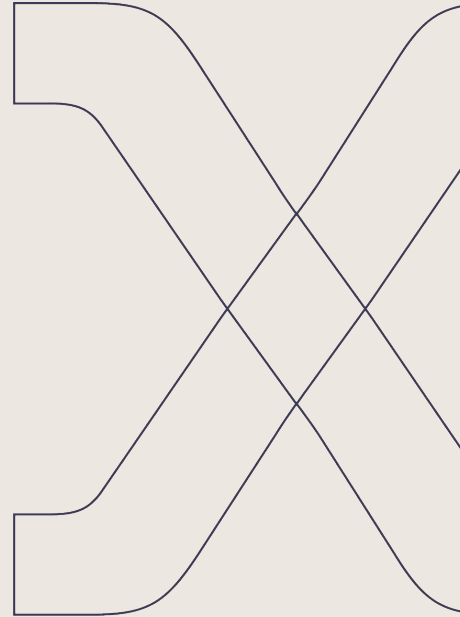
Jonas har efterladt
produkt-id 120 i kurven



Louise har efterladt
produkt-id 477 i kurven

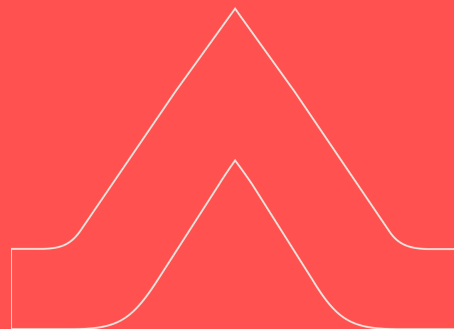


Frederik har efterladt
produkt-id 383 i kurven





#4 Workflows/automations

1. En af de vigtigste opgaver over mod Salg
2. **Eksempler:** High intent, Frequent Visitor, Churn Risk mv.
3. Ser du adfærd, Salg bør vide?
4. Har du fået et relevant datapunkt, som skal deles?
5. Er der noget, vi skal handle på nu og her?




Compose a Notification Email ✕


From Name 

From Email 

Send to (up to 5 email addresses)

nicolai@texta.dk ✕ 

Subject

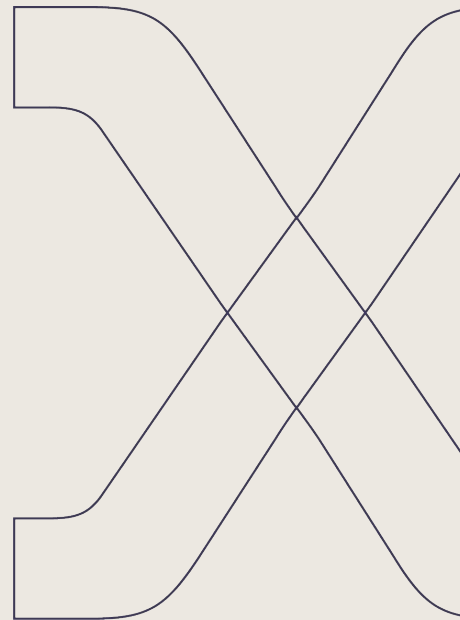


Message

Personalize Message

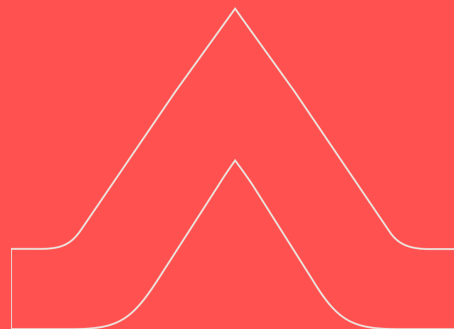
- Include a link to the contact.
- Include a summary of the contact's field values in the message footer.

Preview message Cancel Add



#5 High intent

1. Nummer 1 eller to på listen over ting, du skal gøre nu
2. Udviser en target account en form for købshensigt?
3. Hvad vil vi have, der skal ske nu?
4. **Salg**: Outreach, netværksanmodning eller ... ?
5. **Marketing**: Særskilt remarketing-layer, Custom Audience eller ... ?



Start this automation when one of these actions takes place



Contact enters "High intent-segment"

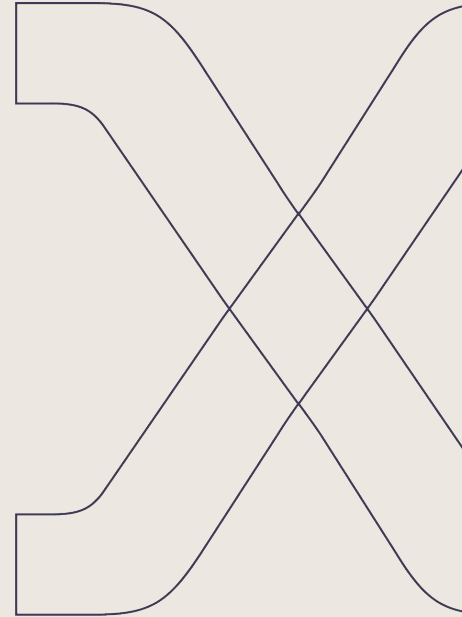
Add a new trigger



Add to Facebook Custom Audience "High intent-accounts"

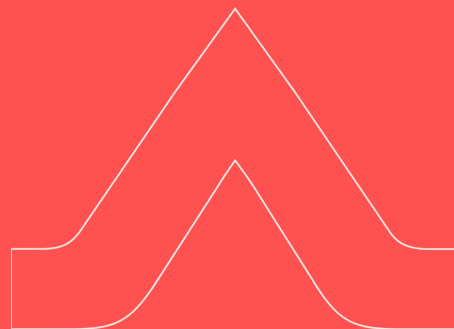


End this automation



#6 Invite-only

1. Ekstremt undervurderet, men kraftfuld greb
2. Kan være enten fysisk, digitalt eller hybrid
3. Skab følelsen af noget særligt og eksklusivt ...
4. ... og så er det sindssygt vigtigt at levere på det
5. Kan bruges både tidligt og sent i kunderejsen



til mig ▾

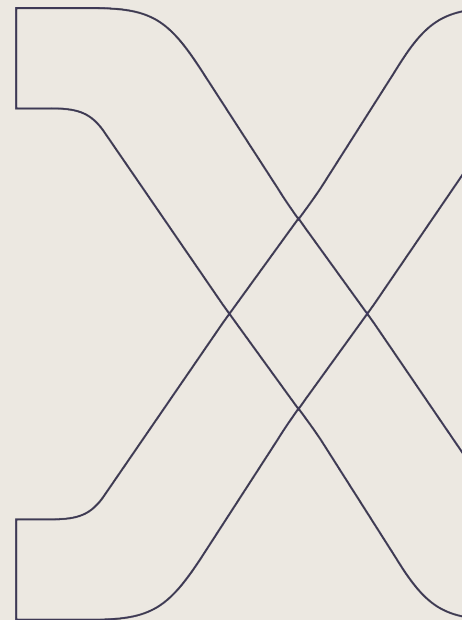
Hej Kim

Tak for snakken tidligere i dag. Jeg er glad for, at du gerne vil høre mere om den løsning, vi tilbyder bureauer som jer.

Som nævnt afholder vi et webinar d. XX, kl. YY:ZZ, hvor vi dykker ned i de udfordringer, bureauer typisk har ift. at sikre høj medarbejdereffektivitet, uden at det går på kompromis med trivsel og en hensigtsmæssig work life-balance. Jeg vil gerne invitere dig til at deltage sammen de øvrige ca. 15 bureauejere og -indehavere.

Webinaret varer ca. 60 minutter, og der vil være mulighed for at stille spørgsmål og netværke efterfølgende. Der er ingen forpligtelser om, at du på forhånd har oprettet en demokonto eller køber noget efterfølgende - eventet er udelukkende for at videndele og præsentere et bud på de udfordringer, du måske oplever som bureau ejer.

Jeg håber, du har lyst til at deltage.




#7 Premium content


1. Her skal du tænke ud af boksen
2. Hvad kan du tilbyde, som er andet og mere end en e-bog?
3. **Eksempler:** Tools, rapporter, analyser eller ...
4. Tænk i: Hvad ville folk betale i kroner og øre for at få?
5. Kan også være noget større (fx netværksgruppe)



Dine oplysninger

 Uden EcoSmart:
vandforbrug l/min


l/min

 Antal installationer


50 installationer


 Forbrugstid i minutter pr.
Døgn


5 minutter


 Belægning

75 procent

 CoolStart¹⁾ fås ikke for dette produkt

 EcoSmart²⁾ 9 l/min

 LowFlow³⁾ 3,5 l/min

 Vandpris⁴⁾

DKK / 1.000 l

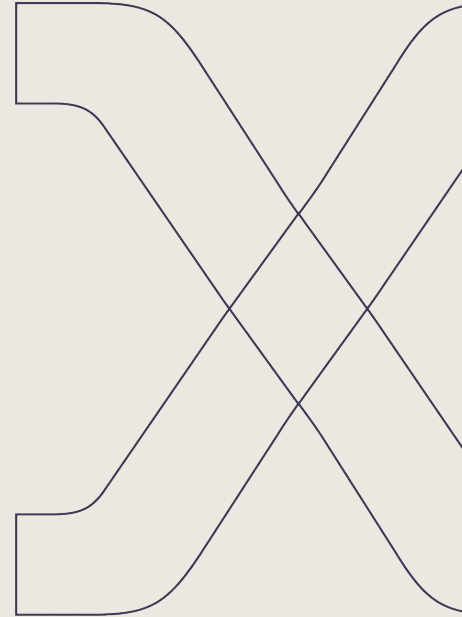
 Energiform⁵⁾

DKK / kWh

 produktpris⁶⁾

DKK

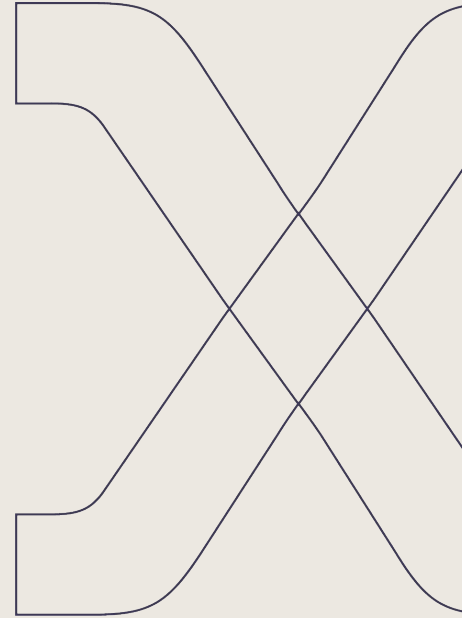
Beregn



Texta

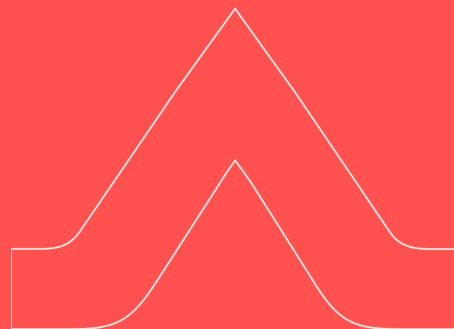
Holstebro B2B

Netværksinformation



#8 Lead Ads 2.0

1. Du kører (forhåbentligt) Lead Ads på Meta, LinkedIn osv.
2. Men mange bruger ikke alle formatets muligheder
3. **Meta:** Conditional Logic
4. **LinkedIn:** Request Profile
5. **Google:** Lead Form Extensions



Create your lead form

Headline

0 / 30

Business name

0 / 25

Description

0 / 200

Questions (up to 10)

To change the information you ask for after saving your campaign, you will have to create a new form

Contact information

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Name | <input type="checkbox"/> City |
| <input type="checkbox"/> Phone number | <input type="checkbox"/> Zip/Postal code |
| <input type="checkbox"/> Email | <input type="checkbox"/> State/Province |
| | <input type="checkbox"/> Country |

Work information

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Company name | <input type="checkbox"/> Work email |
| <input type="checkbox"/> Job title | <input type="checkbox"/> Work phone number |

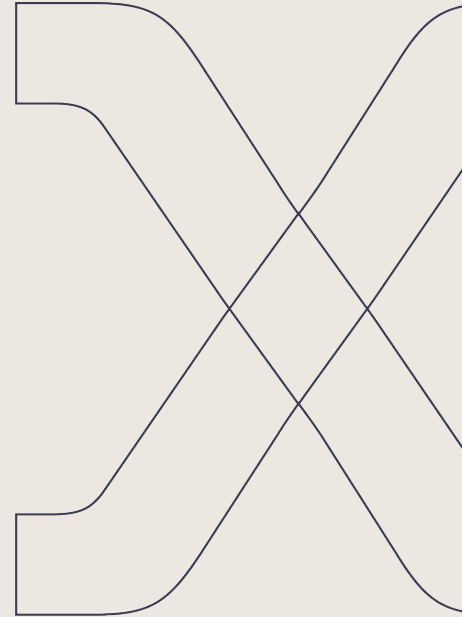
More questions

A mobile preview of a lead form. At the top is a blue header with a white back arrow. Below it is a white card with the title "Business name". The card contains a "Headline" field, a "Description" field, a "Full name" input field, and an "Email" input field. Below the form is a "GOOGLE DISCLOSURE" section with text: "By submitting, you agree to send your info to Business name so they can contact you about the above request. Business name agrees to use your info in accordance with their privacy policy. Google will also use your info in accordance with our privacy policy." At the bottom of the card is a blue "SUBMIT" button.

Lead form state

EXTENSION | **LEAD FORM** | **SUBMISSION MESSAGE**

Your ad might not always include all your text. Some shortening may also occur in some formats. [Learn more](#)



#9 Co-branded content

1. Lån andres talerør og troværdighed til target accounts
2. Dobbelt op på resultater til halv pris
3. Ikke er konkurrenter, men kritisk rolle for din target account
4. Vær opmærksom på de juridiske krav ved co-created marketing
5. Test forskellige formater (fysisk, LinkedIn Live mv.)



Heyloyalty

563 følgere

1d · Redigeret · 🌐

+ Følg

SÅ ER DET TID TIL WEBINAR!

Vi er blevet inviteret af [DanDomain](#) til at deltage i et webinar med emnet: Derfor er e-mail marketing stadig din vigtigste marketingkanal 🚀

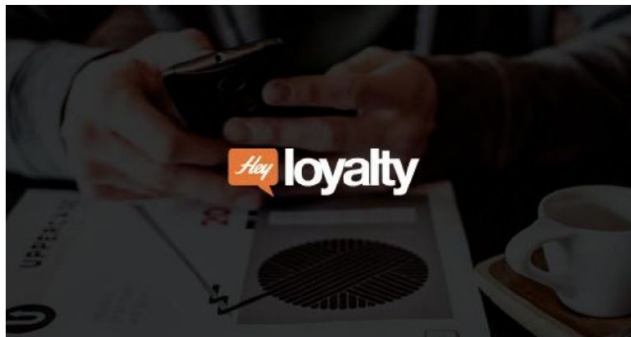
Og du er hermed inviteret.

Webinaret afholdes d. 26. januar kl. 13 - 14.30.

På webinarret får du tips og tricks til, hvordan du optimerer din e-mail marketingindsats.

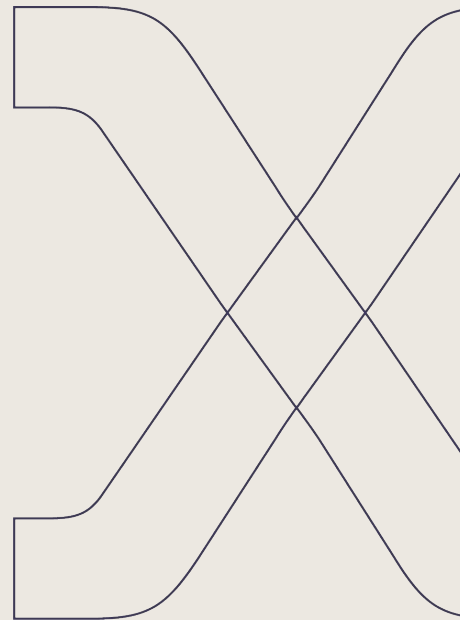
Tilmeld dig her: <https://bit.ly/3fKNWA2>

[#webinar](#) [#emailmarketing](#) [#ecommerce](#) [#marketingautomation](#)



Webinar i samarbejde med Heyloyalty - Tilmelding

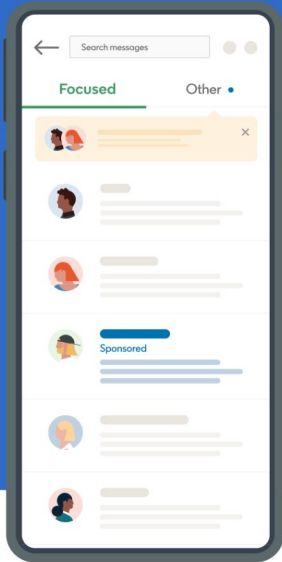
events.dandomain.dk · 1 min. læsetid



#10 Outreach

1. Godt, gammeldags, klassisk salgsarbejde
2. Men med hjælp og støtte fra Marketing
3. Account Customized Content (dataark, cases mv.)
4. Brug annoncering til at finde og kvalificere kontakter
5. **OBS:** Overvej Conversation Ads uden for EU



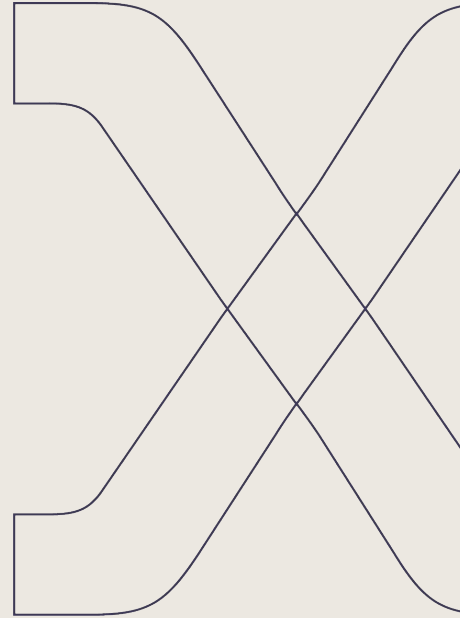


LinkedIn Conversation Ads

Start quality conversations with professionals through a choose-your-own-path experience.

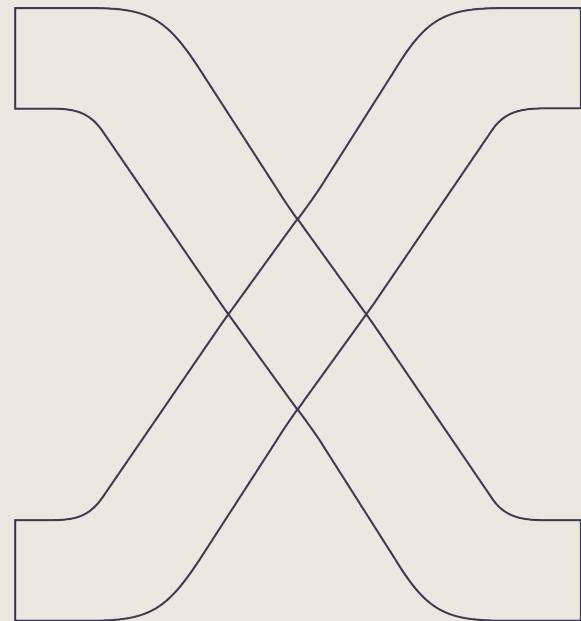
Create ad

LinkedIn discontinued location targeting in the European Union (EU) on all Sponsored Messaging campaigns, effective January 10, 2022. [Learn more.](#)



Inspiration

Et eksempel og nogle cases på, hvorfor ABM godt kan betale sig.



White papers

Överlagring och möjligheter för svenska e-handlare



Kostnadseffektiva förpackningar

Överlagring och möjligheter för svenska e-handlare



Kostnadseffektiva förpackningar

Överlagring och möjligheter för svenska e-handlare



Kostnadseffektiva förpackningar

En svensk e-handelsmarknad under utveckling



E-handelsframgång med förpackning

En svensk e-handelsmarknad under utveckling



E-handelsframgång med förpackning

En svensk e-handelsmarknad under utveckling



E-handelsframgång med förpackning

Facebook/LinkedIn ads

Så minskar e-handlare inom klädbranschen sina kostnader med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar ✓

Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva förpackningslösningar, och få receptet på hur du med hjälp... [More](#)

See Translation



STORAENSO.COM
Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva... [DOWNLOAD](#)

Like Comment Share

Så höjer svenska e-handlare inom apoteks- och läkemedelsindustrin sitt varumärkesvärde med hjälp av enkla lösningar i förpackningsdesignen ✓

Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva förpackningslösningar, och få receptet på hur du med hjälp... [More](#)

See Translation



STORAENSO.COM
Ladda ner vitboken - E-handelsframgång med... [DOWNLOAD](#)

Like Comment Share

Så minskar e-handlare inom livsmedelsindustrin sina kostnader med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar ✓

Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva förpackningslösningar, och få receptet på hur du med hjälp... [More](#)

See Translation




STORAENSO.COM
Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva... [DOWNLOAD](#)

Like Comment Share

Så höjer svenska handlare inom försäkringsbranschen sitt varumärkesvärde med hjälp av enkla lösningar i förpackningsdesignen ✓

Ladda ner vitboken, E-handelsframgång med förpackning, och få det optimala receptet på hur du med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar kan göra ditt varumärkesförhållande till ett utmärkt och tillräckligt bra.

See Translation



Ladda ned vårt white paper

Så minskar e-handlare inom apoteks- och läkemedelsindustrin sina kostnader med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar ✓

Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva förpackningslösningar, och få receptet på hur du med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar kan göra ditt varumärkesförhållande till ett utmärkt och tillräckligt bra.

See Translation



Ladda ned vårt white paper

Så minskar e-handlare inom klädbranschen sina kostnader med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar ✓

Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva förpackningslösningar, och få receptet på hur du med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar kan göra ditt varumärkesförhållande till ett utmärkt och tillräckligt bra.

See Translation



Ladda ned vårt white paper

Google display ads



Framtidens förpackningslösningar är hållbara

[Läs mer här](#)

Emballageudviklingschef X Direktør for brandudvikling X Community manager X
Regional Brand Manager X Direktør for brandstrategi X Seniorbrandmanager X
Produktbrandchef X Produktmarketingdirektør X Senior Community Manager X
Vice President Community Relations X Digital salgschef X Underdirektør for e-handel X
E-handelsmarketingchef X Direktør for onlinesalg X Direktør for brandkommunikation X
Leder for e-handel X Administrerende branddirektør X Brandstrategichef X
Senior Director Global Marketing X Online Community Manager X Corporate Brand Manager X
Senior Manager Ecommerce X Direktør for digitalt salg X Direktør for salg og marketing X
Chef for brandinnovation X Overordnet produktmarketingchef X Leder for brandmarketing X
National brandchef X Brandmanager X Onlinesalgsdirektør X Branddirektør X
Senior Global Brand Manager X Detailbrandchef X Leder for salg og marketing X
Corporate Social Responsibility Manager X E-handelsproduktchef X
Regional Product Marketing Manager X Onlinesalgsmarketingchef X
Senior International Brand Manager X Chef, kundemarketing X Marketingchef X
Global markedsføringsdirektør X Marketingdirektør X Emballagechef X
Community Relations Manager X E-handelschef X Produktmarketingchef X E-forretningschef X
E-handelsdirektør X Group Brand Manager X Chef for forbrugermarketing X
Direktør for brandmarketing X Marketing- og reklamechef X Global Brand Manager X
Bæredygtighedsleder X Leder af brand X Brandudviklingschef X Brandkommunikationschef X
Chef for onlinesalg X Direktør for e-handel X Leder, bæredygtighed X
Leder for produktmarketing X Vice President Ecommerce X Administrerende marketingdirektør X
Global Brand Director X International Brand Manager X Senior Director Product Marketing X

X Direktør for globalt indkøb X Direktør for forsyningskædedrift X
Logistikdirektør X Senior Director Supply Chain X
Supply Chain X Leder for styring af forsyningskæden X
X Direktør for logistikdrift X Forsyningskædedirektør X
X Direktør for global logistik X International Logistics Manager X
Forsyningschef X Vice President Strategic Sourcing X
n Management X Direktør for forsyningskædelogistik X
X Senior Manager Strategic Sourcing X Direktør for indkøbslogistik X
ager X Group Logistics Manager X
planlægning X Strategisk indkøbsleder X
istik X Leder af logistikafdeling X Corporate Logistics Manager X
chef X Direktør for forsyningskædeløsninger X
finans X Global Strategic Sourcing Manager X
X Group Supply Chain Manager X Indkøbs- og produktionschef X
ger X Logistikchef X Emballagechef X Indkøbsdirektør X
Vicedirektør, forsyningskæde X Chef for forsyningskædestyring X
skæden X Supply chain manager X Overordnet logistikchef X
leder X Forsyningsdirektør X Forsyningskædeleder X
bal Sourcing Manager X Direktør for strategisk indkøb X
X Vice President Sourcing X Direktør for globalt indkøb X
ter for global forsyningskæde X Forsyningskædedriftschef X

Global Logistics Manager X Vice President Supply Chain Management X + Tilføj Jobtitler



THE RENEWABLE MATERIALS COMPANY

Framtidens förpackningslösningar är hållbara

Så höjer svenska e-handlare inom klädbranschen sitt varumärkesvärde med hjälp av enkla ändringar i förpacknings-layouten

- 5 avgörande insikter från den svenska marknaden

Ladda ner vittboken **E-handelsframgång med förpackning** och få det optimala receptet på hur du utnyttjar dina förpackningars kommersiella varumärkesprofileringspotential på ett optimalt sätt och skapar mer försäljning. Du får bland annat 5 huvudsakliga insikter, som ger dig svar på:

- Vilka utmaningar svenska klädåterförsäljare online står inför på dagens konkurrenspräglade marknad.
- Vilka förväntningar och önsningar de kritiska och miljömedvetna svenska konsumenterna har på produktförpackningar, när de köper kläder online.

Ladda ned 'E-handelsframgång med förpackning'

FÖR- OCH EFTERNAMN*

E-POST*

FÖRETAG*

Stora Enso hanterar personuppgifter på ett ansvarsfullt sätt. För mer information, besök vår [Privacy Notice](#).

Så minskar e-handlare inom klädbranschen sina kostnader med hjälp av kostnadseffektiva förpackningslösningar ✓
Ladda ner vitboken, Kostnadseffektiva förpackningslösningar, och få receptet på hur du med hjälp... More

See Translation



STORAENSO.COM

Ladda ner vitboken,
Kostnadseffektiva...

DOWNLOAD

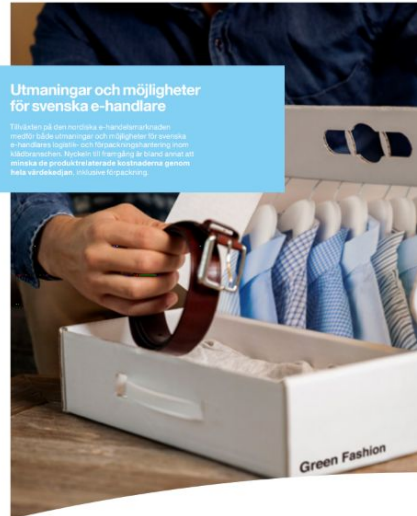
Like Comment Share

Framtidens förpackningslösningar



Framtidens förpackningslösningar
är hållbara

Läs mer här



Utmaningar och möjligheter för svenska e-handlare

Tänkningen på den nordiska e-handelsmarknaden
inverkar både utmaningar och möjligheter för svenska
e-handlars logistik- och förpackningsstrategier inom
särskilt näringslivet. Både när det gäller att minska
miljö- och produktrelaterade kostnader genom
bättre värdekedjan, inklusive förpackning.

**Kostnadseffektiva
förpackningar**





Robert Bloxham • 2nd

Founder and CEO of Orb & Plan B

1d • 🌐

Saw your post earlier [Noel Mack](#). My name is Rob and this is [Orb](#) 😊





John Legere ✓
@JohnLegere



I love this!! Thank you @GumGum for making this epic comic book about @TMobile. Go #Tman!!! bit.ly/2gCfMOj

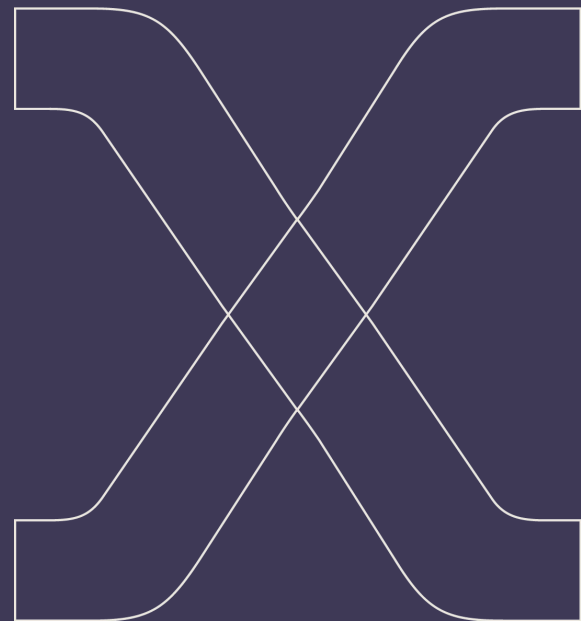


8.48 PM · 29. nov. 2016 · Twitter for iPhone

21 Retweets 6 Citat-Tweets 87 Likes

Teknik

Værktøjer og infrastruktur, der er kritisk for at lykkes med ABM.



Tracking

- Server-side tracking
- LinkedIn Offline Conversions
- CAPI (Meta, LinkedIn mv.)
- Consent Mode V2
- Enhanced Conversions ...
- ... og jeg kunne blive ved: [Tip en tracking 13'er.](#)



Tools

- Dreamdata
- Cognism
- Leadfeeder
- Clearbit
- Unbounce
- FireFlies



Tak for opmærksomheden.

Texta www.texta.dk | kontakt@texta.dk | +45 60 54 61 24

