

Sammanställt resultat för

MiG-Dialogen Apsis

2009-04-30

Kristina Cohn Linde












Undersökningsperiod:

2009-04-24 - 2009-04-29

Sammanfattande statistik om undersökningen

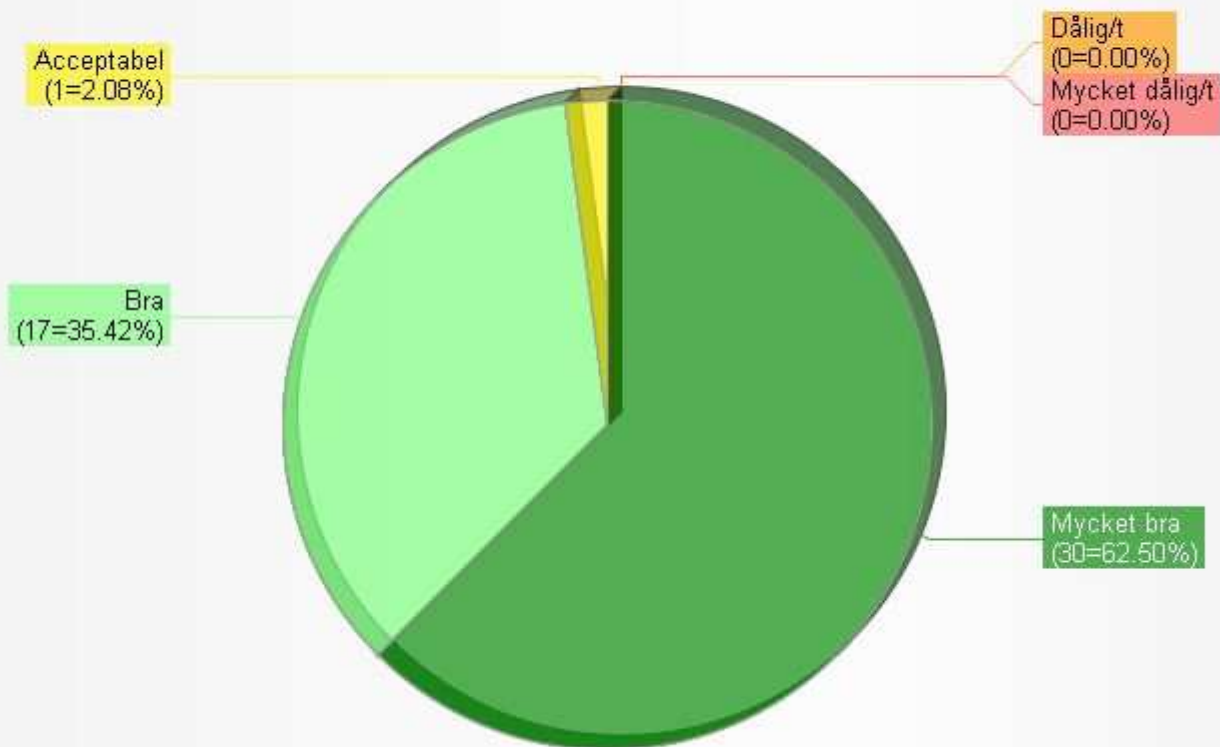
| | |
|--|---------------------------------------|
| Totalt antal respondenter: | 48 |
| Första svar inkom: | 2009-04-24 |
| Sista svar inkom: | 2009-04-29 |
| Total svarsfrekvens: | Svarsandel 37,8% 48/127 |
| Genomsnittlig svarstid (min-max svarstid): | 2:19 min (0:40-12:09 min) |

Inkluderade frågor i rapporten:

| <i>Index</i> | <i>Kat.</i> | <i>Fråga/Parameter</i> |
|--------------|---|---|
| |  | Spontan kommentar om morgonens FrukostKlubb! |
| |  | Vad tycker Du om upplägget av föredraget/ föredragen? |
| |  | Vad tycker Du om föredragshållaren/-hållarnas framförande? |
| |  | Vad tycker Du om frukostvärdens/-värdarnas presentationsmaterial? |
| |  | Vad tycker Du om nyttan för Dig personligen av att ha deltagit på morgonens FrukostKlubb? |
| |  | Vad tror Du om nyttan för Din organisation av att Du deltagit på FrukostKlubben? |
| |  | Skapade Du nya kontakter under dagens FrukostKlubb? |
| |  | Behöver du skicka mottagaranpassade brev? |
| |  | Varför e-postmarknadsföring? |
| |  | Vad är avgörande för att få ett brev öppnat? |
| |  | Varför behöver du tänka etiskt när det gäller e-post? |

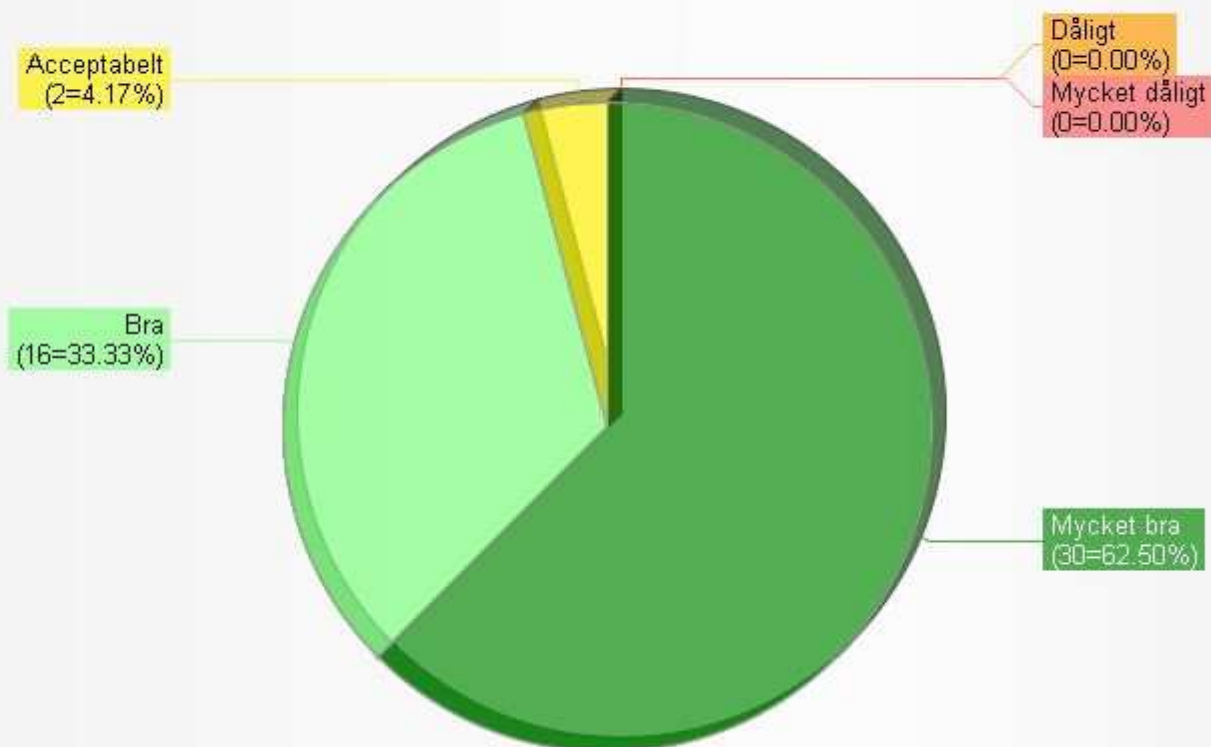
1: Spontan kommentar om morgonens FrukostKlubb!

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



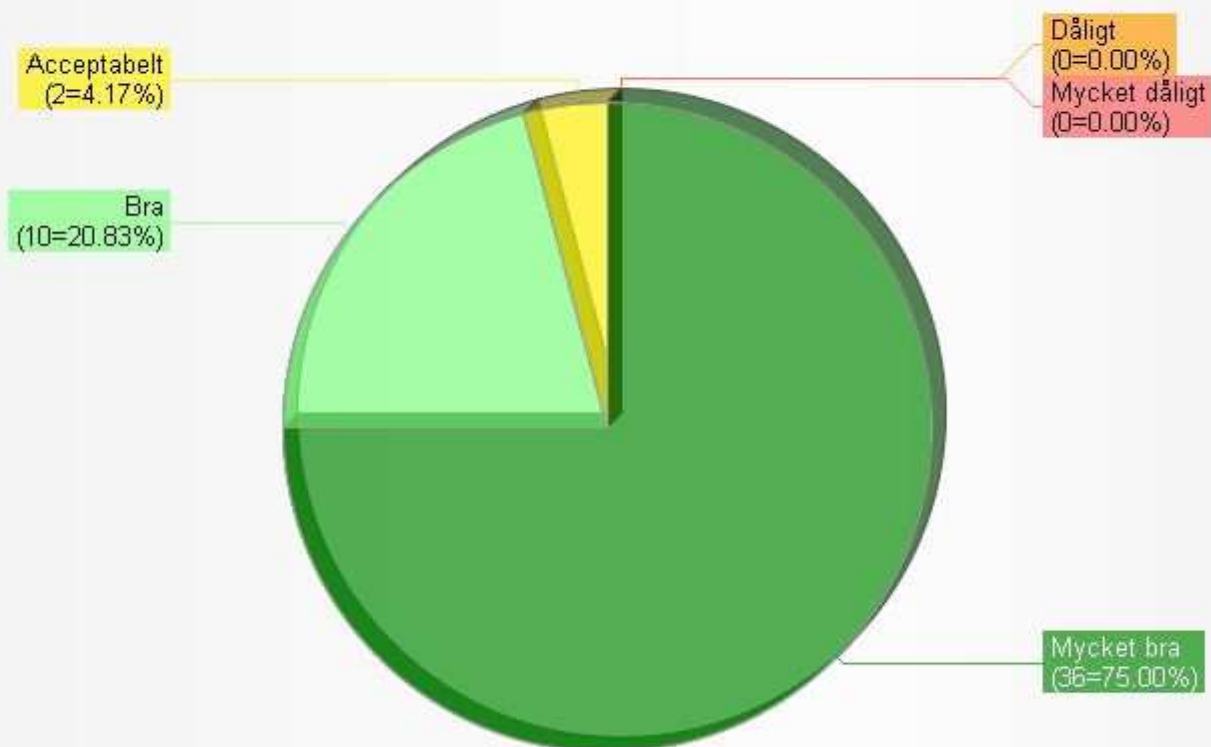
2: Vad tycker Du om upplägget av föredraget/ föredragen?

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



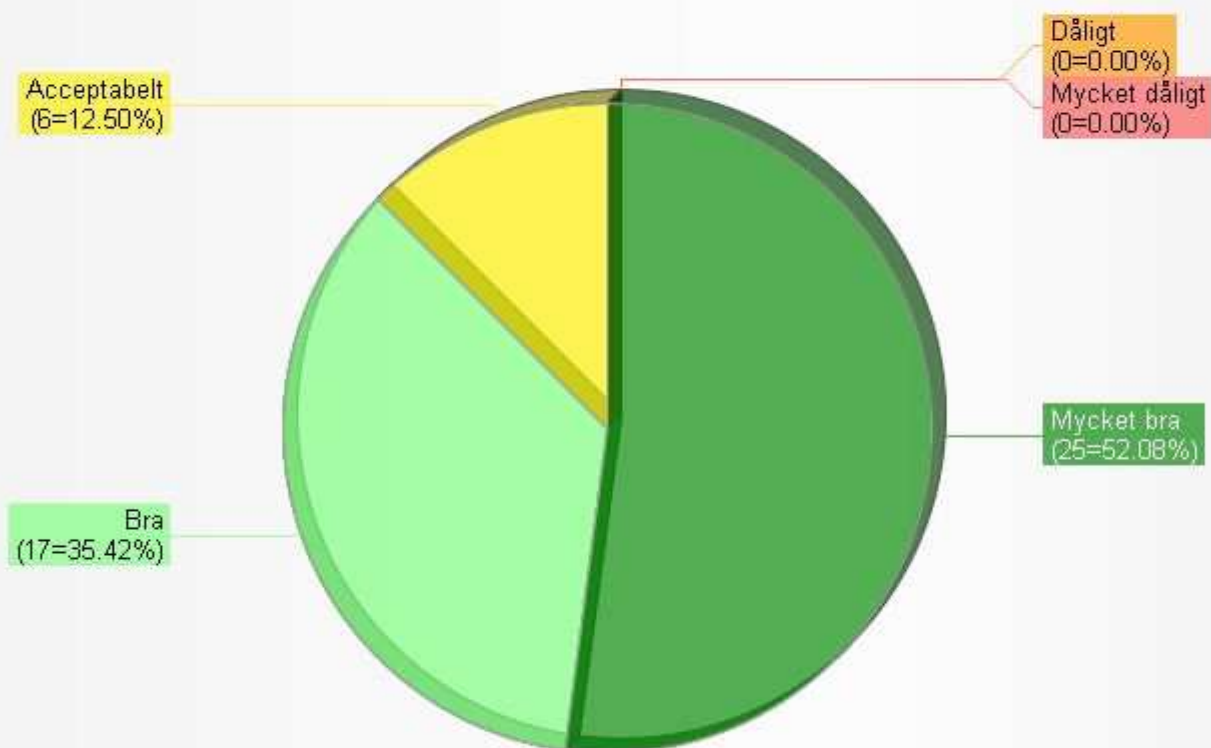
3: Vad tycker Du om föredragshållaren/-hållarnas framförande?

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



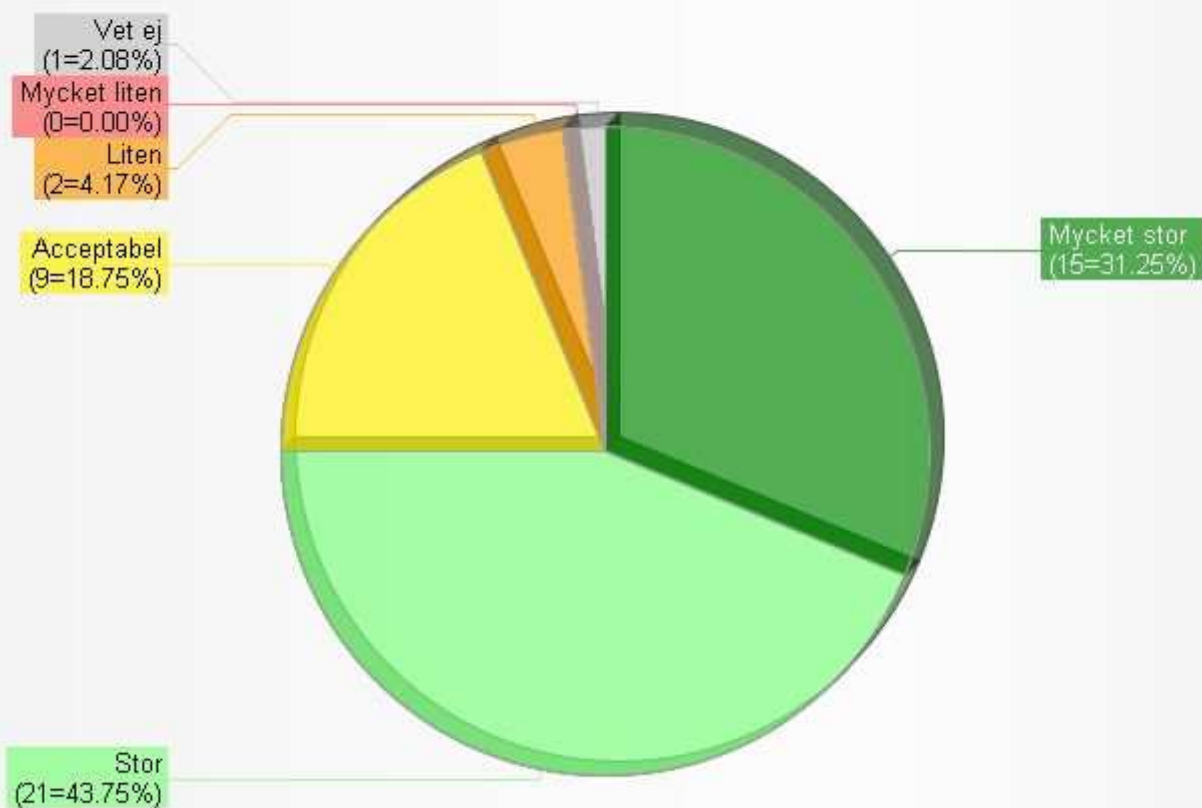
4: Vad tycker Du om frukostvärdens/-värdarnas presentationsmaterial?

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



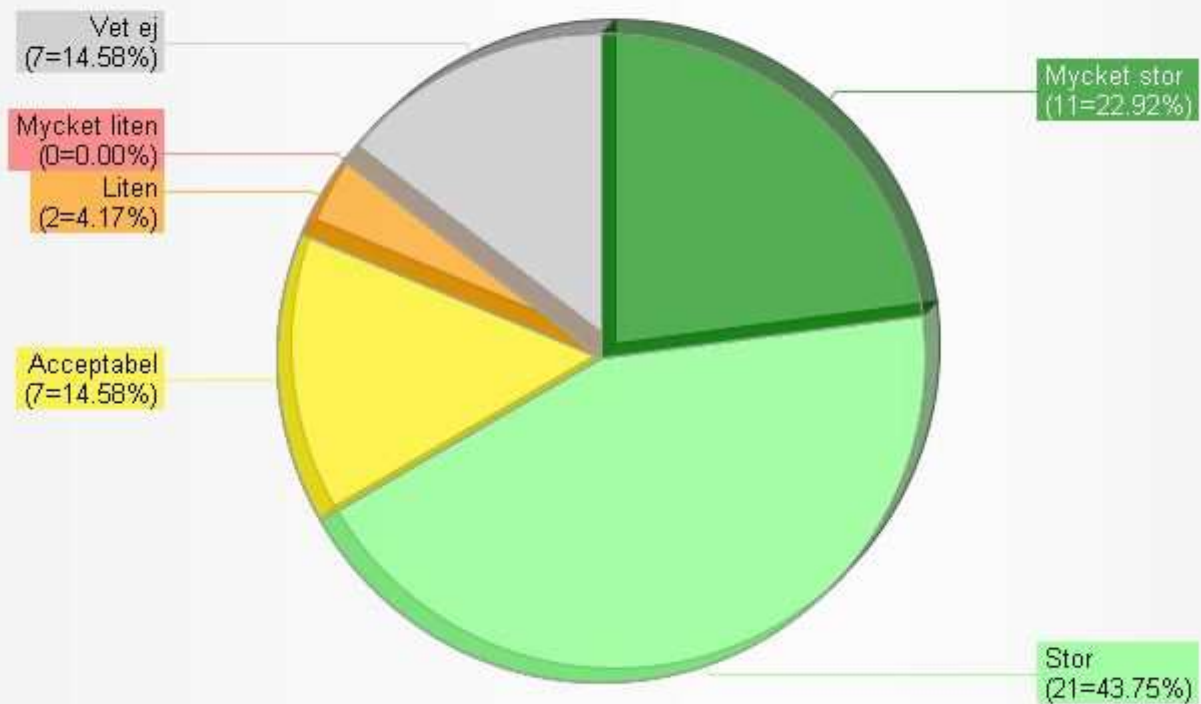
5: Vad tycker Du om nyttan för Dig personligen av att ha deltagit på morgonens FrukostKlubb?

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



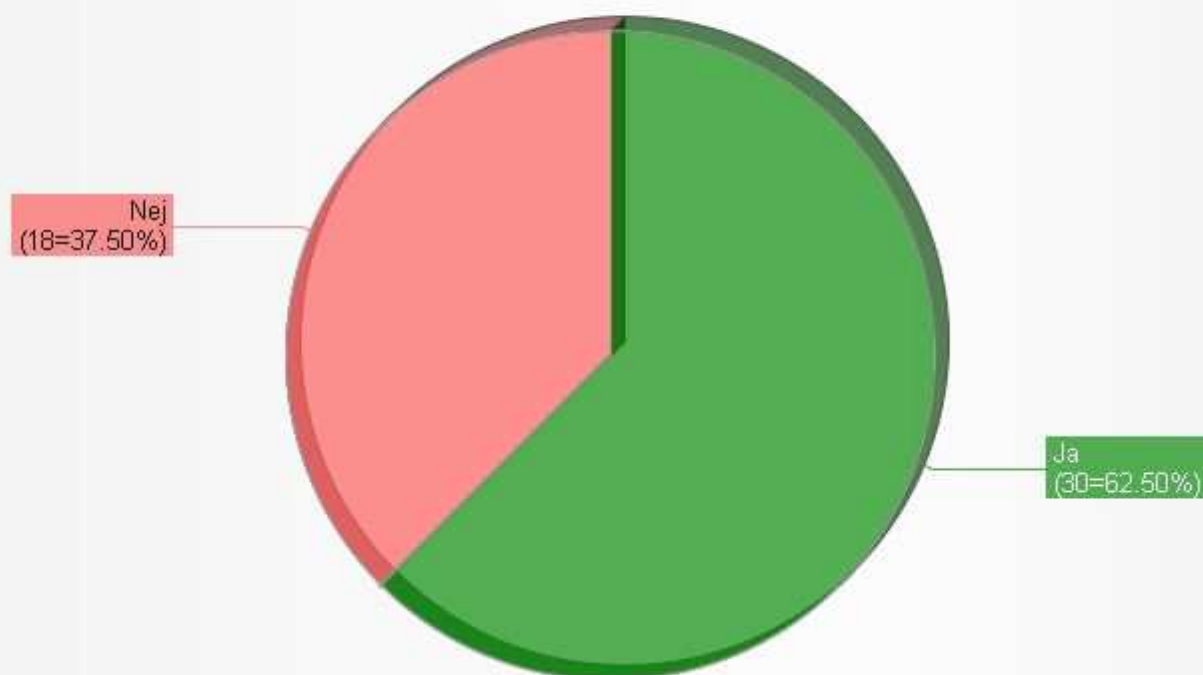
6: Vad tror Du om nyttan för Din organisation av att Du deltagit på FrukostKlubben?

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



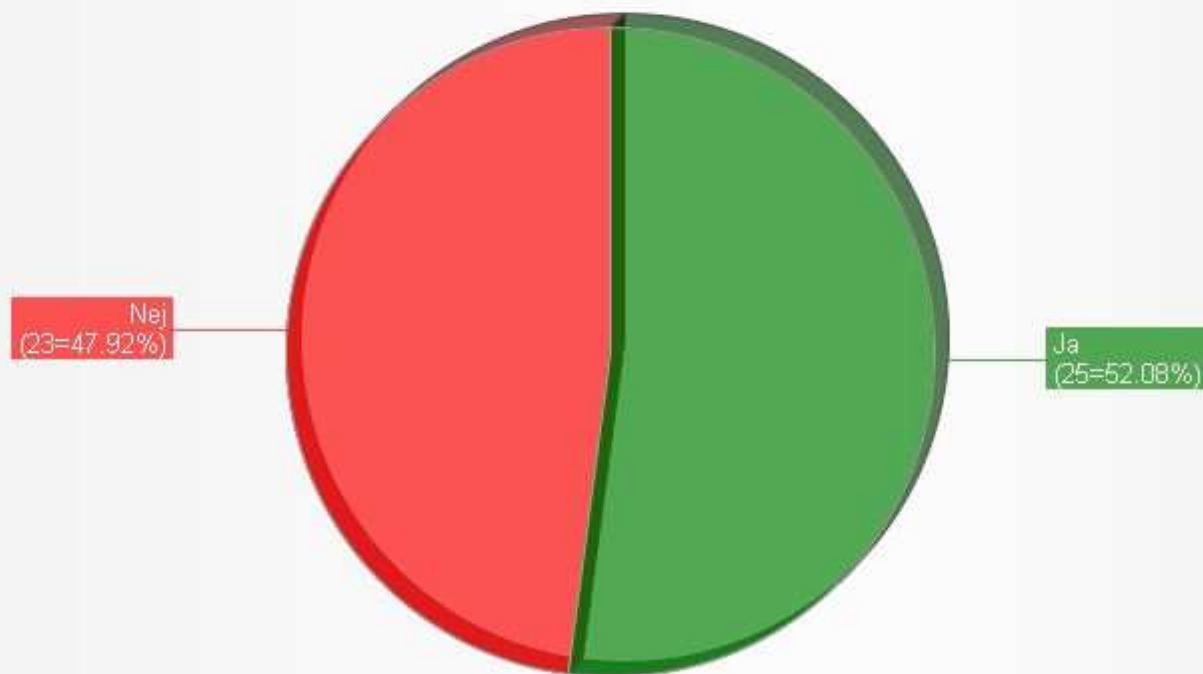
7: Skapade Du nya kontakter under dagens FrukostKlubb?

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



8: Behöver du skicka mottagaranpassade brev?

(Selektion: Samtliga svarsformulär; 48 svar)
(Diagramserie: Total)



9: Varför e-postmarknadsföring?

Diagramserie: **Total**

Selektion: **Samtliga svarsformulär; 16** svar

Billig, snabb och effektiv marknadsföring.

Billigt och effektivt om det görs på rätt sätt.

De kan göras till rätt personer

Det tror jag alla behöver idag

det är kostnadseffektivt den är snabb det är enkelt att följa mottagarens beteende och att mäta roi vi lär känna våra kunder

Direktmarknadsföring i modern tappning.

En bra kanal alla läser mail

Enkelt snabbt

Få besökare till hemsidan

Kostnadseffektivt, snabbt och enkelt

kostnadseffektivt, snabbt, mätbart, möjligt att nischa in sig på utvalda kundgrupper

lägre kontaktkostnad än trad DR, mindre miljöpåverkan, enklare att skraddarsy innehåll till mottagaren

Snabbt, kostnadseffektivt, selektivt

Står inför att starta en e-butik och ser detta som ETT sätt att nå ut... Verkar väldigt effektivt om det görs på rätt sätt och miljövänligt ;)

suveränt sätt att nå sin målgrupp

Ta del av bra erbjudande eller information

10: Vad är avgörande för att få ett brev öppnat?

Diagramserie: **Total**

Selektion: **Samtliga svarsformulär; 18** svar

1) Mottagarnpassad text i subject 2) Att mottagaren har godkänt att vi får skicka information (mottagaren är intresserad)

Att det intresserar mig.

Att fånga intresset och uppenbarligen att mottagaren tackat ja till brevet.

Att innehållet är lockande, dvs rubrik och avsändare

Avsändare och rubrik, känd avsändare

Avsändaren

Bra och intressant ämne

Det ska vara intressant något som tilltalar mig

En rubrik som sticker ut.

Ett starkt varumärke eller intressant ämne

Intressant avsändare, erbjudande, tävling m.m.

kunden har okeyat avsändaren, etiskt korrekt, på mottagarens villkor, aktuellt, plusvärden med specialerbjudande för kunden, viktigt att kolla kunden så att erbjudandet inte fallerar vilket kan få motsatt effekt

RELEVANS!

Rubrik som är intressant för mottagaren

Rubriken och avsändaren!

rubrikrad och att det är relevant

Rätt inbtresseområde

tilltalande approach

11: Varför behöver du tänka etiskt när det gäller e-post?

Diagramserie: **Total**

Selektion: **Samtliga svarsformulär; 14** svar

Annars hamnar det i papperskorgen. Vill också tillägga att jag tycker det var en oerhört proffsig presentation, intressant och riktigt bra framfört. Tack!

Datorn/inkorgen upplevs personlig jämfört med många andra medier.

Det finns alldeles för mycket SPAM

det ska man alltid...

för att det skall ske på mottagarnas villkor

För att inte mejlet ska raderas och eventuella negativa konsekvenser för varumärket

För att inte mottagen ska slänga brevet oöppnat

För att mottagaren skall bli intresserad av mitt mail och inte irriterad!...

Mottagaren klickar bort okänd adressat eller oönskade mail, mailet öppnas sällan, förfelad strategi

Möta mottagaren på mottagarens villkor

Onte skicka för ofta, så att det blir en plåga

Som när det gäller vanliga brev.

Svårt besvara.

Trovärdighet i en värld av massa lycksökare