



## Dansk succes-iværksætter har set lyset - nu vil han udbrede ny metode: "Moderne tech-virksomheder taber, hvis de ikke anvender growth hacking"

Growth hacking er en samtænkning og markedsføring og produktudvikling, og hvis du som moderne tech-virksomhed ikke growth hacker, kan du ikke vinde, lyder det fra den danske iværksætter Morten Elk.

14. juni 2017 kl. 14.27



JACOB  
Ø. WITTORFF  
Journalist

TWITTER  
@wittorff

Annonce:

it-jobbank

– og kom samtidig på [Computerworld.dk](http://Computerworld.dk)

Klik her

Den danske iværksætter Morten Elk har en ph.d i teoretisk atomfysik.

Derfor var det naturligt for ham at gå videnskabeligt til værks, da han i 2001 stiftede sin virksomhed SimpleSite (dengang 123hjemmeside, red).

"Det ligger i vores DNA at eksperimentere og måle på alt, men i lang tid tænkte vi ikke på, at det var noget, der havde et særligt navn. For os var det bare en naturlig måde at gøre det på," fortæller Morten Elk til Computerworld.

Men da han i 2010 læste et blogindlæg af den amerikanske it-markedsføringsguru Sean Ellis, gik det op for ham, at de hos SimpleSite var "growth hackers".

Annonce:

COMPUTERWORLD  
HOW TO?

Gratis seminar i Aarhus d. 31. august

**Sikkerhed i virksomheden:**  
Sådan får du et bedre forsvar mod de mange trusler.

Tilmeld dig her

## Samtænkning af markedsføring og produktudvikling

Sean Ellis er kendt for netop at være ophavsmand til begrebet growth hacking.

Det defineres normalt som digital disciplin, der samtænker marketing og produktudvikling.

Nogle gange omtales growth hacking også som scientific marketing. Altså videnskabelig markedsføring.

Det måske bedste eksempel på fænomenet finder vi ifølge Morten Elk hos sociale netværk som Facebook eller LinkedIn, hvor der er en meget tæt forbindelse mellem produktets kvalitet og væksten i antallet af brugere.

"Her udgør forbindelsen til dine venner selve produktet. Når du udvider dit netværk, får du derfor et bedre produkt. Det betyder, at hvis Facebook eller LinkedIn kan gøre det en lille smule lettere at få nye venner, så får de flere kunder, men de skaber samtidig også mere værdi for brugerne," forklarer Morten Elk.

En growth hackers opgave er således at skabe produkterforbedringer, der er med til at øge kundetilstrømningen.

### En forretning med tre led

Ifølge Morten Elk er digitale produkter dog generelt kendetegnet ved, at der er en tæt sammenhæng mellem produktet og kundetilstrømningen,

Det er også tilfældet hos Morten Elks virksomhed Simplesite, der er en abonnements-tjeneste, som gør det let at bygge en hjemmeside.

Han forklarer, at virksomhedens forretning i praksis bygger på en kæde, der står af tre led.

Kæden starter med at Simplesite køber sig til trafik via eksempelvis Google Adwords. Den trafik skaber besøgende, der prøver produktet, og en af del de besøgende ender med at købe produktet.

"Der er nogle meget voldsomme feedback loops i den kæde, hvor en forbedring i et enkelt af kædens led forbedrer hele kæden. Det vil sige, at hvis jeg kan lave en produktforbedring, der betyder, at tre gange så mange mennesker får en succesoplevelse, når de opretter et website hos os, så betyder det formentligt også, at jeg kan sælge tre gange så mange abonnemeter på den samme trafik," siger han.

#### YouSees nye digitale setup



Kort fra idé til handling og kunden i centrum er kodeord, der samler det digitale ansvar ét sted i det, YouSee kalder Digital Warehouse.

21. april 2017 | [Læs mere](#) →

**"Der er nogle meget voldsomme feedback loops i den kæde, hvor en forbedring i et enkelt af kædens led forbedrer hele kæden."**

### **Mere værdi for marketing-kronerne**

Med andre ord giver produktforbedringen Morten Elk tre gange så stor værdi for de marketingkroner, som han bruger til at købe trafik for.

Og det er ifølge Morten Elk her, at det for alvor begynder at blive interessant.

"For hvis min markedsføring er begrænset af, at jeg kun kan betale et fast beløb per kunde, kan jeg på grund af min bedre konvertering nu betale tre gange så meget for et klik. Det betyder, at jeg kan købe tre gange så meget trafik hos Google, men det kan også åbne for, at jeg kan anvende nogle helt nye marketingskanaler," siger han.

### **Har startet nordisk netværk**

For Morten Elk har opdagelsen af growth hacking været så væsentlig en erkendelse, at han har taget initiativ til at starte netværket Nordic Growth Hackers.

Hvert kvartal afholder netværket et arrangement i Founders House på Islands Brygge i København, hvor udviklere og ledere fra iværksætter-miljøet kan dele erfaringer og netværke med hinanden.

**Læs også: Kendte danske stjerne-iværksættere i spidsen for ny investeringsfond - står klar med store summer til danske it-startups**

### **I fremtiden taber du, hvis du ikke growth hacker**

I fremtiden bliver det ifølge Morten helt afgørende virksomheder, at de kan mestre værktøjerne i growth hacking-værktøjskassen, og det årsagen til, at han valgt at gå aktivt ind i kampen for at udbrede kendskabet til disciplinen.

"Moderne tech-virksomheder taber, hvis de ikke anvender growth hacking. For det gør deres konkurrenter. Derfor skal du være god til growth hacking på samme måde, som du i dag også skal være god til udvikling, test og design," fortæller han.

**"Moderne tech-virksomheder taber, hvis de ikke anvender growth hacking. For det gør deres konkurrenter. Derfor skal være du være god til growth hacking på samme måde, som du i dag også skal være god til udvikling, test og design."**

**"Det er en banal ændring, men det gav os faktisk 10 procent flere kunder. Det er bare et ud af sindsygt mange eksempler på små optimeringer, der kan styrke din vækst og forbedre din konkurrencedygtighed. "**

#### **Fik ti procent flere kunder med simpelt trick**

Morten Elk giver et konkret eksempel på et stykke growth hacking, som de har udført hos SimpleSite.

Han forklarer, at en meget stor del af de brugere, der kommer ind på SimpleSites hjemmeside kommer fra Google-søgninger på "how to create a website."

Det viser sig dog, at mange mennesker også søger på "how to create a blog," selvom deres forståelse af en blog er identisk med det, som SimpleSite kalder for et website.

Da de kom til den erkendelse hos SimpleSite udarbejdede de en løsning, der betyder, at folk der søger på 'how to create a blog' i dag bliver mødt af en tilpasset udgave af SimpleSites hjemmeside, hvor ordet website er erstattet af ordet blog,

"I stedet for 'what color do you want for your website', står der nu 'what color do you want for your blog'. På den måde viser vi brugerne, at vi forstår dem. Det er en banal ændring, men det gav os faktisk 10 procent flere kunder. Det er bare et ud af sindsygt mange eksempler på små optimeringer, der kan styrke din vækst og forbedre din konkurrencedygtighed. Lægger du dem alle sammen kan forskellen være enorm," siger han.

*En del af growth hacking- disciplinen er implementeringen af de forskellige tiltag, men en anden del er de bagvedliggende erkendelser. Hvordan når I frem til dem?*

"Det er en blanding af intuition og systematik. Vi kigger på trafiktal, laver user-testing-videoer og kigger på vores konkurrenter, og på baggrund af det, bruger vi vores sunde fornuft. Desværre er det sådan, at ni ud af ti af dine ideer viser sig at være dårlige. Min erfaring er, at 10 procent procent af ideerne er gode, 20 procent er skadelige og 70 procent har ikke nogen mærkbar effekt. Netop derfor er det også helt afgørende, at du måler på dine tiltag," siger han.