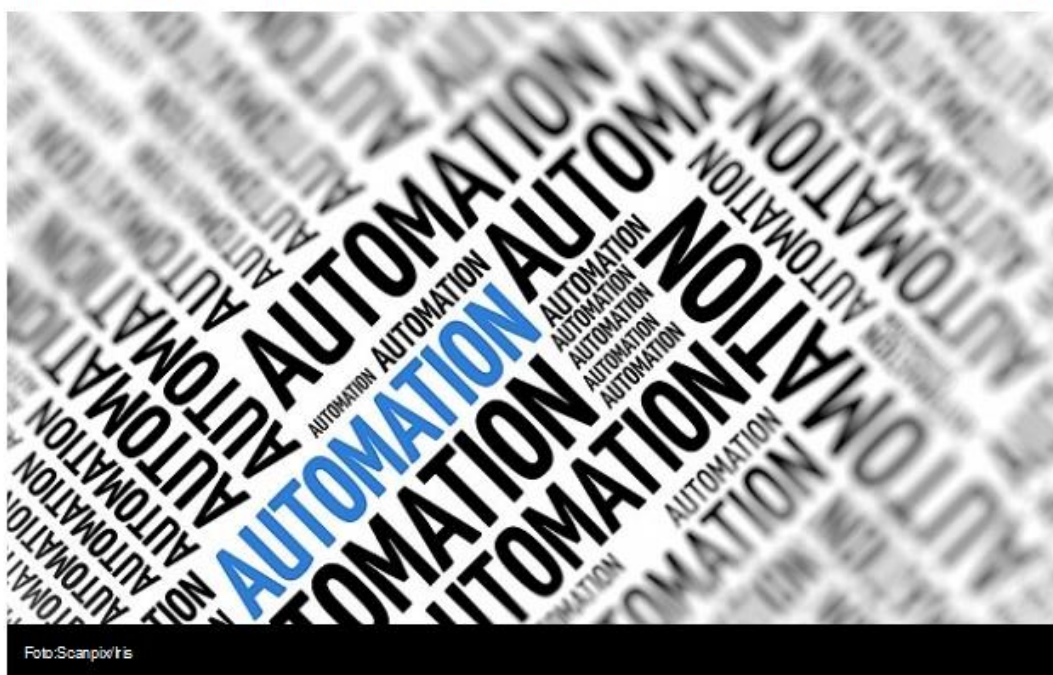


Vækstfirma vælger automation

10. mar 16 [Digitalt](#) | Skrevet af Jakob M. Larsen | [+](#) [✉](#) [🗨](#) 👍 0



Danske SimpleSite har sat gang i en Marketing Automation-strategi for at få konverteret flere af sine fem mio. globale brugere til betalende kunder. Agillics software er valgt som fundament og Kaplan som bureau.

Relaterede artikler

- [Agillic opruster igen](#)
- [Vækstfirma knækker onlinekode](#)

Det danske væksteventyr SimpleSite har – sagt på godt jysk – klaret sig ganske pænt internationalt med over fem millioner brugere af virksomhedens enkle hjemmesider.

SimpleSite eksisterer således i dag i flere end 23 lokale sprogversioner, og de får globalt over 400.000 nye brugere hver måned.

Nu skal flere af disse gå fra at være gratister til betalende kunder, og derfor har bureauet sat gang i en større strategi, hvor Marketing Automation er

omdrejningspunktet.

- Vi vurderede en del platforme i forløbet, men endte med at vælge Agillic. Deres eksekveringsplatform kan netop løse den udfordring, der er i at omsætte virkelig store mængder data til personaliseret kommunikation overfor vores internationale gruppe af kunder, siger Morten Elk, CEO i SimpleSite

- Samtidig er brugerinterfacet faktisk til at finde ud af. Det er væsentligt for os, da vi selv ønsker at varetage dele af det praktiske arbejde med at lave personaliseret kommunikation, fortsætter han.

Kaplan valgt som bureau

Agillic står bag en marketing automation platform, der fungerer for kundeklubber og kundekommunikation for bl.a. Matas, DSB, Sydbank, Mofibo, MaxiZoo m.fl.

Partnerskaber i Danmark tæller bl.a. bureauerne Wunderman, Responsive, Hjaltelin Stahl Direct og Kaplan, og det sidstnævnte valgte SimpleSite at samarbejde omkring eksekvering af selve opgaven.

- De er strategisk stærke, men formår samtidig at være pragmatiske i forhold til at eksekvere på de ting, vi allerede ved, er en god idé. Desuden har de god erfaring med Agillic. Så vi føler os på alle måder i trygge hænder, siger Morten Elk.

Hos Agillic er direktør Jesper Valentin Holm naturligvis begejstret for samarbejdet.

- SimpleSite er på mange måder en ønskekunde for os. De har for det første en stor volumen af brugere, hvilket gør det yderst profitabelt at automatisere marketingprocesser på baggrund af data og indsigter, siger han.

- Dernæst giver de os mulighed for at demonstrere, at vi ikke kun kan eksekvere på Nordisk plan, som vi fx gør det med Entercard, Santander Bank og Colorline, men faktisk formår at eksekvere kommunikationsflows på tværs af flere sprog og kulturer, slutter Jesper Valentin Holm.