



Gigtforeningen

GIGTFORENINGEN
GENVINDER 40% AF
DERES HJEMME-
SIDE BESØG TAKKET
VÆRE RECAPTURE



Pålidelig data om anonyme brugere på hjemmesiden, som de ikke har haft adgang til før.

35% flere besøgende genvundet gennem Facebook

40% genvundet i den direkte trafik på hjemmesiden

Over **110K** genvundne besøg på hjemmesiden

BRANCHE

Patientforening

HVEM ER KUNDEN?

Gigtforeningen er med over 80.000 medlemmer Danmarks tredjestørste patientforening. De kæmper for at gøre livet bedre for de 700.000 danskere, der dør med gigt, slidgigt og rygsygdomme.

MARKETINGVÆRKTØJER

- Google Analytics 4
- Google Tag Manager

IIH NORDIC LØSNING

- Recapture

IIH NORDIC TEAM



Andreas Brinch,
Client Strategy Manager



Florian Pertynski,
Senior Digital Analytics
Engineer



Sebastian Kofoed,
Client Relationship
Manager

STOL PÅ DIN DATA

Mange brugere vælger at trykke "nej tak" til cookies af frygt for at afgive personoplysninger. Ligeledes bliver cookies udfaset af en række browsere, som Safari og Google Chrome. Det resulterer i, at mange virksomheder ikke kan identificere mange af deres brugeres adfærd. En stor mængde værdifulde brugerdata går derfor tabt, hvilket er med til at svække beslutningsgrundlaget for bl.a. annoncering og generel hjemmesideaktivitet. Netop denne udfordring oplevede Gigtforeningen, der havde svært ved at stole på deres data.

I dag er sagen en helt anden for Gigtforeningen, der står med over 110.000 genvundne hjemmesidebesøg og over 35% flere hjemmesidebesøg tracket igennem Facebook end tidligere. Det skyldes implementeringen af IIH Nordics unikke dataløsning Recapture, som gør Gigtforeningens data pålidelig og giver dem mulighed for at måle alle besøgende på deres hjemmeside – også dem, der har valgt cookies fra.

Nu har Gigtforeningen fået gode forudsætninger for at øge effektiviteten af deres kampagner og forbedre kunderejsen, mens de overholder GDPR-reglerne.

Recapture sætter på den måde standarden for, hvordan foreninger og virksomheder kan bevare de besøgendes privatliv og samtidig få værdifuld indsigt i deres online adfærd på hjemmesiden, samt hvilke medieplatforme de kommer fra. Nu ved Gigtforeningen bl.a., om brugerne oftest kommer ind på hjemmesiden via f.eks. Facebook eller Google og dermed, hvilken medieplatform det bedst kan betale sig at prioritere marketingsbudgettet på.

Gigtforeningens tre ønsker:

1

**STØRRE PÅLIDELIGHED
AF EGNE DATA**

2

**MULIGHED FOR AT TRACKE OG ANALYSERE
DEN SAMLEDE TRAFIK PÅ HJEMMESIDEN**

3

**BESKYTTE BRUGERNES PRIVATLIV I
OVERENSSTEMMELSE MED GDPR**

RECAPTURE I TRE STEPS

1

FORBEREDELSE

Inden dataløsningen Recapture implementeres, skal virksomheden tage stilling og have styr på en række punkter.

For det første skal de have et funktionelt og valideret Google Analytics 4 setup samt have implementeret Google Tag Manager. Det skal de, fordi Recapture er baseret på bl.a. disse to Google-værktøjer.

For det andet skal de være cookie-compliant (dvs. at virksomheden bruger cookies i overensstemmelse med gældende love og regler), da det er afgørende for at sikre brugernes privatliv. Når disse ting er i orden, er der basis for en langt hurtigere implementering af Recapture hos virksomheden.

IIH Nordic kan assistere virksomheden med at opsætte disse Google værktøjer, hvis de ønsker det.

2

IMPLEMENTERING

Det næste skridt er at implementere dataløsningen, som er selve nøglen til, at virksomheden på en lovlig måde kan indsamle data på de brugere, der siger "nej tak" til cookies på hjemmesiden.

Dette er muligt, fordi Recapture bl.a. er en proxy-løsning. Det betyder, at den opsætter en skillevæg mellem besøgende på en hjemmeside og tredjepartsværktøjer. På den måde bliver data anonymiseret i Google Analytics. Anonymiseringsnøglen bliver udskiftet hver time, og hverken virksomheden, IIH Nordic eller Google kan genskabe det.

Har virksomheden styr på de førnævnte ting i den indledende fase, kan implementeringen af dataløsningen være færdig efter blot to uger. Det eneste, virksomheden selv skal gøre, er at tage et aktivt valg om brug af data – altså hvor den må deles og med hvem.

3

RESULTATER OG MÅLINGER

Efter implementeringen af dataløsningen bruger IIH Nordic ca. en uge på at teste løsningen for at validere data og sikre, at alt fungerer, som det skal. Herefter er data sikret og pålidelig, og virksomheden kan efter få uger trække brugbare resultater ud af deres Google Analytics og herudfra begynde at optimere kampagner, hjemmeside og kunderejse.

For at gøre det så overskueligt som overhovedet muligt at aflæse resultater, har IIH Nordic udviklet et dashboard, der gør det nemt for virksomheden at tyde dataen.

Dette dashboard følger ikke med Recapture, men det kan tilkøbes, hvis kunden ikke ønsker at lave deres eget dashboard. Produktet hedder "Analytics Hub". Kunden betaler et månedligt abonnement og vi sørger for, at data er i dashboardet. Vi sikrer, at det virker og vi vedligeholder løbende, så kunden ikke skal bekymre sig om det.

RECAPTURE ER FOR ALLE

Recapture kan let implementeres hos andre virksomheder med et mål om at værne om brugernes privatliv og på samme tid opnå et pålideligt dataset til effektivisering af kampagner og kunderejser.

Løsningen bruger kun Google-værktøjer, som er tilgængelige for alle, og som mange virksomheder allerede bruger i dag, men sjældent udnytter optimalt.

Med Recapture er det lykkedes for IIH Nordics specialister at udvikle en unik og innovativ digital løsning, der gør Gigtforeningen og andre virksomheder i stand til at måle alle besøgende på deres hjemmeside – også dem der siger nej tak til cookies. Under udviklingsprocessen samarbejdede IIH Nordic tæt med Gorrissen Federspiel, et af Danmarks førende advokathuse, for at sikre fuld overensstemmelse med GDPR-regler.

Allerede efter to måneder kunne Gigtforeningen bl.a. bryste sig af at kunne tracke 40% flere i den direkte trafik på hjemmesiden og 35% mere på hjemmesiden via Facebook og over 110.000 genvundne besøg i alt.

Storm Hansen, CRM-teamleder
hos Gigtforeningen.

"Recapture kommer til at blive en gigantisk hjælp for os af to årsager – vi bliver compliant med gældende regler om GDPR, og vi får en bedre fornemmelse af, hvor de besøgende kommer fra. Nu kan vi med større indsigt besvare spørgsmålene: Bruger vi vores annoncebudget rigtigt, og hvordan navigerer brugeren rundt på vores hjemmeside? Vi kan allerede nu se en tydelig forskel på den adfærd, de forskellige besøgende har på vores hjemmeside"



 **IIH NORDIC**

Kontakt IIH Nordic på
iih@iihnordic.dk for at høre
mere om, hvordan du kan
få maksimeret din profit.