**Fallstudie:**

**AARRR-modellen i aktion.**

**Grammarly exemplet**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nyckelord (metatagg)** | AARRR-modell, Förvärv, Aktivering, Retention, Remiss |
| **Tillhandahålls av** | IDP & IHF |
| **Språk** | Svenska |
| **Fallstudie** | |
| Den 13 miljarder dollar automatiska redigeringsprogrammet Grammarly har upplevt exponentiell tillväxt i sin enorma kundbas. Användarresekartan för Grammarly kommer att användas för att visa hur Acquisition (förvärv), Activation (aktivering), Retention och andra AARRR-piratmätvärden fungerar.   1. **Acquisition (Förvärv)**   Grammarlys marknadsföringsinitiativ är ett exempel på hur content marketing är avgörande för förvärv. Företaget riktar sig specifikt till SEO-sökord för smärtpunkt (t.ex. påverkan vs. effekt).   1. **Activation (Aktivering)**   Användare är mestadels engagerade av Grammarlys freemium-verktyg och reklamutskick.  Ett välkomstmeddelande skulle skickas till användare som beskriver hur man får ut det mesta av redigeringsverktyget. De kommer att få ett nytt e-postmeddelande med nya råd efter varje appinstallation.   1. **Retention**   För att upprätthålla aktiva kunder arbetar Grammarly flitigt med sin e-postmarknadsföringsmetod. Programvaruföretaget för automatisk redigering använder trender, märken och personliga poster för att engagera kunder.   1. **Referral (Remiss)**   Grammarly använder ett enkelt affiliate-system för att marknadsföra sin produkt. Den placerar en spårningslänk eller banner på en webbplats och får betalt när en användare registrerar sig för och installerar Grammarly. | |
| **Referens** | <https://www.grammarly.com> |