

Emma Lindström

Marknadsanalytiker

Stockholm, Sverige
emma.lindstrom@gmail.com
+46 76 234 56 78
linkedin.com/in/emmalindstrom



Analytisk och resultatdriven marknadsanalytiker med 7 års erfarenhet av datadrivna insikter och konsumentbeteendeanalys inom tech och musikstreaming, senast på Spotify i Stockholm. Expertis inom marknadsresearch, A/B-testning, attribution och prediktiv modellering med verktyg som SQL, Python och Tableau. Kombinerar starka analytiska förmågor med kommunikativ skicklighet för att omsätta komplex data till tydliga affärsrekommendationer.

Erfarenhet

Senior marknadsanalytiker, Spotify, Stockholm

Mar 2020 – Nuvarande

Leder analysarbetet för Spotifys nordiska marknadsteam med fokus på prenumeranttillväxt, churn-prediktering och kampanjoptimering för Premium-erbjudanden.

- Identifierat och kommunicerat insikter som ledde till en **12 % ökning av Premium-konverteringen** i Norden under 2022
- Byggt **automatiserade dashboards i Tableau och Looker** som minskat manuell rapporteringstid med 15 timmar per vecka för teamet
- Genomfört **140+ A/B-tester** för e-postkampanjer, push-notiser och in-app-budskap med genomsnittlig konverteringsökning på 8 %
- Utvecklat **churn-prediktionsmodell i Python** med 84 % träffsäkerhet som driver proaktiva retentionskampanjer
- Samarbetat med Product- och Growth-teamen i **kvartalsvisa OKR-analyser** och strategiska rekommendationsrapporter

Marknadsanalytiker, Klarna, Stockholm

Sep 2016 – Feb 2020

Analyserade konsumentbeteende och marknadseffektivitet för Klarnas B2C-kampanjer i Sverige, Norge och Danmark.

- Genomförde **segmenteringsanalys av 4 miljoner svenska kunder** som låg till grund för ny personaliserad kommunikationsstrategi
- Reducerat CAC (Customer Acquisition Cost) med **19 %** genom optimering av kanalallokering baserat på attributionsanalys
- Levererade månatliga **marknadsinsiktsrapporter till C-suite** med tydliga rekommendationer och scenarioanalyser
- Introducerade **NPS-mätning och driver-analys** i Klarnas kundundersökningsprocess

Junior analytiker, Kantar Sifo, Stockholm

Jun 2014 – Aug 2016

Genomförde kvantitativa och kvalitativa marknadsundersökningar för uppdragsgivare inom FMCG, finans och media.

- Hanterade **30–40 klientprojekt per år** med fokus på konsumentinsikter, varumärkesmätning och koncepttestning
- Presenterade undersökningsresultat för **klienter som H&M, Tele2 och SEB** med konkreta affärsrekommendationer
- Utbildad i **SPSS och avancerad enkätsdesign** för representation av komplexa målgrupper

Utbildning

Statistik och ekonomi, masterexamen, Stockholms universitet, Stockholm

Sep 2012 – Jun 2014

Inriktning mot tillämpad statistik och konsumentbeteende. Examensarbete om prediktiva modeller för kundbortfall i prenumerationsstjänster.

Företagsekonomi, kandidatexamen, Stockholms universitet, Stockholm

Sep 2009 – Jun 2012

Inriktning mot marknadsföring och statistik.

Kompetenser

SQL • Python (pandas, scikit-learn) • Tableau / Looker • A/B-testning • Attributionsmodellering • Churn-prediktering • Marknadsresearch • Kundsegments-analys • SPSS • Datavisualisering

Certifieringar

Google Analytics Certified, Google

Tableau Desktop Specialist, Tableau

Språk

Svenska (modersmål) • Engelska (flytande)

Projekt

Utvecklade en maskininlärningsmodell i Python (scikit learn) för att prediktera kundbortfall bland Premium prenumeranter i Norden. Modellen uppnådde 84 % träffsäkerhet och driver nu proaktiva retentionskampanjer som minskat churn med 6 %.

Referenser

David Sjöberg

Head of Growth Analytics, Spotify, david.sjoberg@spotify.com, +46 70 789 01 23

Sara Nordström

Marketing Director, Klarna, sara.nordstrom@klarna.com, +46 73 890 12 34

Fritidsaktivitet

Medlem, Unionen

Fackligt aktiv med fokus på löne och arbetsvillkorsfrågor för analytiker inom techsektorn.

Sep 2016