

● LIVE ONLINE WEBINAR PÅ LINKEDIN



5 STEPS TIL MARKETING SUCCESS I 2025 FOR B2B VIRKSOMHEDER

30. JANUAR | KLOKKEN 09.00

Vært: Malte Lange





Lead Your WayTM

MARKETING DER DIREKTE UNDERSTØTTER JERES SALGSARBEJDE

Præsenteret af:



Matte Lange

Et marketingbureau skabt til at styrke marketing, løfte salg & øge bundlinjen hos B2B virksomheder

Vi forstår at marketing er sat i verden for at støtte og drive salg – marketing skal gøre fremtidens kunder klar til at købe og støtte kunder i markedet om at tage beslutningen.

Ydelser



B2B Markedsføring

Salg og Marketing alignment
Account Based Marketing
Demandgeneration
Content marketing
Messeannoncering
Leadgenerering
Landingpages
Leadscoring
Retargeting



Rådgivning & Strategi

SMV: Digital, Pro og Eksport
Go To Market strategi
Marketingstrategi
Marketingplaner
Marketing Audit
Workshops
Rådgivning
Kurser



Platforme & kanaler

Apple Search Ads
Email marketing
Facebook Ads
Microsoft Ads
Google Ads
Instagram
YouTube
LinkedIn

Agenda

Hvad er nyt i 2025?

5 Steps inkl konkrete tips:

1. Salg og Marketing sammen
2. Strategi
3. B2B Content
4. AI
5. Indsigt i kunderejsen

Information

- Skriv gerne spørgsmål i chatten løbende
- Skriv gerne hvilke branche, type af virksomhed og hvor I arbejder henne i chatten, så bliver relevansen for webinarret højere og I kan få mere viden med hjem
- 50 minutter og løbende Q&A
- Introducerende tilgang, så alle kan være med
- Webinarret optages til jeres brug efterfølgende

Malte Lange

- Online marketing siden 2007
- Informations og Kommunikationsteknologi Ingeniør
- Stifter og Direktør i Lead Your Way – Online marketing bureau
- Rådgivning, strategi, sparring og eksekvering af marketing
- Certificeret Marketing Expert af LinkedIn





Hvad er nyt i marketing i 2025?

Skriv gerne jeres bud i chatten hvad der fylder hos jer eller som I overvejer

GENERATIVE AI

**GENERATIVE AI
EVERYWHERE**

makeameme.org



B2B Marketingtrends i 2025



AI

Svært at komme uden om – heller ikke nemt at komme rigtigt i gang



Employee Advocacy

Fokus på ambassadører, EGC, ansvarlighed, relevans og tillid



Nye medier

Medielandskabet ændrer sig hele tiden, hvor er I mest relevante? Search kommer til at ændre sig – men hvordan?



Content og Data

AI, Shortform video i B2B, 1. partsdata, lovgivning, Organisk/Paid



1. Salg og marketing alignment

For at lykkes med marketing der bliver dyrere, giver os mindre data og en kunderejse hvor modtager gerne vil gå 90% af vejen selv, er det nødvendigt at salg og marketing arbejder sammen som én funktion

Problemet i B2B



Problemet

De fleste B2B virksomheder underinvesterer i marketing – økonomisk, tid og integration/alignment med salg



Udfordringen

For få kender dem, dem som gør får ikke opbygget tillid og forståelse nok til at købe og marketing leverer leads som salg ikke ønsker



Prisen

Marketing giver få og dårlige resultater, svage leads og samarbejde med salg er ikke-eksisterende. Vækst stagnerer

Det typiske billede



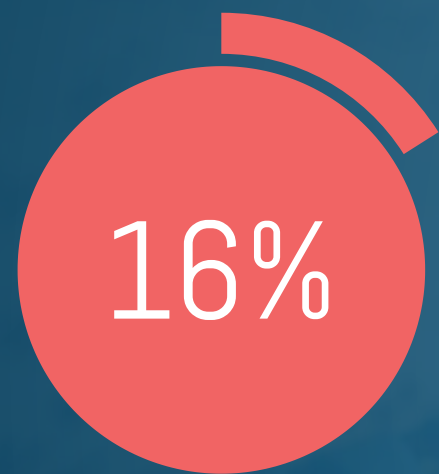
Alignment



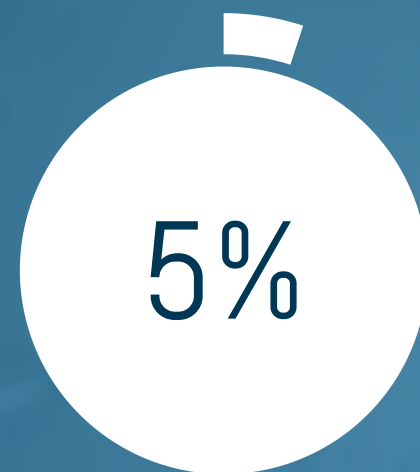
↑
100% Overlap



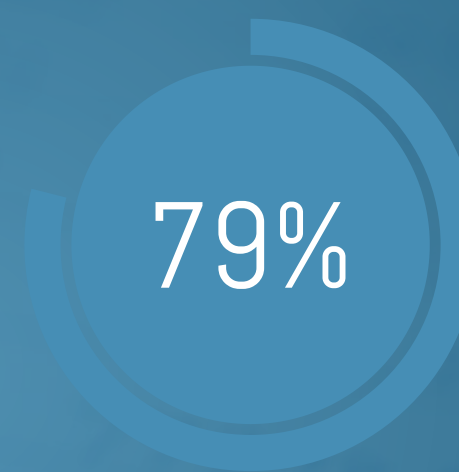
Tallene



16% overlap er gennemsnittet, for de kundeemner som salg og marketing arbejder på at påvirke i B2B. Burde være 100%!



De fleste fokuserer kun på 5% af de potentielle kunder i markedet – med benhårdt fokus på Google Ads og Sales Qualified Leadgenerering



79% af leads konverterer aldrig til kunder – typisk pga. manglende nurturing og alignment med salg



90% af kunderejsen foretages FØR kunden taler med en sælger/leverandør, marketing skal sikre at I er med i processen



Hvem er taberne i det regnestykke?



Marketing

- • Alt deres gode arbejde negligeres, værdisættes lavt og leads negligeres
- •
- •
- •
- •

Salg

Får ikke-kvalificerede leads, bliver ikke hørt i målretning, budskab og resultatmåling

Virksomheden

Vækst holdes nede, markedsandele tapes og investering i medarbejdere, marketing og salgsarbejde spildes



Fordele ved alignment

Kundelojalitet

Større markedsandel fører også til højere retention blandt eksisterende kunder*

209% mere omsætning

Hvis salg og marketing er alignede fører det gns. til 209% større omsætning fra marketing

27% hurtigere vækst

Virksomheder der er alignede mellem salg og marketing oplever gns. 27% hurtigere vækst i overskud

* Kilde: How B2B Brands Grow – Ehrenberg Bass Institute

The background features a light blue and white color scheme. It includes several circular icons representing business concepts: a person with a briefcase, a group of people, a person at a computer, a person with a magnifying glass, a person with a checklist, a person with a speech bubble, a person with a lightbulb, a person with a gear, a person with a target, a person with a bar chart, a person with a line graph, a person with a pie chart, a person with a scatter plot, a person with a histogram, a person with a box plot, a person with a dot plot, a person with a line graph, a person with a bar chart, a person with a pie chart, a person with a scatter plot, a person with a histogram, a person with a box plot, a person with a dot plot. A large, faint gear is centered in the background. The text is in a bold, dark blue font.

**Marketing og salg skal
være en samlet motion
– der sammen støtter
hele kunderejsen**



Konkrete tips til Alignment



Initialt strategimøde: Definer mål, segmentering og budskaber i samarbejde.



Faste statusmøder: Evaluér leads og virksomheder der engagerer og juster strategi, content og budskaber



Fastlæg KPI'er sammen



Lav klare processer for lead-overdragelse og metrics for både salg og marketing



2. Marketingstrategi

Strategien og planen for at investere mere i marketing er nødt til at dække større og bedre end bare "få flere leads" og "presse mere på"

Den forkerte løsning



Hårdt fokus på "flere leads"

Al marketing målrettes "lower funnel", selvom der ikke er en øvre til at gøre leads klar!



Eksekvering af enkelt-kampagner

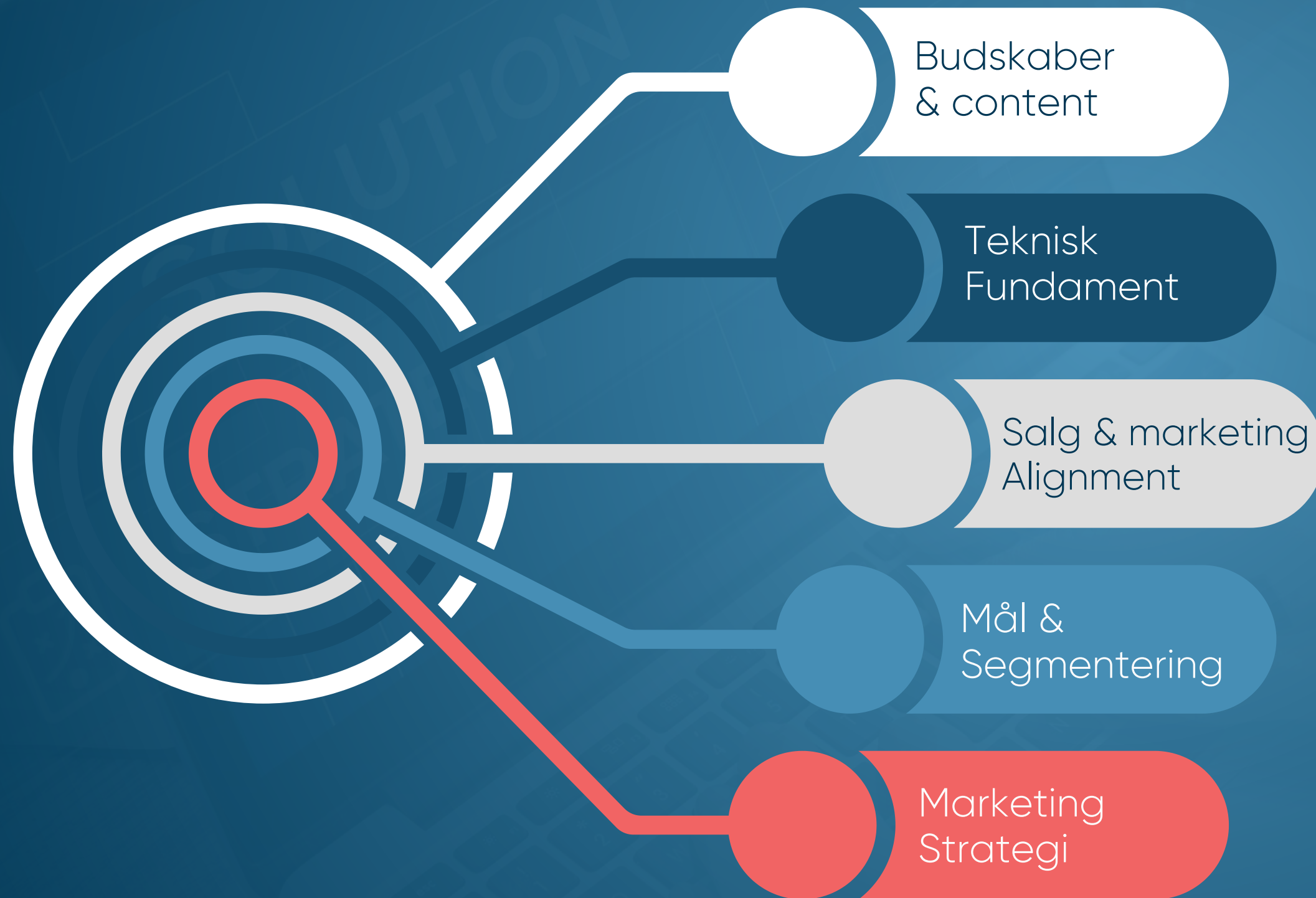
Stød tiltag, der giver minimale resultater på den lange bane og ikke bygger en bedre position på markedet



Fokus alene på mere salgsarbejde

Ledelsen reagerer ved at trykke hårdere på salg og glemmer at marketing baner vejen for salg, modner markedet og gør salg nemmere over tid

Løsningen



Hvorfor lige nu?



Marketing sikrer det fremtidige salg

Hvis I vil sikre et bedre salg i Q2, H2 mv – så skal marketing gyde vandene for salg nu



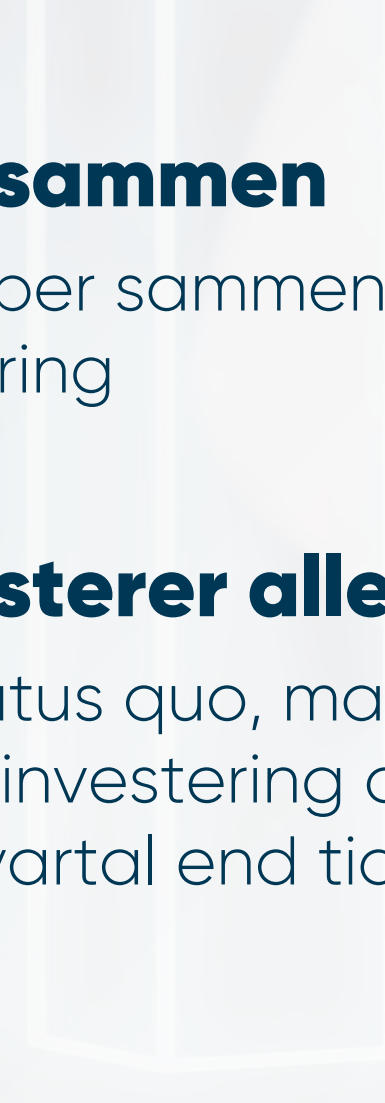
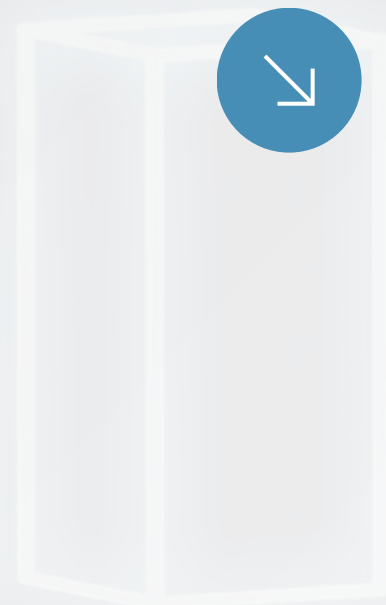
Salg og marketing – sammen

Salg og branding budskaber sammen giver op til 600% bedre afkast på annoncering

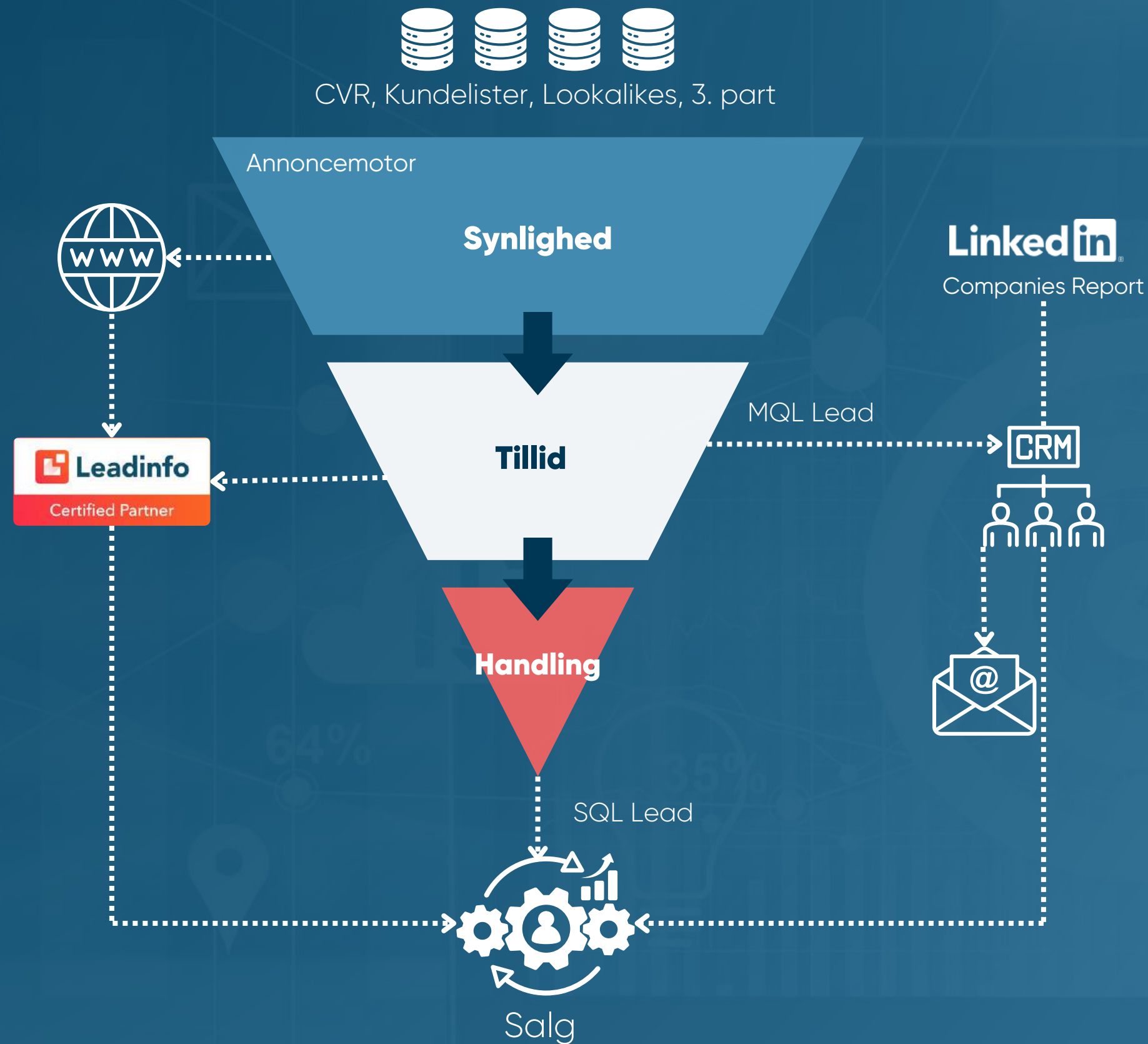


Konkurrenterne investerer allerede

Dvs. status quo er ikke status quo, markedet rykker hele tiden – og en manglende investering og forbedring stiller jer dårligere hvert kvartal end tidligere, selvom I er lige så gode som I plejer!



B2B Leadgeneration Framework



B2B Leadgeneration Framework

1. Synlighed og interesse

Demandgen

MQL

Primære budskaber og content

- Hvad løser vi og for hvem?
- Problem Awareness
- Personligt HVAD
- Personligt HVEM
- Kundepains og problemfokus
- Løsninger

LinkedIn

LinkedIn
Organisk

Google Ads

Facebook

2. Tillid og relation

Nurture & Demand Capture

MQL/SQL

- Hvorfor lige os?
- Hvordan arbejder vi? Beskriv jeres proces
- Ydelser/Produkter
- Usecases
- FoMo/Cost of inaction
- Cases og Logostorm
- Klientresultater
- Leadgen - Vidensdeling, newsletter, webinar

Google Ads

Email

Facebook

YouTube Ads

LinkedIn

LinkedIn
Organisk

3. Handling

Leadgen & Sales

SQL

- Low-Friction Offer - Beregner / Viden
- Leadgen - Demo / Strategimøde
- Leadgen - Bliv ringet op
- Mødebooking
- Personlig kontakt og dialog

Social Selling

Salg

Google Ads

Email

Konkrete tips til Strategi



Kunderejse: Skab en helhedsstrategi for at dække alle stadier af kunderejsen.



Kanalvalg: Fokuser på de mest relevante platforme for din målgruppe først, få dem til at performe før du udvider



Måling og optimering: Brug data til løbende at forbedre din indsats.



3. B2B Content

Indhold og virkemidler der reelt gør en forskel i marketing, og hvordan du skal kigge på content i dag



Hvad kan content være?

- 
- Specifik viden indenfor din branche
 - Hvordan du opbygger og udvikler virksomheden
 - Hvor du hjælper kunderne
 - Sjove indspark eller skæve vinkler på branchen
 - Kommentering på aktuelle emner med dine tanker
 - Hvordan du udvikler produktet
 - Produktviden og brug
 - Produktpalette
 - Resultater dine kunder får
 - Jeres samarbejder
 - Netværksoplevelser
 - Specifikke udfordringer i branchen

Formater



- Ren tekst
- Karrusel
- Selfies
- Billeder
- Billedcollage
- PDF
- Video (poleret, quickNdirty, face2camera, stor produktion...)
- UGC
- Screenshare
- Live video
- Lyd
- Podcast
- Content Collaborations med andre

**Flere
Tips**





Konkrete tips til content 1



Relevans: Adressér specifikke udfordringer og behov hos målgruppen.



Engagement: Brug interaktive formater som fx webinars, afstemninger, dialog mv.



Værdi: Lever konkret indhold, der hjælper kunder videre i deres beslutningsproces.



Brugt Thought leader ads på LinkedIn – til at få medarbejdere og andet content ud fra personprofiler



Konkrete tips til content 2



Video bliver nok ikke mindre – LinkedIn satser stort på hurtig video ala reels



Variation i format



Strukturer indsatsen – og brug content pillars i arbejder ud fra



Få flere i virksomheden med til at producere og udgive



4. At ride med på AI bølgen

Men uden at tabe strategi, eksekvering, kunder og relevans i processen

Hvor bruger jeg selv AI i dag?



- Hjælp og sparring på indhold og struktur
- Produktion, forbedring og rettelse af tekst
- Grafisk arbejde
- Emails
- Klipping af video, undertekster.
- Oversættelse
- Produktion af slides og præsentationer
- Sparring og dialog omkring problemstillinger
- Research – fx. markedsforståelse, udvikling af USP'er, konkurrenter, pain points mv
- Strategi og præsentation af samme
- Opsummering og forståelse af store mængder data og viden
- Inspiration og kreativitet

The background features a light blue and white color scheme. It includes several circular icons representing business concepts: a person with a briefcase, a globe with people, a group of people, a person at a computer, a person with a magnifying glass, a person with a checklist, a person with a bar chart, a person with a line graph, a person with a pie chart, a person with a flowchart, a person with a network diagram, a person with a gear, a person with a lightbulb, a person with a speech bubble, a person with a document, a person with a calendar, a person with a clock, a person with a calendar, a person with a clock, a person with a calendar, a person with a clock. A large, faint gear is in the center. A hand holding a pen is on the right side, pointing towards the text.

Skriv hvordan I bruger AI i chatten – lad os inspirere hinanden

Konkrete tips til AI



Hvis I ikke er i gang – så kom i gang. Nu.



Kortlæg alle jeres tidskrævende processer og lav en AI assessment



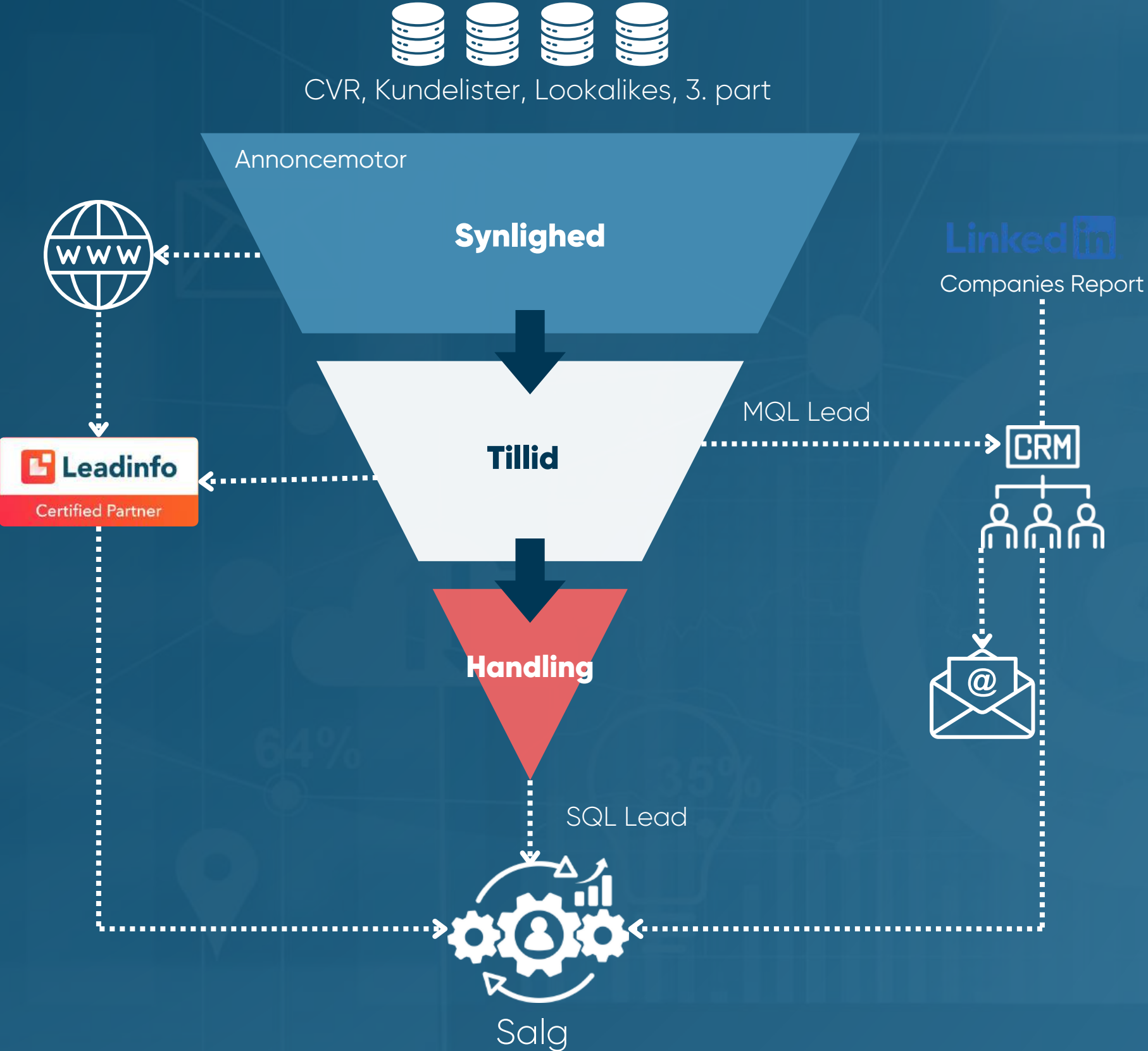
Hav et prompt vindue åbent og synligt hele tiden og del jeres wins med kollegaer



5. Indsigt i kunderejse

Vi kan ikke drive effektiv marketing – og dermed salg, hvis ikke vi forstår kunderejsen, måler på den, får indsigt i den – og agerer på relevante data

B2B Leadgeneration Framework





Konkrete tips til Kunderejsen



Definér en overordnet kunderejse I tænker jeres kunder kommer igennem, og producer annoncer og content til hvert niveau



Mål hvordan hver af jeres kampagner performer på hvert niveau af rejsen



Brug tracking og indsigt fra fx. LinkedIn Companies Report, IP Tracking fx. LeadInfo mv. til at måle engagement og interesse



Konkrete tips til Kunderejsen



Kundebevægelse: Kortlæg, hvordan leads bevæger sig gennem MARKETING og SALGstragten.



Analyse af salgsteamets effektivitet: Evaluér processer og identificér forbedringsmuligheder.

SPØRGSMÅL?



Opsummering

Hvad er nyt i 2025?
Salg og Marketing sammen
Strategi
B2B Content
AI
Indsigt i kunderejsen

Connect gerne





Et marketingbureau skabt til at styrke marketing, løfte salg & øge bundlinjen hos B2B virksomheder

Vi forstår at marketing er sat i verden for at støtte og drive salg – marketing skal gøre fremtidens kunder klar til at købe og støtte kunder i markedet om at tage beslutningen.



Jeg tilbyder et
Marketing og Alignment audit
af jeres eksisterende setup og konkrete
tips til bedre performance uden beregning





Download vores nye whitepapers til B2B Marketing i 2025

TAK FOR IDAG
