

B2B MARKETING CHEAT SHEET

Strategi

- ☐ Har vi en klar, dokumenteret B2B-marketingstrategi?
- ☐ Er vores value proposition klart formuleret og differentieret fra konkurrenternes?
- ☐ Er vores målgruppe, buyer personas (og ICP'er) tydeligt defineret og segmenteret?
- ☐ Har vi valgt, hvilke produkter/ydelser der er vigtigst at afsætte?
- ☐ Har vi en fuld strategi, der fører os fra nye emner til bookede møder?
- ☐ Har vi en forståelse for og analyse af konkurrenternes digitale marketingindsats?

Kampagne

- ☐ Har vi en detaljeret kampagneplan, der dækker hele kunderejsen (ToFu, MoFu, BoFu)?
- Har vi en indholdsstrategi, der omfatter:
- ☐ Kvalitetsindhold (f.eks. e-bøger, whitepapers, case studies) der engagerer og informerer?
 - ☐ Lead magnets, der er værdifulde for potentielle kunder?
 - ☐ Thought Leadership-indhold, der positionerer os som eksperter?
- ☐ Udvikler vi løbende nyt indhold til både betalte kampagner og organisk tilstedeværelse (månedligt/kvartalsvis)?
 - ☐ Har vi kampagner på flere relevante platforme?

Tilstedeværelse

- ☐ Har vi en stærk organisk tilstedeværelse – så vi er synlige, når målgruppen søger efter information?
- ☐ Udnytter vi vores owned media (website, blog, nyhedsbreve, e-mail flows, leadformularer) fuldt ud til at tage handling på den viden, vi deler?
- ☐ Er virksomheden præsenteret på en personlig og menneskelig måde – fx via medarbejderambassadører og ledelsesprofiler?

Data

- ☐ Måler vi løbende på KPI'er (f.eks. MQL til SQL-konverteringsrate, pipeline velocity) og performance af vores marketingindsats?
- ☐ Tracker vi, hvilke virksomheder der viser interesse (IP-tracking, pixel, CRM-integration)?
- ☐ Har vi dashboards og rapportering, der giver os indsigt i hele kunderejsen?
- ☐ Bruger vi data til løbende at forbedre (tilføje, justere, fjerne) vores marketingstrategi?
- ☐ Er vores CRM og marketing automation-platforme korrekt opsat og integreret?

Segmentering

- ☐ Har vi segmenteret vores målgrupper?
- ☐ Bruger vi selv de online platforme, hvor målgruppen reelt er aktive?
- ☐ Er vi opmærksomme på specifikke behov, udfordringer og pains hos de forskellige segmenter?

Content

Dækker vores content alle relevante budskaber:

- ☐ Skaber awareness omkring problemet vi løser?
 - ☐ Viser vores USP'er og produktfordele?
 - ☐ Understøtter social proof med cases, testimonials og kundehistorier?
 - ☐ Forklarer, hvem vi er som virksomhed og leverandør/samarbejdspartner?
 - ☐ Deler viden, der gør målgruppen klogere?
 - ☐ Viser vores produktlinjer og ydelser?
- ☐ Bruger vi en varieret indholdsstrategi med flere formater (tekst, billeder, video, infografikker, webinarer, polls mv.)
 - ☐ Tilpasser vi format og budskab efter kunderejsens faser?

Leadgenerering

- ☐ Har vi klare, målbare mål for leadgenerering?
- ☐ Er vores landingssider optimeret til konvertering med stærke calls-to-action og minimal friktion?
- ☐ Har vi lead scoring-modeller og segmenteringskriterier på plads?
- ☐ Har vi en veldefineret strategi for betalt annoncering (f.eks. LinkedIn Ads, Google Ads, Meta) med test- og optimeringsrutiner?
- ☐ Har vi en plan for retargeting/remarketing, så vi løbende minder potentielle kunder om vores budskaber?

Funnel

- ☐ Er vores marketing funnel optimeret fra awareness til salg med tilpassede budskaber og kanaler i hvert trin?
- ☐ Har vi strategier for at få målgruppen til at "krydse broen" fra interesse til tillid?
- ☐ Udnytter vi synergien mellem betalte og organiske aktiviteter til at fastholde kundernes engagement?
- ☐ Ved vi hvor vores funnel er svagest?

Alignment

- ☐ Er målretning og budskaber afstemt mellem marketing, salg og ledelse?
- ☐ Holder vi regelmæssige overleveringer, evalueringer og statusmøder for at sikre, at begge teams arbejder mod fælles mål?
- ☐ Har vi en klar plan for salgsopfølgning – både på varme og lunkne leads – så ingen mulighed går unødigt tabt?

Forbedring

- ☐ Evaluerer vi løbende vores strategi og taktikker baseret på indsamlede data og feedback?
- ☐ Har vi en plan for at holde os opdateret på nye trends og værktøjer?
- ☐ Samler vi feedback fra kunder og interne interessenter for at justere vores tilgang?



Udarbejdet af
Malte Lange