

MARKETING **MUST WIN** BATTLES | 2026

5 ting i marketing som alle B2B virksomheder SKAL få styr på

Swipe →



3 KÆMPE PROBLEMER I MARKETING

Marketing er svært, men at lade som om de ikke er, hjælper heller ikke



🙄 Tillidskrisen

Ingen tror på noget på nettet.
Tillid skal fortjenes – og genfortjenes hele tiden.



🤪 Attention Deficit

Det er ofte ikke (kun) content I mangler.
Det er opmærksomhed fra de rigtige mennesker.



😬 Ingen ved hvad der sker

Sporing og måling er ikke-eksisterende eller sker kun på "vanity-metrics"

MUST WIN BATTLE # 1

SALES & MARKETING ALIGNMENT

I er der for at løse det samme problem. Hvis ikke I går i samme retning og løfter sammen bliver det aldrig godt

- Marketing skal stoppe med at fokusere kun på eksponering og "branding"
- Salg stop med at tro at marketing er magi og forvente stadig at lave salgsarbejde
- Sæt mål sammen og vær ærlige om hvad der virker på hele kunderejsen

WIN

Fælles mål = fælles sejr
Retning giver ro og fokus

REALITY CHECK

Der skal stadig salgsarbejde til



MUST WIN BATTLE # 2

RAPPORTERING DER BEVISER DIN VÆRDI

Du er nødt til at dokumentere marketings rolle i kunderejsen – touchpoint for touchpoint.

- Hvor meget har vi vist til hver account?
- Hvilke budskaber reagerer de på?
- Hvornår bliver deres aktivitet synlig i marketing, på website, i mailsystem, i CRM, i leadsforms ?
- Hvad kan vi få dem til at gøre?

WIN

Ledelsen forstår dit værd og øger budgettet.

Salg får bedre indsigt, flere handlemuligheder, bedre leads

Du beviser dit værd og driver effektiv marketing og indsigter



MUST WIN BATTLE # 3

KLAR POSITIONERING & DIFFERENTIERING

“Vi er dygtige, fleksible og kundecentrerede”
vinder ikke noget som helst i 2026.

Svar på det svære:

- Hvad tror I på?
- Hvad står I på mål for?
- Hvordan er I ægte anderledes?
- Hvad får kunderne ud af et samarbejde med jer fremfor konkurrenten?

SANDHEDEN

Kunderne aner ikke hvad der gør jer unikke. Det er din opgave at får dem til at forstå det



MUST WIN BATTLE # 4

SYSTEMATIK I KUNDEREJSE & CONTENT

Du skal have noget til hvert trin i kunderejsen, ikke kun til dem der er klar til at købe NU.

- Noget for synlighed
- Noget for at huske jer
- Noget for at forstå jer
- Noget for at få tillid til jer
- Noget for at få indsigt i hvad I kan
- Noget om hvordan I er anderledes
- Noget for at prøve jer af uden at committe sig
- Noget for at komme i kontakt med jer
- Noget for at få dem til at købe af jer

4

HUSK

Producér fra starten af kunderejsen, ikke slutningen

SANDHED

Jeres brand er 100% ikke så stærkt som I tror.



MUST WIN BATTLE # 5

BRUG AI TIL AT SPILLE JER STÆRKERE

AI er ikke et nice-to-have mere. Og den kan heller ikke erstatte dig. AI er din forstærker.

Brug AI til:

- Analyse og research
- Udkast og forslag
- Kritik og gennemgang
- Første udkast og reviews

ADVARSEL

Hvis du ikke ved hvad du laver og bare tager alt hvad AI som gode varer så ender du i "a world of hurt"



DIN MARKETINGPLAN FOR 2026 STARTER HER

HVAD VENTER DU PÅ?

- ✓ Få sales & marketing alignment på plads
- ✓ Sæt mål det der faktisk betyder noget
- ✓ Fortæl verden hvad der gør jer unikke
- ✓ Byg systematik i kunderejsen
- ✓ Brug AI som jeres forstærker

BOOK EN TID I MIN KALENDER

