VÆKST DIN PIPELINE OG SALGSTRAGT FRA LEADS TIL SALGSMØDER

Med vores **B2B Marketing Framework®** får du implementeret og eksekveret en kommerciel salgs- og marketingstrategi, som giver dig brandvarme leads og bedre salgsmøder.

mindmill

VEJEN TIL RELEVANTE LEADS

B2B MARKETING FRAMEWORK®

Med Mindmills framework er det slut med at opfinde den dybe tallerken hver gang.

Ved at kombinere det bedste fra inbound marketing, marketing automation og målrettet leadgenerering bygger vi resultatskabende digitale strategier, som giver vækst og mere forretning på både kort og lang sigt.

Vores succesfulde framework nedbryder barriererne mellem salg og marketing og skaber et fundament for samarbejde og fælles målsætninger.

Resultatet er flere brandvarme leads til salgsafdelingen, flere loyale kunder, et stærkere brand, vækst og mere forretning.

Frameworket er udviklet på baggrund af års erfaring på tværs af brancher, industrier og landegrænser.

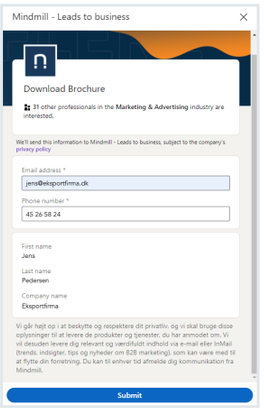
DE 3 PRIMÆRE STEPS I DIGITALT SALG OG MARKETING

DIGITALT MARKETING KORT FORKLARET

Du får her et indblik i, hvad der sker i praksis i et digitalt marketing setup, og hvilke elementer, der er nødvendige for at få succes med B2B salg og marketing.

#1 SELVE LEADGENERERINGEN

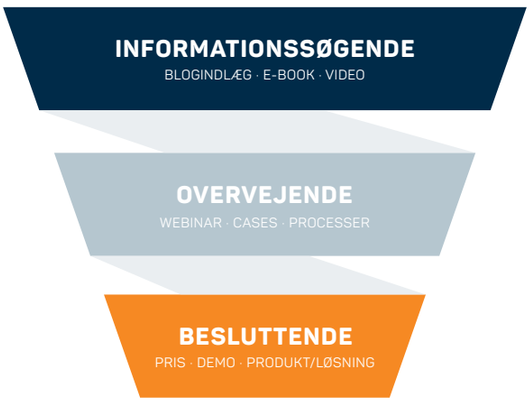
Leadkampagnen igangsættes overfor den udvalgte målgruppe. Kampagnens formål er at få permissions fra relevante beslutningstagere.



Leads genereres på kanaler som:

- LinkedIn
- Facebook
- Google

Du får oplysninger som: navn, titel, virksomhed, e-mail og telefonnummer.



#2 BEARBEJNING AF LEADS - MAILFLOW

Når du har accept på, at du må sende markedsføring til et lead, vil det efterfølgende modtage info mails, som skal modne leadet og gøre det endnu mere interesseret i dine løsninger/services.

#3 KVALIFICERING AF LEADS

Alle indkomne leads bliver tracket i et marketingsystem, hvor deres engagement indikerer deres købspotentiale. Leadet får desuden point for hver interaktion.

Varme leads

Et varmt lead er et lead, som viser en del interesse ved f.eks at:

- Downloade et produktkatalog
- Deltage på et live event
- Se en factory tour
- Udvise købsinteresse på website
- Få +20 point

Direkte henvendelse

En direkte henvendelse er, hvor et lead selv beder om at blive kontaktet f.eks ved at efterspørge en:

- Gratis workshop
- Produktdemo
- ROI beregner
- Gratis analyse

"Vi havde et stort uafdækket potentiale i flere lande, blandt andet i Frankrig og Ungarn, og det ville vi udnytte, corona eller ej"

Frank Fallesen, STØTEK
Key Account Manager

B2B CASE

STØTEK

Udfordringen

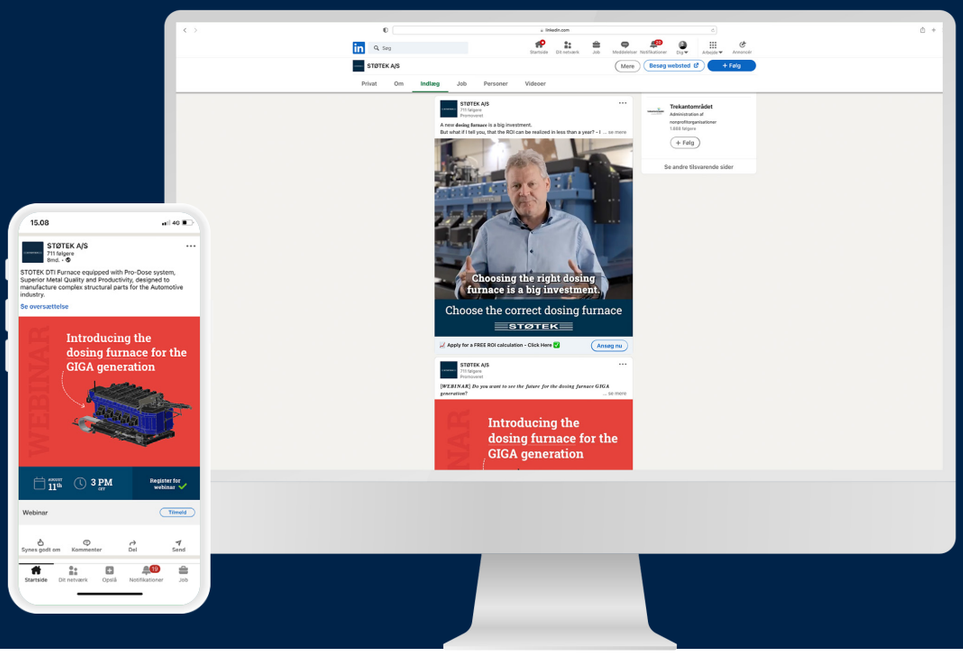
Da pandemien gjorde sit indtog i 2020, måtte STØTEK gentænke deres normale salgssetup for at sikre en konstant markedsbearbejdelse. De var vant til at arbejde med messesalg og klassisk opsøgende salg, men det satte corona en stopper for.

Løsningen

"Vi havde aldrig arbejdet med de mere bløde værdier af vores produkt før. Med det mener jeg, at vi ikke vidste, at det kunne skabe værdi overfor potentielle kunder at se, hvordan ovnen bliver lavet, hvordan vores produktion ser ud, eller hvordan man betjener den. Alt det fik vi øjnene op for sammen med Mindmill i vores kreative proces, hvor vi fik lavet videomateriale, produktguides og optagede demonstrationer af vores ovne. Alt sammen noget vi skulle bruge i vores online kampagner for at skabe opmærksomhed og efterspørgsel overfor den målgruppe, vi havde defineret."

Resultatet

"Vi har været i gang med vores nye digitale kampagner i ca. 6 måneder nu, og vi har fået en virkelig god respons på kampagnerne. 700 leads er det blevet til og heraf er 35 % kvalificerede salgsleads. Det er en hitrate, vi er yderst tilfredse med. Jeg tør slet ikke tænke på, hvor mange ressourcer, timer og rejseomkostninger, vi skulle have brugt, hvis vi skulle generere alle de leads via almindelig opsøgende salg."



B2B CASE

HI-CON

Julie Nayberg Thomsen
Head of Marketing

Udfordringen

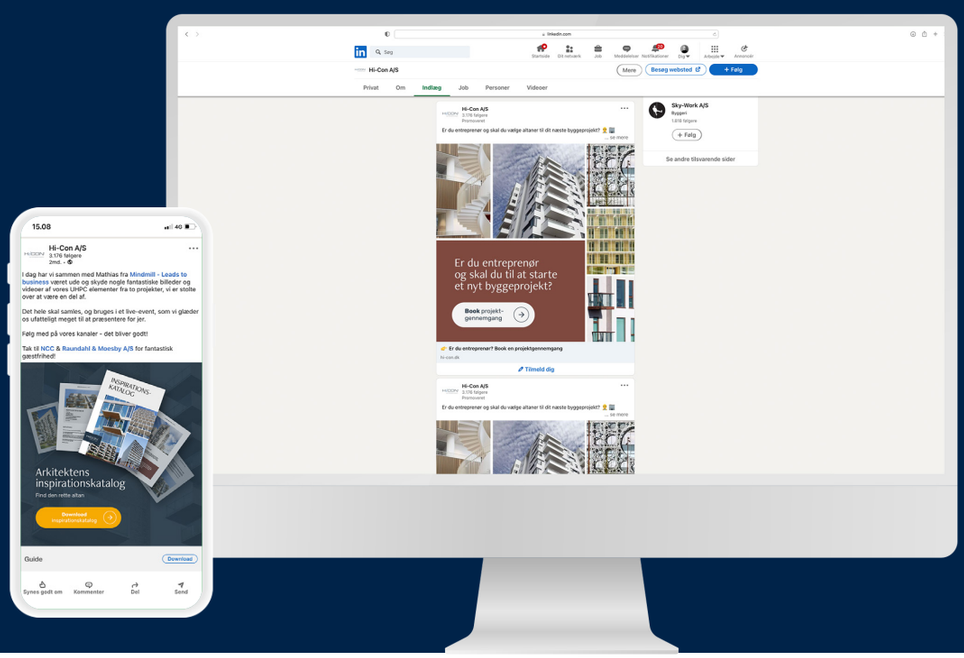
"Vi er jo en meget konservativ branche, som ikke er alt for udfarende, men det er vi nu ved at ændre på. Ofte bliver marketing set som en omkostning mere end en indtægt, og det ville vi gerne gøre op med. Vi ville vise, at marketing kan bidrage til vækst og nye kunder. Men vi havde behov for ekstra ressourcer og andre kompetencer, end vi havde inhouse for at lykkes med vores nye strategi," fortæller Julie Nayberg Thomsen, Head of Marketing.

Løsningen

Over en periode på små to måneder fik vi planlagt og eksekveret et B2B Marketing Framework fra Mindmill med alt, hvad det indebærer af kampagnemateriale, video shoots, e-mail flow, leadscoring og salgsdashboards. Vi arbejdede tæt sammen om alt content; billeder og budskaber, som skulle sikre, at vi var så relevante i vores kommunikation, at vi ville få henvendelser på det. Vi lavede guides og inspirationskataloger til download, og det gav virkelig mange leads", forklarer Julie.

Resultatet

"Vi så meget hurtigt, at de budskaber og de problemstillinger vi inkluderede i vores kampagner på de sociale medier ramte spot on hos målgruppen. Leads tikkede ind i en lind strøm. Og endda til en utrolig lav leadpris. Det var win-win for os. Vi har dags dato fået 270 leads, hvoraf 63 % er kvalificerede leads, afslutter Julie".



B2B CASE

SICCADANIA

Udfordringen

SiccaDania Filtration har fået skabt et stærkt brand i branchen. Meget af det er takket være et solidt netværk og tætte relationer.

"Vores virksomhed er vokset rigtig stærkt, så for at holde momentum havde vi brug for at booste vores marketingindsatser. Vi ønskede at blive endnu mere nærværende og synlige overfor potentielle nye kunder på det internationale marked."

Løsningen

Mindmill skulle agere SiccaDania Filtrations forlængede arm i forhold til marketing. I fællesskab skulle vi implementere vores B2B Marketing Framework med særligt fokus på leadgenerering. Herudover har vi vægtet det højt at rådgive SiccaDania Filtration i digitalt salg og leadhåndtering for at sikre, at leads blev håndteret korrekt.

Resultatet

Vi har fået skabt en win-win situation. Marketing leverer gode relevante leads. Og salg får styrket deres new bizz indsatser og får nye kontakter, de kan arbejde med.

"Vi er virkelig godt tilfredse med vores resultater. Og vi kommer uden tvivl om til at høste frugterne af kampagnerne på sigt,"

"Vi havde en ambition om at skulle skalere og digitalisere vores marketingindsatser med leadgenererende aktiviteter. Og derfor indgik vi et samarbejde med Mindmill. Vi kunne se, at de havde B2B erfaringen, specialisterne og det professionelle udtryk, som vi søgte. Vores kampagner performer rigtig godt, og vi får kvalitetsleads, som vores salgsafdeling kan arbejde med. "

Mie Toft Uagboe

Marketing Director
SiccaDania Group

KEND MÅLGRUPPENS BEHOV

VÆRDIFULDT INDHOLD, DER KONVERTERER

Du skal producere relevant, værdifuldt indhold, således dine potentielle kunder deler deres kontaktoplysninger.

Hvad virker typisk for B2B virksomheder?

- Kundecases
- Referencer
- Beregnere
- Brancherapporter
- Tjeklister
- Webinarer

PUNKT 1

KEND DIN MÅLGRUPPE

Når du har defineret din målgruppe, kan du målrette med relevant indhold, som viser, hvordan dit produkt løser det behov, de står med.

PUNKT 2

HVAD ER DERES STØRSTE UDFORDRINGER?

Analysér eksisterende data og tal med salgsafdelingen om kundernes udfordring. Når du kender målgruppens udfordringer, ved du også, hvilket indhold du skal producere.

PUNKT 3

HVAD ER DERES STØRSTE KØBSBARRIERER?

Vær ikke bange for at adressere emner som pris og proces. Når du italesætter kundens købsbarrierer, kommer du tættere på ordren.

EKSEMPLER PÅ KAMPAGNER

KAMPAGNER DER GIVER MANGE LEADS

Vi kan lave kampagner, der er målrettet lige præcis din målgruppe. Uanset om det er ingeniører i USA, driftsledere i EU eller produktionsteknikere i UK.

Grundlæggende arbejder vi altid ud fra de her 4 aktions i vores kampagnestrategier:

- Bygger en strategisk køreklar marketingplan
- Skaber relevant og iøjnefaldende indhold der fanger målgruppen
- Bygger en stærk marketingarkitektur og får flere varme leads
- Sørger for en gennemarbejdet plan for leadopfølgning

"Vi har lavet +100 marketingstrategier for tunge industrivirksomheder, der alle ville supplere det eksisterende salg med relevante leads.

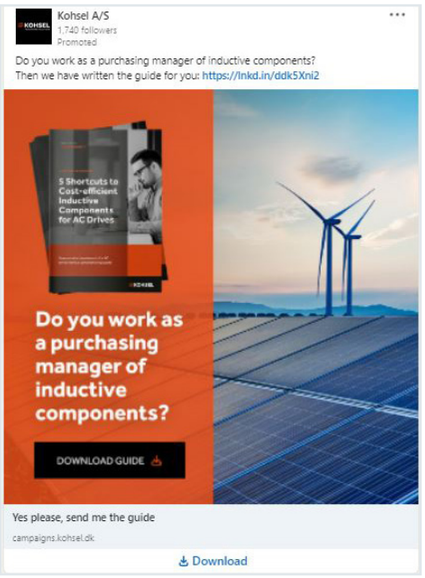
Vi ved, hvad der rører sig i branchen. Og den viden bruger vi til at udarbejde de bedste og mest effektive kampagner - dem der giver mange leads"

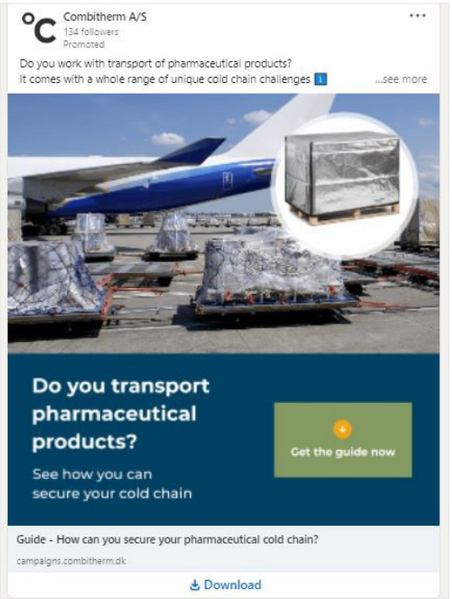
Niklas Seir Nielsen, Mindmill
Head of Client Management

FLERE EKSEMPLER PÅ KAMPAGNER

EKSEKVÉR EN TVÆRGÅENDE OG MÅLRETTET KAMPAGNESTRATEGI MED FOKUS PÅ LEADGENERERING

Til leadgenenerering for tunge industrivirksomheder anvender vi som hovedregel LinkedIn. I nogle tilfælde giver det mening at anvende Facebook og Google Ads også. Men LinkedIn er det absolut bedste medie til B2B markedsføring.





B2B CASE

CABINPLANT

Udfordringen

"I Cabinplant blev vi uden varsling nødt til at genopfinde vores måde at arbejde med salg og marketing på, da vores udstillingsvindue (internationale messer) overfor nye potentielle kunder blev lukket i med coronaen. Vi kunne jo ikke bare sætte marketing på pause, så vi tænkte straks i alternative baner med mere digitale kanaler. Vi har arbejdet lidt med LinkedIn tidligere og også skabt leads den vej igennem, men vi var udfordret på hele delen med at skabe relevant content og bearbejde de leads, vi fik." fortæller Jan.

Løsningen

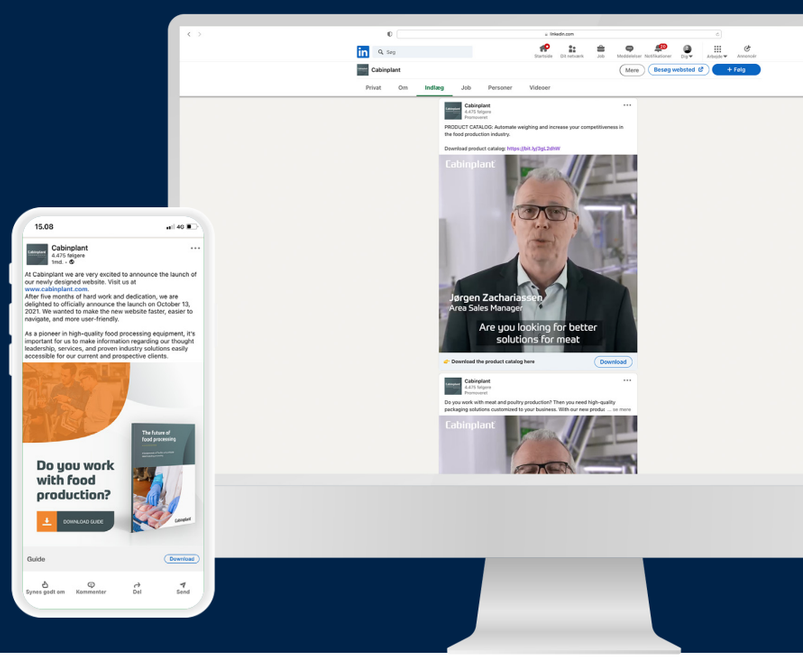
Mindmill har hjulpet Cabinplant med helt nyt markedsføringsmateriale, nye videoer og et struktureret mailflow, som skal uddanne og modne alle indkomne leads.

"Vores vigtigste mål i samarbejdet med Mindmill var at få vores brand ud at leve – vi ville på lystavlen ved de rigtige beslutningstagere. Vi arbejder nu anderledes med vores kunder og leads and de fleste andre i vores branche. Vi bliver meget mere nærværende og proaktive, hvilket styrker vores brand – både på kort og lang sigt," forklarer Jan.

Resultatet

Med Struktureret lead management har Cabinplant skabt målbare resultater. Virksomheden har på 5 måneder fået 320 leads og heruda er 75% blevet scoret som relevante leads. 97 er indtil nu blevet til varme leads og 23 er blevet købsklare salgsleads.

> "Vores vigtigste mål i samarbejdet med Mindmill var at få vores brand ud at leve – vi ville på lystavlen ved de rigtige beslutningstagere. Vi arbejder nu anderledes med vores kunder og leads and de fleste andre i vores branche. Vi bliver meget mere nærværende og proaktive, hvilket styrker vores brand – både på kort og lang sigt."
>
> **Jan Tøffner Andersen**
> Marketing Manager

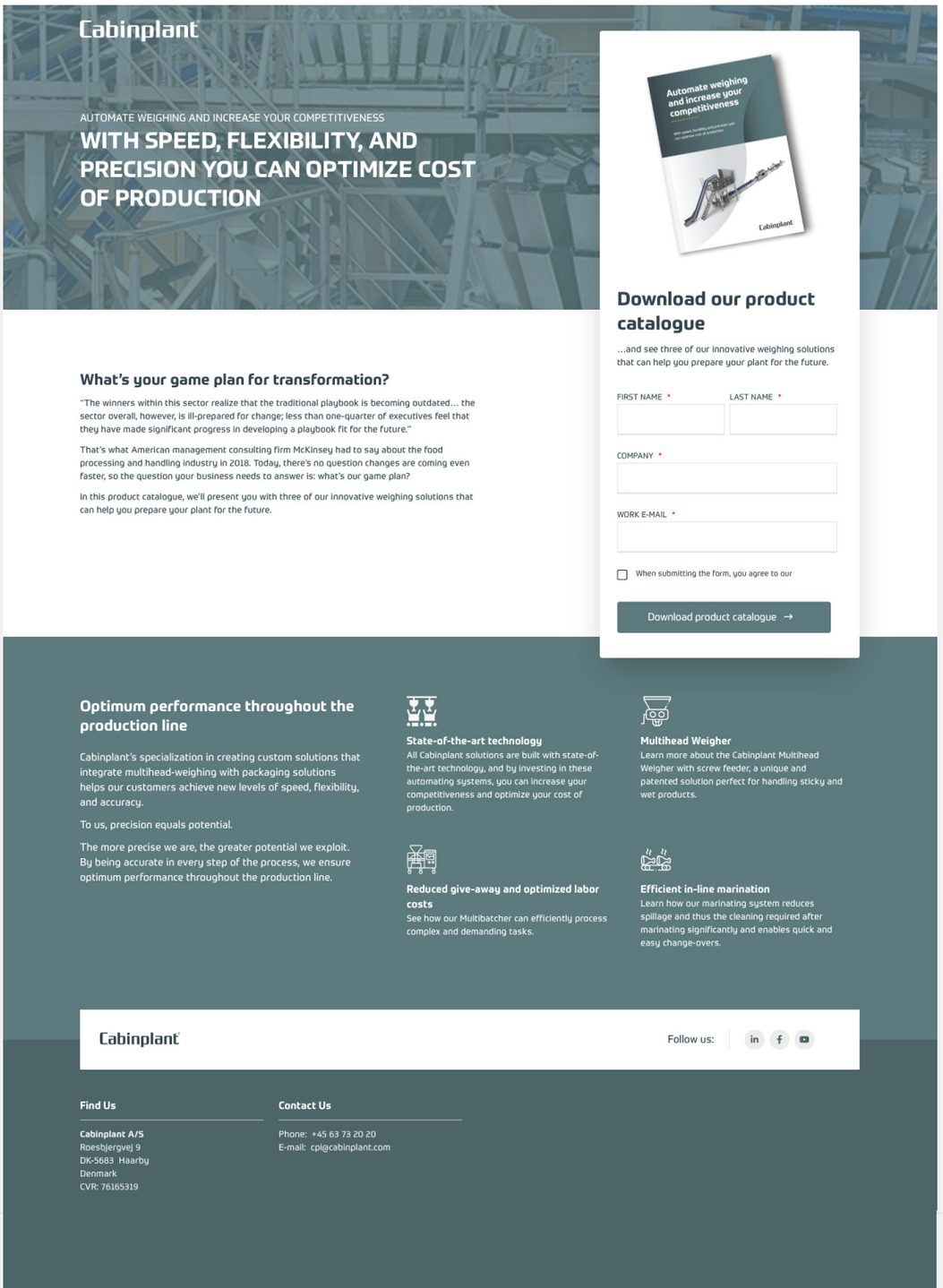


EN WIN-WIN SITUATION

STYRK DIT BRAND MED SYNLIGHED

Udover at leadgenerering er en vej til mere salg og mere vækst, så er det også en vej til et større brand kendskab i markedet. Når du konstant er relevant og aktuel overfor din målgruppe, styrker du dit brand.

Cabinplants kampagneside



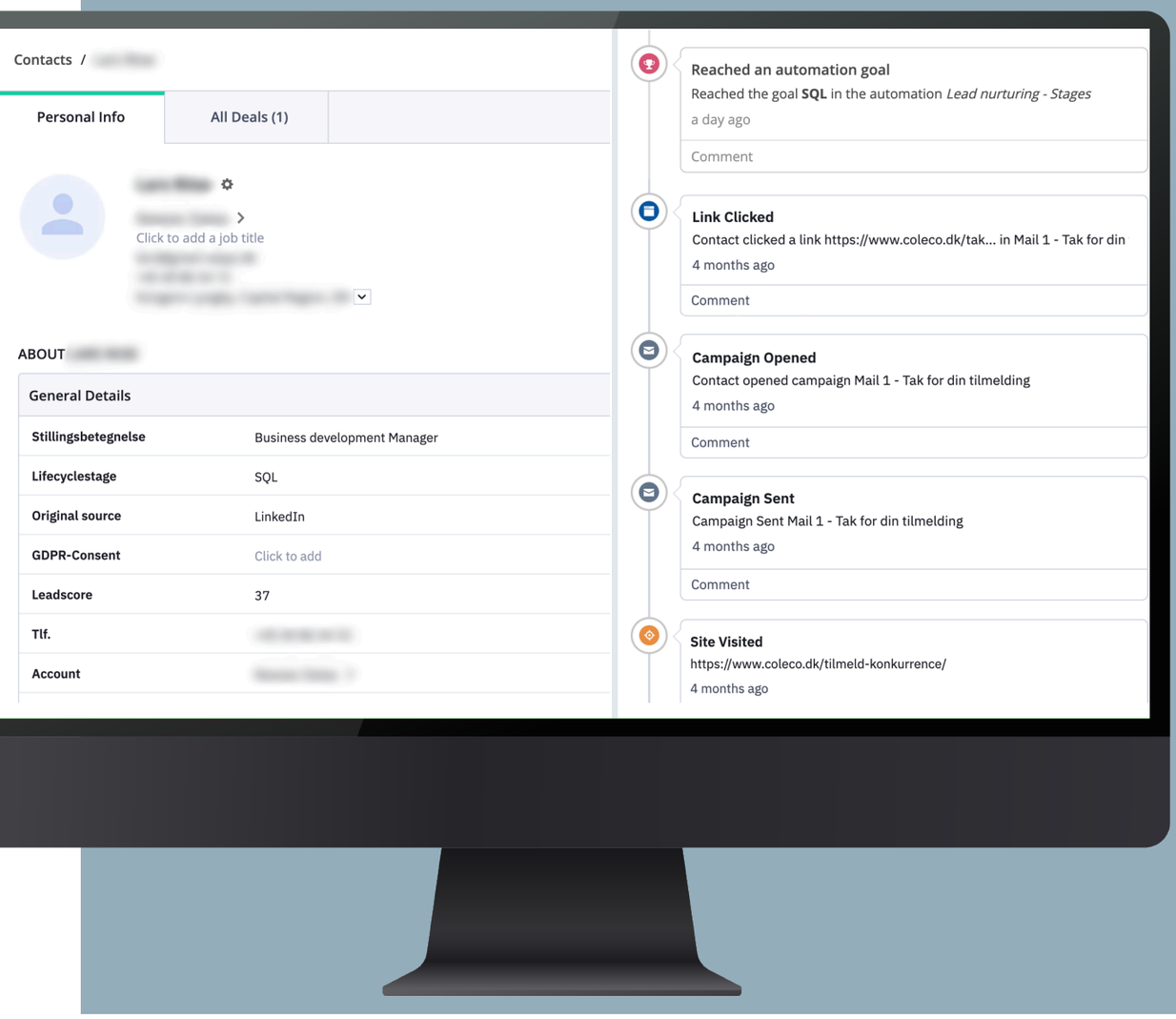
LEAD MANAGEMENT

HELE VEJEN FRA LEAD TIL SALGSMØDE TIL ORDRE

Mindmill er ikke bare et traditionelt marketingbureau som alle andre. Vi genererer ikke bare leads og bekymrer os så ikke videre om de efterfølgende processer. Vi er med hele vejen.

Derfor arbejder vi også struktureret med Lead Management.

- Vi tracker alle leads og deres udvikling.
- Vi bygger en unik sales playbook sammen med vores kunder.
- Vi bygger et leaddashboard, som udstiller alle salgsindsatser på leads.
- Vi rådgiver om digital salgsudvikling med fokus på håndteringen af leads og styrkelse af salgskultur.
- Vi skaber værktøjer til pipelinestyring og lead enablement.
- Vi supporterer i ledelsesredskaber, der skaber overblik og transparens.



B2B CASE

CARLO GAVAZZI

Udfordringen

"Carlo Gavazzis stod med en klar ambition om at vækste forretningen tilbage i 2020, men vi måtte gentænke fremgangsmåden at skabe nysalg på, da corona ændrede vores salgssituation markant. Vi ville være mere tilstede online og fremme opmærksomheden på vores brand, således at vores potentielle kunder fik øjnene op for os og vores produkter. Vi har tidligere været ret usynlige på det store internet, og det ville vi lave om på", fortæller Henrik

Løsningen

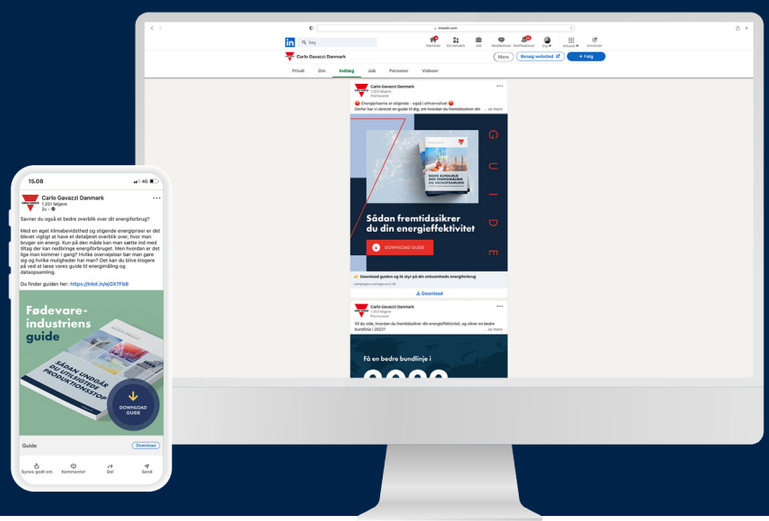
Vi lavede en B2B Marketing Framework løsning til Carlo Gavazzi indebærende alt, hvad det kræver for at lykkedes med online leadgenerering. Vi byggede landingpages, materiale til kampagner til de sociale medier, mailflows, videomateriale og fik desuden struktureret en god salgsplaybook for leadhåndtering. Når et lead henter en guide eller et inspirationskatalog, kommer de ind i en serie af e-mails, som sørger for at leadet bliver varmt, hvorefter salg kan følge op og skabe en salgsdialog til personen. Alle leads bliver relevansscoret og gennem løbende sparring om kvaliteten af leads, optimerer og tilpasser vi både kampagnemålgruppe og kampagnebudskaber, så vi rammer så præcist som muligt.

Resultatet

"Vi er kommet rigtig godt fra start med vores nye tilgang til digitalt salg og marketing, og vi kan se konceptet virker. Vi var aldrig lykkedes uden at have et hold af specialister i ryggen, så vi kan helt sikkert se, at det er investeringen værd at arbejde strategisk med inbound marketing"

Carlo Gavazzi har indtil nu fået 175 leads, hvoraf 142 er kvalificerede leads og 61 er blevet til varme leads.

Henrik Lykkegaard
Director of sales and marketing



DET PRAKTISKE

PRIS OG PROCES

Med Mindmill som strategisk partner binder vi din salgs- og marketingafdeling sammen.

Vores B2B Marketing Framework® er gennemtestet af landets største B2B virksomheder, og det er er din garanti for en strategi, som virker på både kort og lang sigt.

I et samarbejde med Mindmill får du:

- En langvarig sparringspartner indenfor digitalt salg og markedsføring med erfaring fra +300 B2B virksomheder
- En interim ansættelse af 7 marketingspecialister med hver sine spidskompetencer
- Et komplet datadrevet leadgenereringssetup, som sikrer dig varme leads og relevante kundemøder
- Løbende udvikling og optimering af strategier og indsatser
- Digital salgsudvikling og kulturforandring, som styrker den kommercielle strategi

PUNKT 8.1

PRIS

Fast månedspris ..... 50.000 kr.

Annonceringsforbrug pr. måned

Anbefalet budget..... 15.000 - 40.000 kr.

Software

Zapier ..... *Fra 350 kr. pr. måned
ActiveCampaign ..... *Fra 450 kr. pr. måned
Lead Management ..... Fra 3.000 kr. pr. måned
*Afhænger af forbrug og antal kontakter

PROCES

Vi har skræddersyet og forfinet en proces, som gør os i stand til at udarbejde og implementere din inbound strategi på ca. 2 måneder. Efter implementeringsfasen påbegynder vi en eksekveringsproces, hvor vi varetager alle de digitale kanaler. Det betyder, at du får et dedikeret team af B2B specialister, der sikrer, at I får gode og salgsklare leads og på den måde øger jeres omsætning.

Når vores framework er implementeret, samarbejder vi om løbende udvikling, optimering og nye implementeringer til jeres nye salgs- og marketing setup, så vi sikrer, at I konstant får kundehenvendelser online.

DET HELE OG LIDT TIL

DET FÅR DU MED VORES B2B MARKETING FRAMEWORK®

Vores framework er en samlet pakke. Du behøver hverken mere eller mindre for at komme i gang. De første par måneder bruger vi på at udvikle strategien og producere indhold, videoer, annoncer mm. Derefter starter vi eksekveringen og at skabe resultater i tæt samarbejde. Det er vores ansvar, at dette bliver en succes.

OPSTARTSWORKSHOP
á 2-4 timers varighed

STRATEGI FOR SALG OG MARKETING
inklusiv kampagne, mål, målgruppe, salgsstrategi osv.

DETALJERET PLAN
for indhold, kanaler, annoncering, budgetter, værktøjer osv.

INDHOLDSPRODUKTION
- Videoer
- E-mails
- Premium content

DESIGN, UDVIKLING OG LAUNCH AF KAMPAGNESIDER

OPSÆTNING AF MARKETING AUTOMATION OG E-MAILS
- Implementering af leadscoring og salgstragt
- Leadmapping af website

OPSÆTNING OG OPTIMERING AF KAMPAGNER PÅ TVÆRS AF:
- LinkedIn
- Facebook
- Google Ads

ANNONCELAYOUT TIL ALLE KANALER

LEAD SHEET TIL SALGSORGANISATIONEN
- Mini-CRM
- Integration til eksisterende CRM

SALGSSPARRING OG 3 STATUSMØDER
med salg og marketing

LØBENDE RAPPORTERING
på performance og sparring på optimeringsmuligheder

PROJEKTLEDELSE OG KOORDINERING

OVERVÅGNING OG LØBENDE OPTIMERING
i forhold til de aftalte mål

KONTAKT OS HERUNDER

TAK FORDI DU KIGGEDE MED

VIL DU VIDE MERE ↓

mindmill

+45 70 77 74 44 · info@mindmill.dk