

VÆKST
STRATEGI

UDBYG DIN INBOUNDSTRATEGI

INDTAG EN EKSPERTPOSITION MED EN STÆRK STEMME I MARKEDET

Indgå et partnerskab med nogle af landets skarpeste B2B hjerner. Sammen udvikler vi løbende din salgs- og marketingstrategi, så din virksomhed positioneres som eksperter i branchen. Målet er flere kvalificerede leads, flere salgsdialoger, øget branding og større ROI på din marketinginvestering på både kort og lang sigt.

SALGSMØDER
LEADS

mindmill



KAPITEL 1

HVAD ER ET PARTNER-SKAB MED MINDMILL

Et partnerskab med Mindmill er en ansættelse af 6 ambitiøse specialister, som tilsammen udgør din egen komplette B2B marketingafdeling.

Som partner hos Mindmill får du landets dygtigste specialister for en samlet pris, som ofte er mindre end én fastansat medarbejder. At bruge Mindmill til strategi og eksekvering af en B2B markedsførings- og salgsstrategi er altså et fordelagtigt alternativ til at bygge og udvikle en intern marketingafdeling med alt, hvad det indebærer af løn, pension, goder, sygdom, kompetenceudvikling, trivsel osv.

Vi sikrer dig ikke alene markedets bedste B2B løsninger. Vi giver dig også nogle af Danmarks skarpeste B2B hjerner med solid erfaring fra et hav af danske og internationale virksomheder på tværs af brancher, lande og virksomhedsstørrelse.

Du får både den nyeste viden fra succesfulde cases, kampagner og projekter samt et team af specialister, der måned for måned gør sit ypperste for at levere resultater til dig.

DERFOR SKAL DU VÆLGE ET PARTNERSKAB MED MINDMILL:

#1 Garanti for resultater:

Leverer vi ikke de rette resultater, er du fri til at stoppe samarbejdet.

#2 Spar penge:

Ved at outsource hele eller dele af marketingstrategien og eksekvering til Mindmill, sparer vores kunder mange penge hver måned!

#3 Kortsigtede resultater:

Du får flere og bedre leads her og nu, som giver dig bedre salgsdialoger

#4 Langsigtede resultater:

Styrk dit brands position i markedet og få en bedre positionering med en kreativ tilgang til digital markedsføring.

koldpartners

AARHUS
AIRPORT

STAERMOSE
INDUSTRY

Perfion

INTENZ

WEXO
E-handelsløsninger

toolpack

Merrild LAVA

UPGRADEIT

GateHouse
Group

INDHOLDSFORTEGNELSE

KAPITEL 1 - SIDE 2

HVAD ER ET PARTNERSKAB MED MINDMILL

Din egen komplette B2B marketingafdeling

KAPITEL 2 - SIDE 4

INBOUND I PRAKSIS

Udbyg din tilstedeværelse i markedet

KAPITEL 3 - SIDE 6

FREMADRETTET STRATEGI

Tilføj nyt indhold og videreudvikle strategien

KAPITEL 4 - SIDE 11

HVAD PÅVIRKER PRISEN

Parametrene, der er med til at fastsætte prisen



KAPITEL 2

INBOUND I PRAKSIS

Udbyg din tilstedeværelse i markedet

Som du ved, handler inbound marketing om at tiltrække, konvertere og salgsmodne potentielle kundeemner med relevant indhold og automatiserede flows – og du og din virksomhed er allerede godt i gang; I har adopteret tankegangen, fundamentet er lagt, setuppet spiller og første kampagne er i fuld gang.

Som du har erfaret i løbet af den nu snart afsluttede kampagne, er det en misforståelse, at inbound kun kan skabe resultater på den lange

bane. Også på kort sigt er det muligt at konvertere og salgsmodne potentielle kundeemner og starte salgsdialoger tidligt i beslutningsprocessen.

Men en enkelt kampagne kan selvfølgelig ikke stå alene. At positionere sig som eksperter inden for sit felt og få størst mulig udbytte af en inbound strategi kræver en kontinuerlig tilstedeværelse i markedet.

Marketingstrategien bør derfor udvides løbende med mere indhold og yderligere vidensdeling.

SÅDAN KAN ET FLOW SE UD

Tjekliste

“5 gode råd til at ...”

→ Email: Overlevering

→ Email: Uddybende om værdi

OVERGANG TIL NURTURE FLOW

Email #1

Nurturing mail

Email #2

Nurturing mail

Email #3

Nurturing mail

Email #4

Hård konvertering

EKSEMPLER PÅ GATED CONTENT

Guide	Tjekliste
Konkurrence	Whitepaper
Brochure	Prospekt
Gratis analyse	Webcast
Webinar	Produktdemo
Fysiske events	Gratis vareprøve
Sparringsmøde	1:1 live demo

PUNKT 1.1

UDVIDELSE AF INBOUND MARKETINGSTRATEGI

Hvad kræver det så at positionere sig stærkt med en kontinuerlig tilstedeværelse i markedet?

- Nye content offers i flere forskellige formater
- Udvidelse af mailflow, der påvirker leads kontinuerligt over tid
- Opbygning af et evergreen-flow med forskellige annoncebudskaber:
 - Markedsfør produkter og ydelser med USP'er
 - Øg dit krydssalg ved at vise andre produkter og services
 - Opbyg relationer og øget positionering ved at give tips og trick
 - Skab afgørende social proof gennem cases
 - Gå efter dialogen og få flere konverteringer
 - Forbliv top of mind gennem branding
 - Afhold engagerende live events
 - Åben op for nye segmenter og markeder

Når I vedvarende viser jeres ekspertise og deler ud af jeres viden, vil I være i stand til løbende at generere leads, salgsmodne dem og konvertere dem til kunder.



Hos Mindmill bygger vi en stærk marketingmotor til dig. Med denne motor fylder vi din pipeline med varme

leads, men det er faktisk kun det indledende trin - vi stiller os ikke tilfreds med blot dette.

Med udgangspunkt i data arbejder vi fokuseret videre mod at give dig flere leads og bedre konverteringsrater. Sammen arbejder vi for at styrke din stemme i markedet yderligere. Det gør vi eksempelvis ved at afholde hyppige webinarer og kontinuerlig produktion af nye e-mails og videoer.

Vi optimerer altid løbende på dit eksisterende setup, så du får den maksimale performance ud af dit indhold.

På den måde holder vi sammen dine leads til ilden, og du forbliver konstant synlig med det rigtige kvalitetsindhold. Det er denne synlighed, der etablerer din virk-

somhed i en ekspertposition, som over tid giver store resultater.

Det vi gør for dig, tager altid udgangspunkt i vores egen tilgang til digital B2B salg og marketing. Vi udfordrer og optimerer det eksisterende, udbygger kunderejsen løbende og præciserer, hvordan vi rammer kunderne bedst i købsbeslutningens faser.

Når vi kommer i mål, har du fået en volumen-knap, hvor du kan skrue op og ned for dine marketingaktiviteter, så din marketingindsats er det stærke fundament, der gør det muligt at nå dine salgsmål.

Neno Petkovic
Head of Operations,
Mindmill

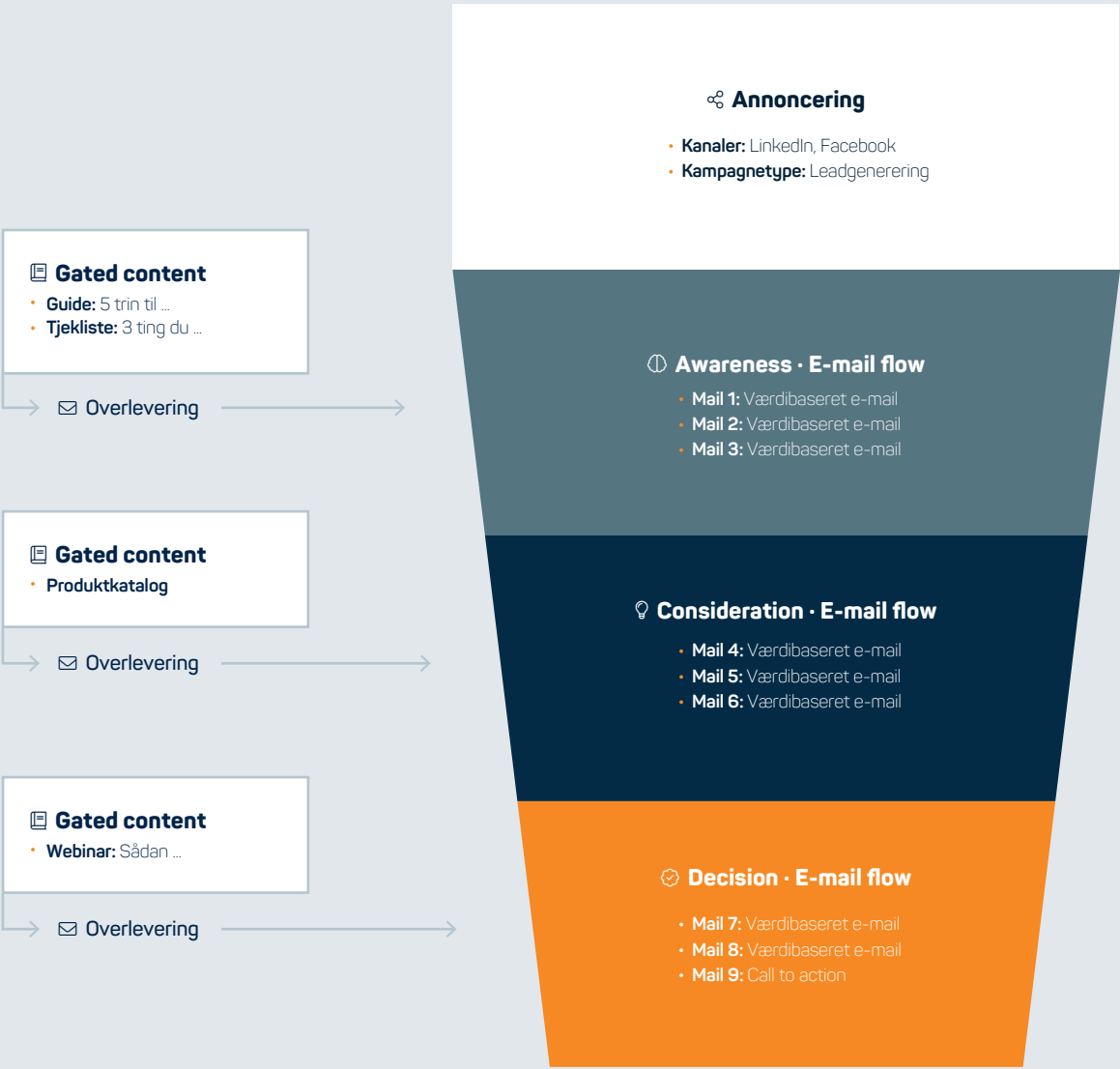




KAPITEL 3

FREMADRETTET STRATEGI

Strategien skal udbygges. Herunder kan du se, hvordan I løbende kan tilføje nyt indhold og videreudvikle strategien.



B2B CASE

TOOLPACK SOLUTIONS

FRAMEWORK / SÅDAN STARTEDE SAMARBEJDET

Toolpack Solutions kæmpede med at konvertere deres primære målgruppe: virksomhedernes økonomiansvarlige. Mange af dem er så personligt knyttede til deres økonomisystemer, at de reelt er umulige at konvertere.

Vi tilpassede strategien ud fra denne indsigt, så vi i stedet talte direkte til ledere og beslutningstagere, hvorefter vores hold af specialister byggede

en stærk marketingmotor, der med premium indhold, betalt annoncering og mailflows skulle skabe varme leads til Toolpack Solutions.

I dag har Toolpack en liste med over 500 interesserede leads og en effektiv salgsproces, hvor sælgerne kun bruger deres dyrebare tid på leads, der er tæt på en købsbeslutning.

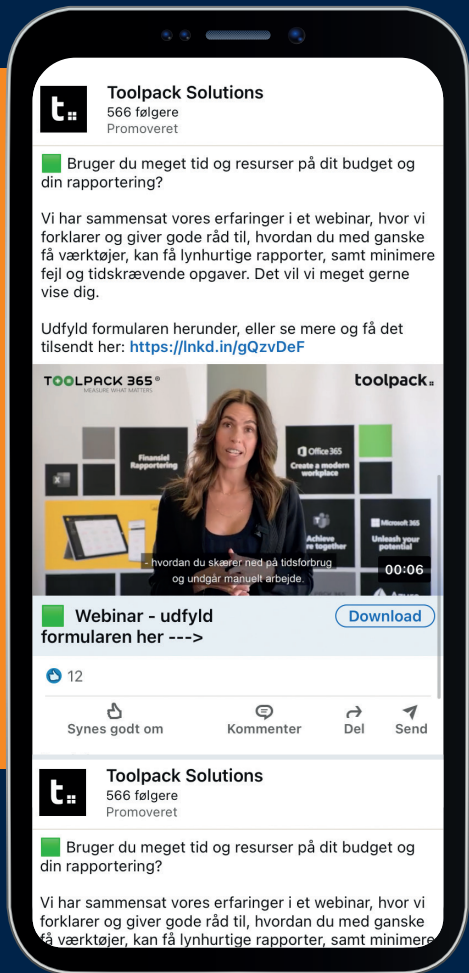
“At skyde med spredehagl i en digital verden er ikke længere en mulighed, hvis du vil have succes med B2B salg og marketing. Det har Mindmill i den grad åbnet vores øjne for, og med dem i ryggen har vi i dag fået en stærk og gennearbejdet strategi, som løbende udbygges og skaleres.

Vi har fået et effektivt setup, som skaber sammenhængskraft mellem vores marketingaktiviteter og salgsindsats, og som giver os taletid hos økonomiansvarlige på direktionsniveau.

Mindmill har været enormt proaktive gennem hele samarbejdet. Både i den første kampagne, men især i partnerskabet som i dag er en fast del af vores marketingindsats.”

Allan Bjørngaard, Toolpack Solutions
CCO

Case fortsættes på næste side →





PARTNERSKAB / SÅDAN FORTSÆTTER SAMARBEJDET

I de første tre måneders Framework lagde vi et stærkt fundament for det videre samarbejde, men den fase er for længst overstået. I dag er Toolpack Solutions på en partnerskabsaftale, hvor Mindmill fungerer som en integreret del af deres marketingindsats og virksomhed.

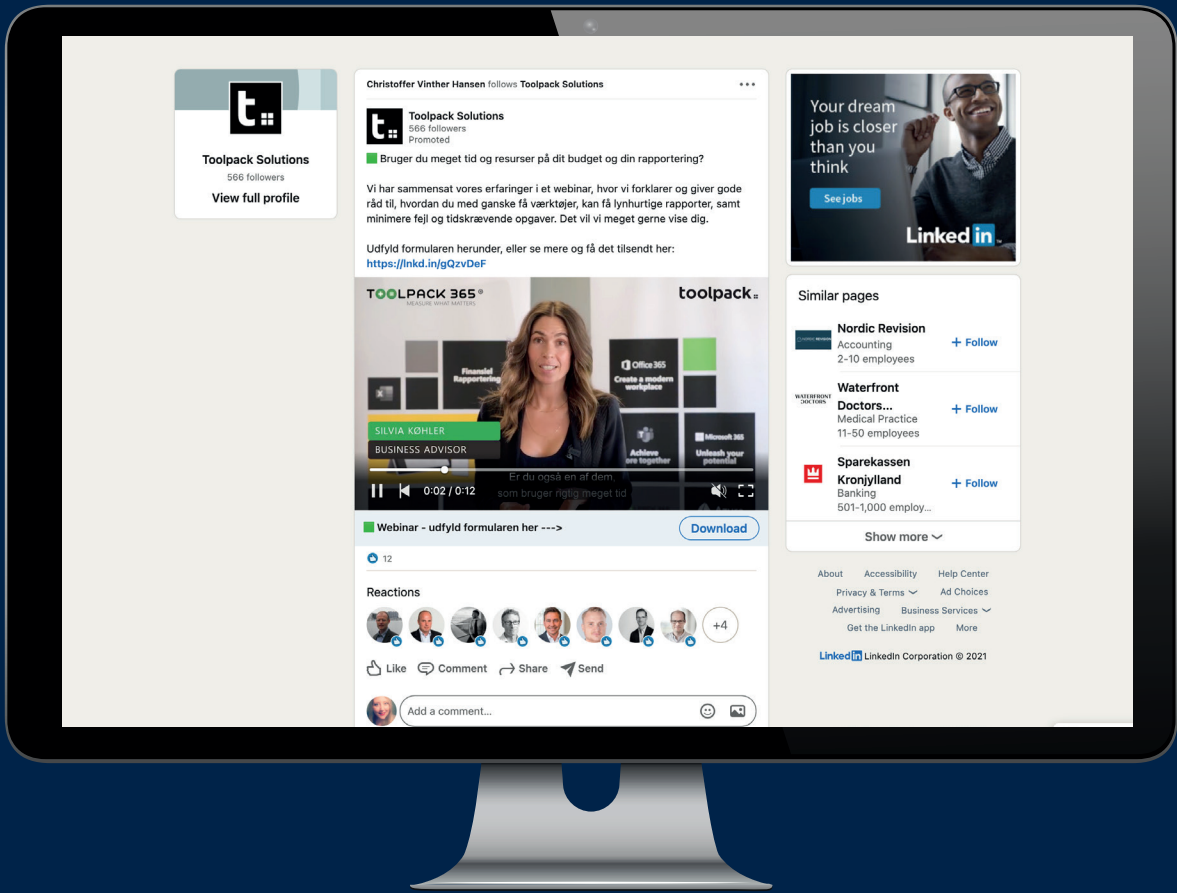
Partnerskabsaftalen gør os i stand til at bygge videre på det solide fundament. I dag arbejder vi tæt sammen på tværs af forskellige forretningsben, hvor vi løbende udbygger med nyt indhold i et langt samlet mailflow.

Efter de første 8 måneder havde vi 3 guides, 4 webinarer og mere end 10 afsnit af den ugentlige webcast, "Measure What Matters".

Vi bygger i dag videre på det samlede flow, som salgsmodner leads gennem en længere periode, imens en løbende leadscoring sørger for at sælgerne kan smede, når jernet er varmt.

Resultatet er bedre salgsdialoger og mindre spildt tid på leads, der er for langt fra en købsbeslutning.

Ved indledningen af samarbejdet lå et typisk salg for Toolpack Solutions omkring 50.000 kroner. I dag går vi sammen efter at sælge løsninger på helt op til 700.000 kroner.



B2B CASE

STAERMOSSE INDUSTRY

SÅDAN STARTEDE SAMARBEJDET

Staermose Industry er en ejerledet industrivirksomhed, som ønskede at lave en digital transformation af deres markedsføringsindsatser, så deres sælgere ikke skulle spille tid på leads uden potentiale. Mindmills arbejde skulle føre til konkrete salgsmøder og faktiske salg. Sammen skulle vi positionere rørlaserskæring fra Staermose Industry som den mest kosteffektive løsning på markedet. Det gjorde vi ved at ramme beslutningstagere og konstruktører i virksomheder med maskiner til industri og produktion.

Vi gjorde det med gated content og mailflows, der italesatte fordele, som skulle aflives til fordel for et fokus på de unikke fordele, som Staermose Industry tilbyder med deres løsning.

De leads som guiden skaffede, førte vi ind i et kort salgsmodnende mailflow, der førte dem ned igennem salgstragten til en konvertering via et tilbud om en gratis vurdering af deres muligheder med rørlaserskæring.

SÅDAN FORTSÆTTER SAMARBEJDET

Staermose Industry har gennem samarbejdet med Mindmill fået både mere relevante leads og flere faktiske salgsmøder. Derudover har de fået udvidet deres horisont, når det kommer til marketing.

Vi har fået en datadrevet tilgang med kontinuerlig tilpasning, så vi fortsætter med at bygge videre på vores gode resultater.

I dag fortsætter Staermose Industry på en partnerskabsaftale, hvor vi kontinuerligt tilføjer nye indgange til det salgsmodnende mailflow. Samtidig arbejder vi videre med særligt fokus på konverteringer lavt i salgstragten igennem for eksempel webinarer, som er et ekstremt stærkt værktøj til netop dette.

I dag arbejder vi også på at udbrede kendskabet til Staermose Industry som totalleverandør inden for løsninger til maskinproducenter, metalindustrien og byggebranchen.

Ambitionsniveauet er højere end nogensinde, og sammen indfrier vi dem gen-

Download gated content
fx en tjekliste eller guide

Modning
med en række e-mails

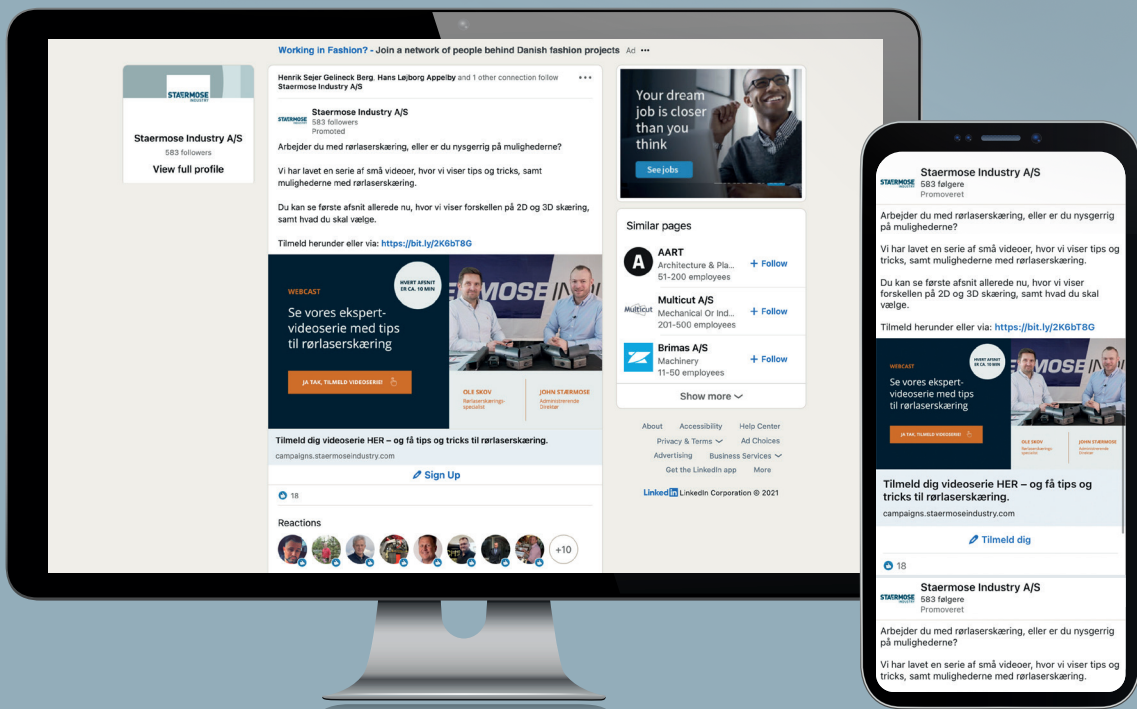
Webinar
med efterfølgende salgsmøde



“Vi havde en naturlig skepsis, da vi første gang hørte om, hvordan online markedsføring kan strikkes sammen. På den baggrund startede vi forsigtigt ud.

Allerede kort inde i projektet, kan vi se, hvordan aktiviteten er steget. Ikke nok med at vi får flere henvendelser fra potentielle kunder, så er vi også mere ligeværdige i salgsprocessen, simpelthen fordi de har fået et mere professionelt indtryk af os.”

John Stærmose, Staermose Industry
CEO



KAPITEL 4

HVAD PÅVIRKER PRISEN

Når vi indgår et partnerskab, er der en række parametre, som påvirker din pris.

Mindmills ambition er altid at give dig en fuldstændig inbound marketingstrategi med flere forskellige indgange og spor, som kontinuerligt opdateres og videreudvikles i forhold til målgruppen.

Din månedlige pris afhænger af, hvor hurtigt du gerne vil nå dertil. På siden her kan du se de tre trin, som vores kunder typisk bevæger sig igennem på rejsen mod en komplet inbound marketingstrategi.

Går du i stå på et trin, før du når endemålet, vil du opleve, at resultaterne gradvist bliver dårligere - du vil for eksempel

opleve stigende priser på leads, når den samme målgruppe eksponeres for de samme kampagner igen og igen.

Om du vil sprinte mod målet eller gå mere langsomt frem, er helt op til dig, din strategi og dit temperament. Vi har kapacitet til at rykke hurtigt, så vi for eksempel når til trin 3 på 6 måneder, men det kan også give mening at gå mere forsigtigt frem med en længere tidsramme.

TRIN #1

Det er her, du ofte vil befinde dig efter den indledende kampagne. Sammen har vi skabt et setup, der skaber sammenhæng mellem marketing og salg med annoncering, gated content, leadscoring og nurtureflows. Fokus har sandsynligvis været begrænset til ét produkt og én målgruppe, og du har oplevet, at din pipeline er blevet sprængfyldt med relevante leads.

TRIN #2

Når du indleder et fast partnerskab med Mindmill, springer vi til næste trin, hvor vi åbner for nye markeder. Det kan både være igennem nye produkter, nye lande og nye målgrupper.

Fælles for disse udvidelser er, at de kræver helt nye opsætninger, som fastslår din stærke ekspertposition på et bredere marked. På dette trin begynder vi at arbejde meget målrettet med konverteringer lavt i salgstragten efter at have fyldt din pipeline godt op i trin 1. Her er webinarer og andre digitale live events et vigtigt middel på vejen mod salget.

TRIN #3

Grænserne mellem trin 2 og 3 er forskellige fra virksomhed til virksomhed, men målet er altid at nå hertil, hvor vi virkelig kan fokusere på at ramme forskellige målgrupper på forskellige stadier af kunderejsen med det helt rette content.

På dette stadie leverer vi kontinuerligt nyt indhold, der fastslår din ekspertposition, så du altid er top-of-mind hos dine målgrupper, uanset hvor i købsbeslutningen de befinder sig.

På dette trin har vi også indsamlet vigtige data på dine målgrupper, så nyt indhold og annoncering kan finpudses på baggrund af den indsamlede information.



B2B CASE

GATEHOUSE GROUP

SÅDAN STARTEDE SAMARBEJDET

Gatehouse Group kom til os med store ambitioner om vækst, men de havde brug for hjælp til at bygge en stærk pipeline af potentielle kunder.

De havde allerede dygtige sælgere og en god marketingafdeling, men forbindelsen mellem dem var ikke stærk nok

Sammen satte vi deres marketing i system, så

trafik og eksponering blev transformeret til faktiske salgsmøder og tal på bundlinjen.

Via målrettet annoncering ramte vi målgruppen med to guides og gennem skræddersyede mail-flows førte vi leads længere ned i salgstragten, hvor vi endte flowet med en invitation til en live-demo af produktet efterfulgt af en opfordring til at booke et uforpligtende møde.

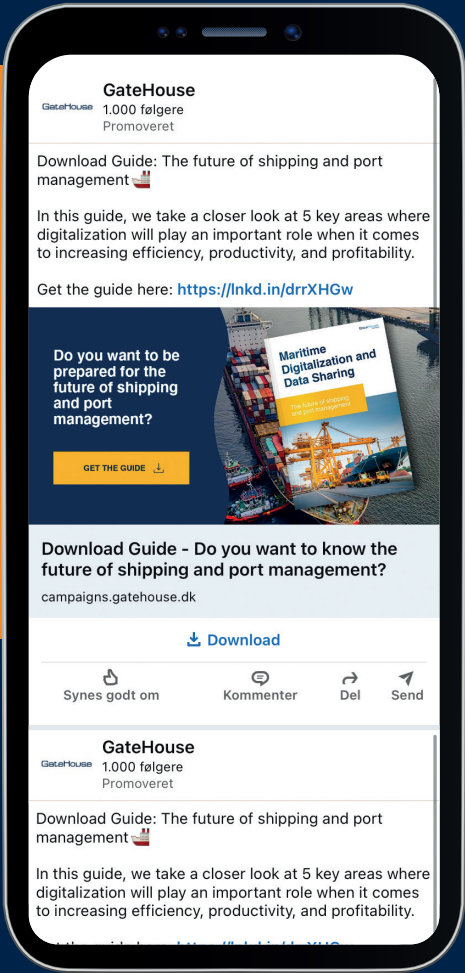


“Inbound marketing har været et strategisk område for os i 2020, således at vi forbedrer den måde vi kommunikerer til og tiltrækker potentielle kunder. Vi har oplevet stort engagement og god service fra Mindmill, som har været lyttende, involverende og initiativrige.

Partnerskabet er en klar udvidelse af vores interne marketing-team, og med Mindmills hjælp har vi i dag bygget en vigtig del af vores skalerbare marketingmotor, som understøtter salget.”

Ulrik Rasmussen, GateHouse
CCO

Case fortsættes på næste side →



SÅDAN FORTSÆTTER SAMARBEJDET

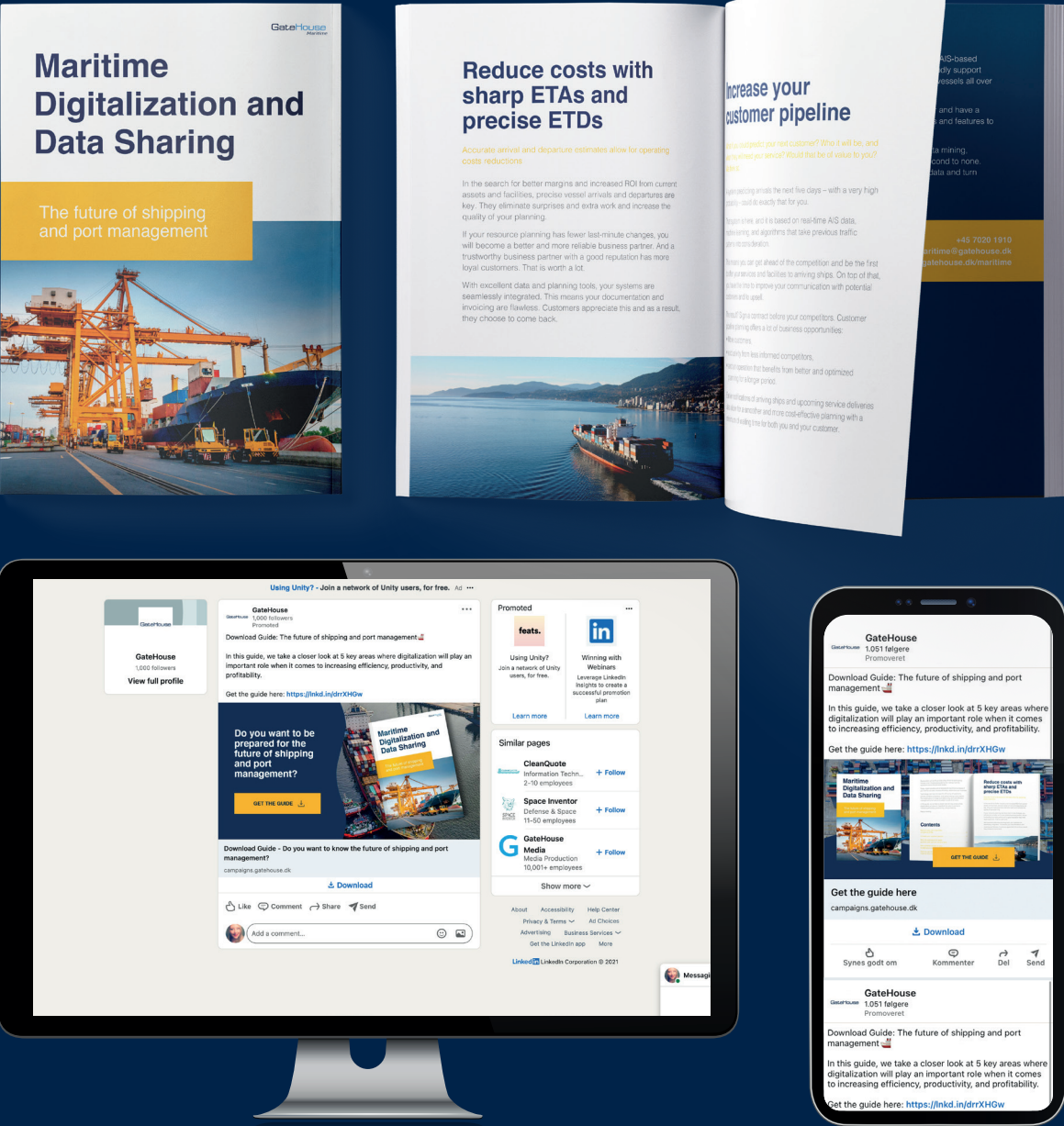
Vores indledende kampagne for Gatehouse Group gav masser af leads inden for målgruppen på tværs af landegrænser, som salgsafdelingen har været rigtig gode til at følge op på.

Gatehouse Group fortsætter i dag på en partnerskabsaftale, hvor vi sammen arbejder på nye webinarer og tilhørende mailflows, der konverterer salgsmodne leads til betalende kunder.

Med et stærkt fundament fra vores B2B Marketing

Framework arbejder vi i dag for at ramme potentielle kunder på forskellige stadier af kunderejsen ved at udbygge med nye spor som derefter fører dem tættere og tættere på en købsbeslutning.

Samlet set betyder det, at vi påvirker leads over længere tid, imens systematisk leadscoring gør det nemt for Gatehouse Groups sælgere at se, hvornår et lead udviser så meget interesse, at det er på tide at indlede en salgsdialog.





B2B CASE

KOLD & PARTNERS

SÅDAN STARTEDE SAMARBEJDET

Kold+Partners ville skabe en her-og-nu effekt med deres markedsføring. De havde en masse godt indhold, som de blandt andet delte ud af på deres blog, men de manglede at få sat tingene i system, så trafik og eksponering blev konverteret til varme leads og konkrete salgsmøder.

Med det udgangspunkt udarbejdede vi en samlet strategi for leadgenerering og salgsmøding,

som involverede et webinar og fire tjeklister i et samlet mailflow.

Den systematiske og datadrevne tilgang genererede leads og bedre salgsdialoger for Kold+Partners, som mærkede, at den svære målgruppe af IT-folk var mere åbne for dialog, når de havde været igennem en foregående salgsmøding.



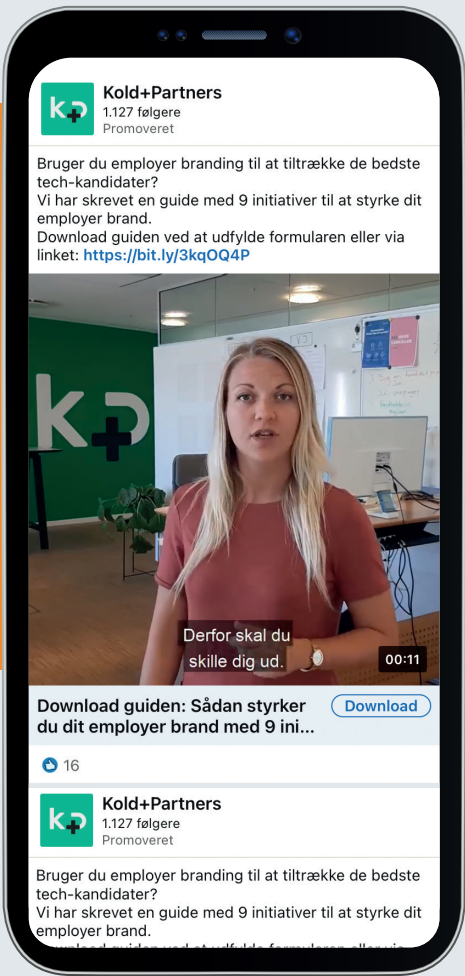
Samarbejdet med Mindmill har været super godt!

Vi valgte i første omgang Mindmill på grund af deres forståelse for vores situation og deres fokus på eksekvering.

Vi kom fra ingen marketingindsats til en ganske omfattende marketingindsats og i den proces har Mindmills viden og engagement været uvurderligt.

Jeg giver dem mine bedste anbefalinger.

Peter Kold, Kold+Partners
Head Recruiter & Founder



SÅDAN FORTSÆTTER SAMARBEJDET

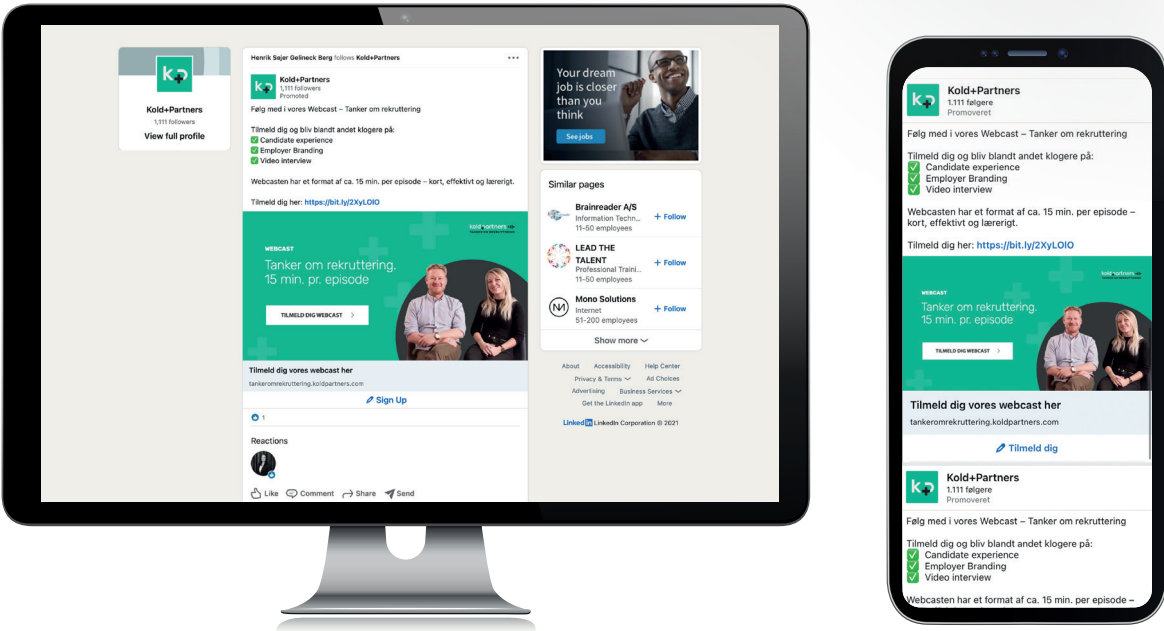
Med den indledende kampagne skaffede vi leads og bedre salgsdialoger for Kold+Partners. Det resultat bygger vi i dag videre på i en partnerskabsaftale, hvor vi sammen arbejder endnu mere strategisk for at etablere en ekspertposition gennem kontinuerlig og aktuel vidensdeling.

Kold+Partners skriver stadig selv det gode indhold, som vi så hjælper dem med at få ud over rampen. Det gør vi igennem et såkaldt lead-nurturing flow, der bearbejder listen af leads, så de gradvist bevæger sig ned igennem salgstragten og tættere på en købsbeslutning.

Med denne tilgang er der ingen leads, der tabes på gulvet. I stedet bearbejdes de, indtil de er klar til en reel salgsdialog med salgsafdelingen.

Kold+Partner har idag en udbygget pipeline af potentielle kunder. Samtidig har de fået øjnene op for en ny måde at tænke salgsprocessen, som bygger på en stærk forbindelse mellem marketing og salg.

Sammen arbejder vi videre med særligt fokus på konverteringer lavt i salgstragten, hvor leads er klar til at blive betalende kunder.



KONTAKT OS
HERUNDER

TAK FORDI DU
KIGGEDE MED
**VIL DU VIDE
MERE** ↓

Neno Petkovic

Head of Operations

+45 42 17 49 10

nepe@mindmill.dk

mindmill

+45 70 77 74 44

info@mindmill.dk