



SÅDAN ØGER DU DIT B2B SALG MARKANT I 2022



Agenda

1	Præsentation
2	Målgruppen & kunderejsen
3	B2B leadgenerering
4	Pipeline Management & CRM
5	Discovery & MQL Calls
6	Forberedelse før opkald
7	Pitchrammen
8	Eksekvering





1. Introduktion

- Joachim Buhl - Leder & medejer i JBG
- 5 års erfaring med kold kanvas og outbound
- Speciale i den komplekse kundekøbsrejse
- Hovedkontor i København
- Fokus på B2B
 - SaaS
 - Konsulenthuse





Hvem er vi?

Innovativ vækstvirksomhed
med stor passion for salg & markedsføring

+95.000 leads

+25 lande

+200 kunder



14 konsulenter → 20 konsulenter inden juli

Hvad laver vi?

Zen Media hjælper **B2B** virksomheder,
med at finde nye leads og kvalificere dem til salg.



Vi anvender de nyeste teknologier inden for digitalt salg & markedsføring.

Vi skifter navn til LeadMotor® i marts 2022



Agenda

1	Præsentation
2	Målgruppen & kunderejsen
3	B2B leadgenerering
4	Pipeline Management & CRM
5	Discovery & MQL Calls
6	Forberedelse før opkald
7	Pitchrammen
8	Eksekvering



Målgruppen



Awareness niveauer

Unaware

Problem Aware

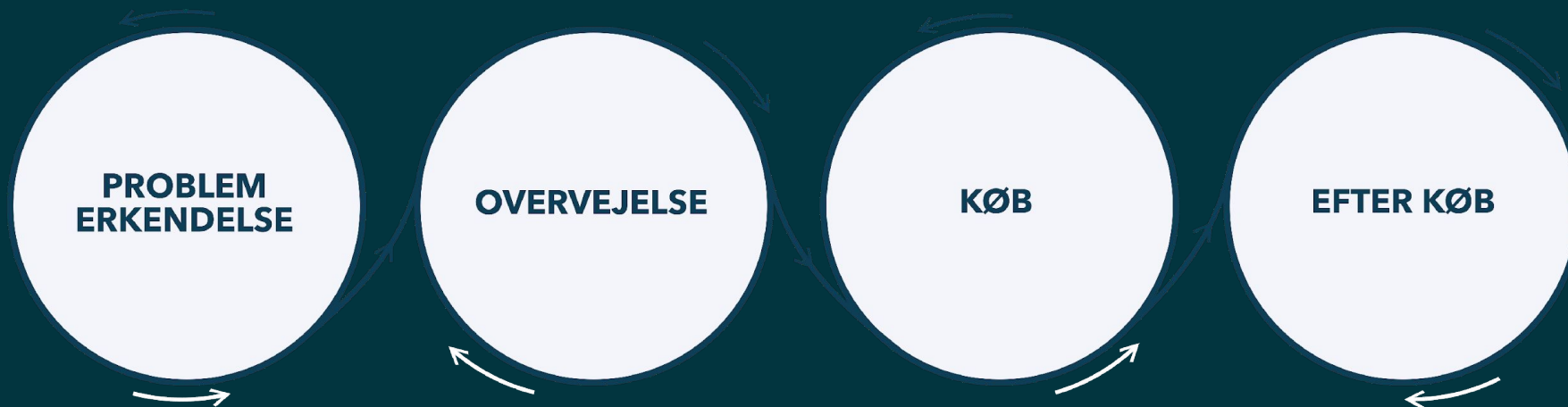
Solution Aware

Product Aware

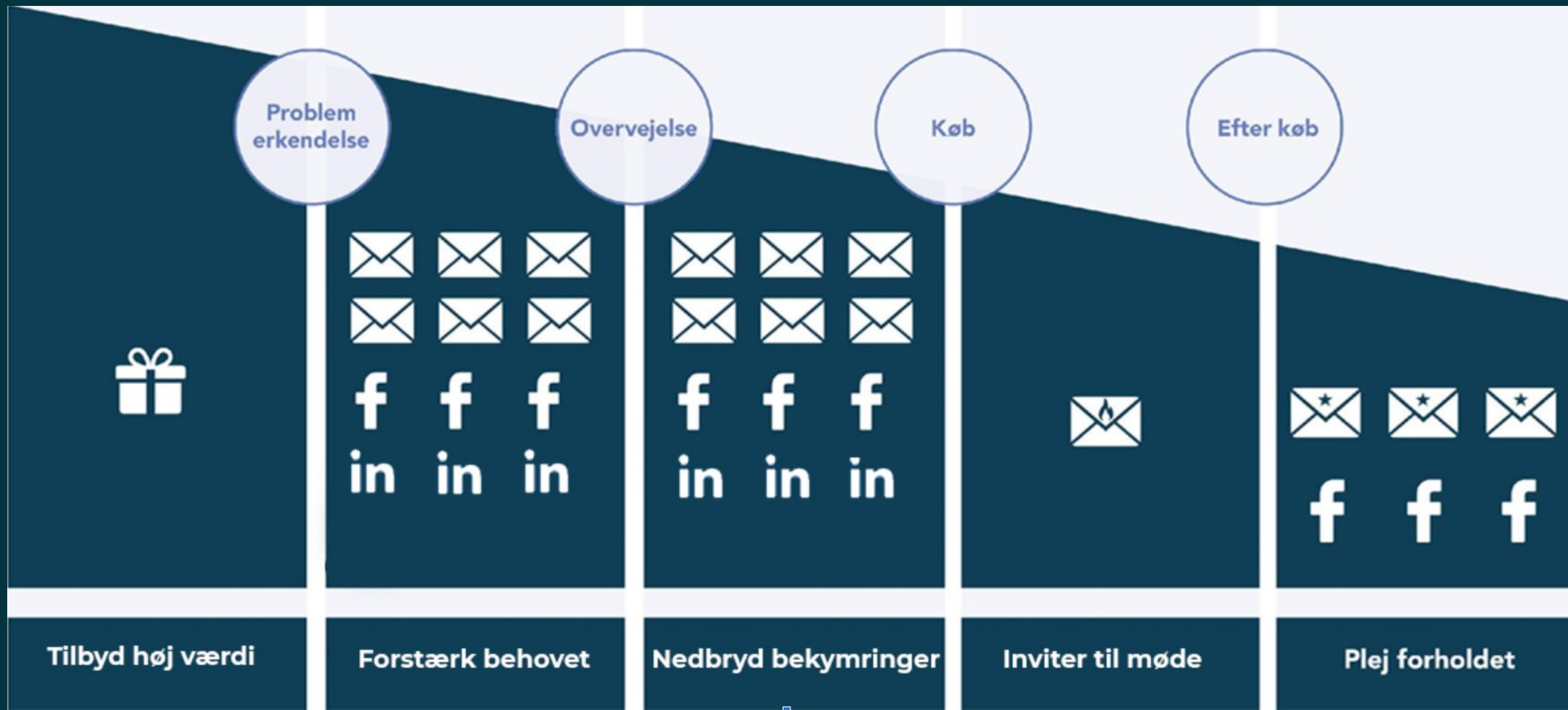
Most Aware



Design Kunderejsen



Design Kunderejsen



Agenda

1	Præsentation
2	Målgruppen & kunderejsen
3	B2B leadgenerering
4	Pipeline Management & CRM
5	Discovery & MQL Calls
6	Forberedelse før opkald
7	Pitchrammen
8	Eksekvering



B2B leadgenerering

Tiltræk de rigtige leads med en Lead Magnet

Eksempler på en Lead Magnet:

- White Paper
- Live og Automatiserede webinars
- Værdiskabende video
- 10 råd fordelt på 10 emails

Agenda Webinar - E-mail marketing og pipeline management for B2B

1	Præsentation
2	Kunderejsen i B2B-regi
3	Content offers - gated, premium & interaktivt
4	Automation & nurturing
5	Pipeline management & CRM
6	Tools, budgetter og anbefalinger



Lead opsamling

LEADANNONCER



FORMÅL:
Få oplysninger på
relevante leads

Zen Media
Sponsoreret ·

Er du direktør/ejer i en B2B virksomhed ?
Vil du vækste jeres forretning igennem en struktureret salgs- og marketingproces ?
Så modtag vores E-bog gratis !
Vi har igennem lang tid udarbejdet og finpudset en... Mere



Modtag vores E-bog gratis ☒

Synes godt om · Kommenter · Del

Zen Media

Tryk på næste for at modtage vores E-bog gratis.

Fornavn
Indtast dit svar.

Efternavn
Indtast dit svar.

E-mail
Indtast dit svar.

Næste

Zen Media

Accepter

Accepter at vi må sende dig vores E-bog, samt nyhedsbreve der indeholder spændende tips og tricks til online markedsføring. Dette kan du selvfølgelig altid framelde dig igen.

☐ Jeg accepterer at Zen Media må sende mig deres E-bog, samt nyhedsbreve omkring markedsføring.

Ved at klikke på Send accepterer du at sende dine oplysninger til Zen Media, som accepterer at bruge dem i henhold til vedkommendes politik om beskyttelse af personlige oplysninger. Facebook vil også bruge disse oplysninger i henhold til datapolitikken, inklusive til automatisk udfyldning af

Indsend

Zen Media

Awesome du er nu færdig!

Du modtager automatisk vores E-bog inden for få minutter!

Se vores hjemmeside



Facebook

- + I Danmark er der over 3.4 millioner brugere på Facebook
- + 72% bruger Facebook dagligt
- + Undersøgelser viser, at 74% af brugerne også bruger Facebook til professionelle formål
- + Du kan oprette look-a-like målgrupper f.eks. ud fra dine nuværende kunder og følgere
- + Du kan målrette til interesser og stillingsbeskrivelser
- Mange har ikke angivet deres nuværende arbejdsplads, så du skal bede dem om deres arbejdsmail og virksomhedsnavn i leadformen

LinkedIn

- + I Danmark er der over 1.4 millioner brugere på LinkedIn
- + De fleste har udfyldt - og opdateret - informationer om arbejdsgiver, organisationer, m.m.
- + Du kan segmentere ud fra specifikke virksomheder eller stillingsbeskrivelser
- + LinkedIn har indenfor de seneste år udrullet "lookalike audiences"
- Kun 11 % bruger LinkedIn dagligt



Agenda

1	Præsentation
2	Målgruppen & kunderejsen
3	B2B leadgenerering
4	Pipeline Management & CRM
5	Discovery & MQL Calls
6	Forberedelse før opkald
7	Pitchrammen
8	Eksekvering



Pipeline Management

LM® Qualification Pipeline

Are these leads relevant? ⚙	Yes - Relevant ✓ ⚙	No - Not Relevant ☹ ⚙	Maybe - Unknown ? ⚙	Stop Communication ✖ ⚙
126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	104 deals0kr DKK	104 deals0kr DKK	30 deals0kr DKK
SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING BOK 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg	SCAFFOLDING BOK 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg	SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg SCAFFOLDING 12 11kg

LM® Closing Pipeline

Relevant Marketing Leads ✖ ⚙	Discovery Call ☎ ⚙	Marketing Process = ⚙	Marketing Qualified Lead ☆ ⚙	Manuel / Dialog ☹ ⚙	Meeting / Demo ☆ ⚙	Proposal / Negotiation \$ ⚙
126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK
SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg	SCAFFOLDING Fabricare Boks 12 11kg SCAFFOLDING workflam 12 11kg SCAFFOLDING Double Agency 12 11kg SCAFFOLDING New Management 12 11kg SCAFFOLDING Relapsed?? 12 11kg



LM® Qualification Pipeline

Are these leads relevant? ⚙	Yes - Relevant ✓ ⚙	No - Not Relevant ☹ ⚙	Maybe - Unknown ? ⚙	Stop Communication ✖ ⚙
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	104 deals 0kr DKK	104 deals 0kr DKK	30 deals 0kr DKK
COMPETENCE Future Role 11/12/2020 COMPETENCE Software 11/12/2020 COMPETENCE Social Agency 11/12/2020 COMPETENCE New Managers 11/12/2020 COMPETENCE ManagerIT 11/12/2020	COMPETENCE Future Role 11/12/2020 COMPETENCE Software 11/12/2020 COMPETENCE Social Agency 11/12/2020 COMPETENCE New Managers 11/12/2020 COMPETENCE ManagerIT 11/12/2020	COMPETENCE Software 11/12/2020 COMPETENCE Social Agency 11/12/2020 COMPETENCE New Managers 11/12/2020 COMPETENCE ManagerIT 11/12/2020	COMPETENCE Software 11/12/2020 COMPETENCE Social Agency 11/12/2020 COMPETENCE New Managers 11/12/2020 COMPETENCE ManagerIT 11/12/2020	COMPETENCE Software 11/12/2020 COMPETENCE Social Agency 11/12/2020 COMPETENCE New Managers 11/12/2020 COMPETENCE ManagerIT 11/12/2020

Via Zapier

Tag tilføjes: "Ikke relevant lead"

Offline konvertering
på Facebook

✗ Kan ikke komme
i "desire automation"



LM® Closing Pipeline

Relevant Marketing Leads 🏠 ⚙️	Discovery Call 🗨️ ⚙️	Marketing Process 🔄 ⚙️	Marketing Qualified Lead 📌 ⚙️	Manuel / Dialog ☹️ ⚙️	Meeting / Demo ☆ ⚙️	Proposal / Negotiation \$ ⚙️
126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK
👤 SCM2020040 Future Sales ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanFuture 2020 20	👤 SCM2020040 Future Sales ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanFuture 2020 20	👤 SCM2020040 Future Sales ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanFuture 2020 20	👤 SCM2020040 Future Sales ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanFuture 2020 20	👤 SCM2020040 Future Sales ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanFuture 2020 20	👤 SCM2020040 Future Sales ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanFuture 2020 20	👤 SCM2020040 Future Sales ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanFuture 2020 20
👤 SCM2020040 Marketing ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanMarketing 2020 20	👤 SCM2020040 Marketing ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanMarketing 2020 20	👤 SCM2020040 Marketing ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanMarketing 2020 20	👤 SCM2020040 Marketing ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanMarketing 2020 20	👤 SCM2020040 Marketing ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanMarketing 2020 20	👤 SCM2020040 Marketing ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanMarketing 2020 20	👤 SCM2020040 Marketing ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanMarketing 2020 20
👤 SCM2020040 Trade Agency ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanTrade Ag 2020 20	👤 SCM2020040 Trade Agency ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanTrade Ag 2020 20	👤 SCM2020040 Trade Agency ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanTrade Ag 2020 20	👤 SCM2020040 Trade Agency ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanTrade Ag 2020 20	👤 SCM2020040 Trade Agency ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanTrade Ag 2020 20	👤 SCM2020040 Trade Agency ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanTrade Ag 2020 20	👤 SCM2020040 Trade Agency ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanTrade Ag 2020 20
👤 SCM2020040 New Managers ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNew 2020 20	👤 SCM2020040 New Managers ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNew 2020 20	👤 SCM2020040 New Managers ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNew 2020 20	👤 SCM2020040 New Managers ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNew 2020 20	👤 SCM2020040 New Managers ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNew 2020 20	👤 SCM2020040 New Managers ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNew 2020 20	👤 SCM2020040 New Managers ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNew 2020 20
👤 SCM2020040 Negotiat ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNegotiat 2020 20	👤 SCM2020040 Negotiat ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNegotiat 2020 20	👤 SCM2020040 Negotiat ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNegotiat 2020 20	👤 SCM2020040 Negotiat ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNegotiat 2020 20	👤 SCM2020040 Negotiat ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNegotiat 2020 20	👤 SCM2020040 Negotiat ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNegotiat 2020 20	👤 SCM2020040 Negotiat ⚙️ 1 step 📄 MarketingplanNegotiat 2020 20



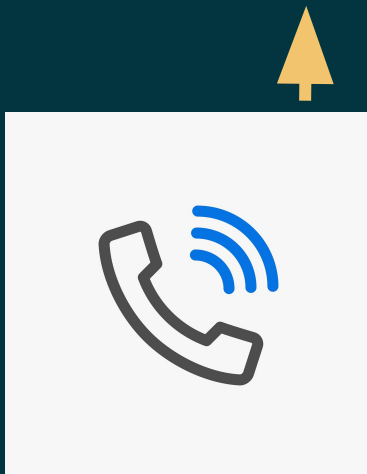
LM[®] Closing Pipeline

[illegible]

Tilbyd høj værdi



LM[®] Closing Pipeline

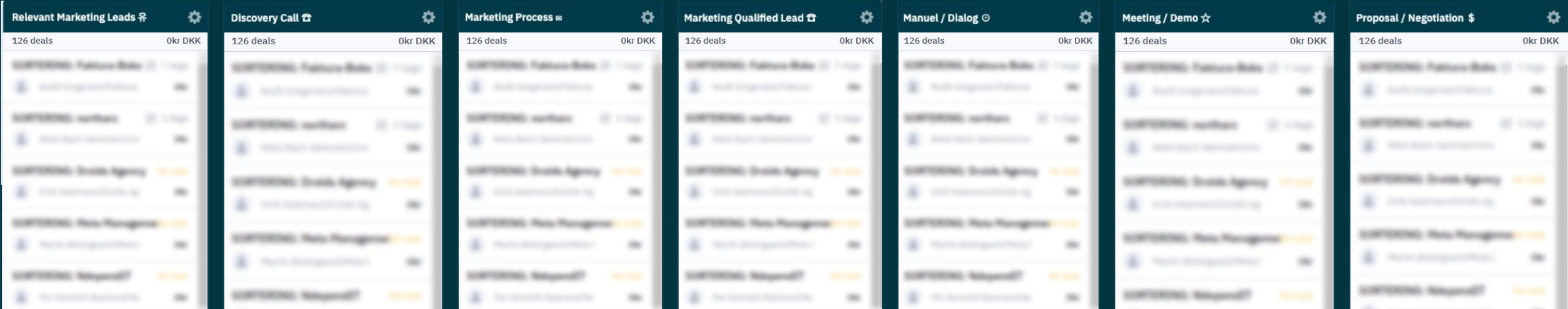
[illegible]

Lav et *Discovery call* når et lead har set Lead Magnet



LM® Closing Pipeline

Er leadet ikke klar til et møde flyttes det til Marketing Process og modtager automatisk kommunikation








Nedbryd bekymringer

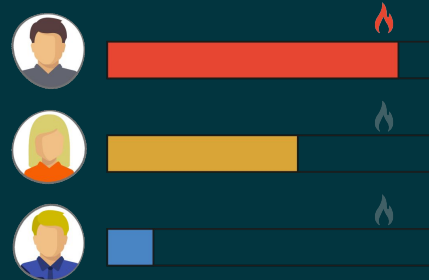


Lead Scoring

Total Contact Score

Interest Contact Score som udløber

Total Deal Score



Navn: Jens Jensen
E-mail: Jens@jensen.dk
Virksomhed: Jensens B2B



Besøg på "forside"	x 6	3 point	18
Besøg på "ydelser"	x 2	5 point	10
Besøg på "kontakt"	x 1	10 point	10
Åbnede mail	x 9	1 point	9
Interesse i:	Service A		



LM® Closing Pipeline

+30 points i *Interest Contact Score*



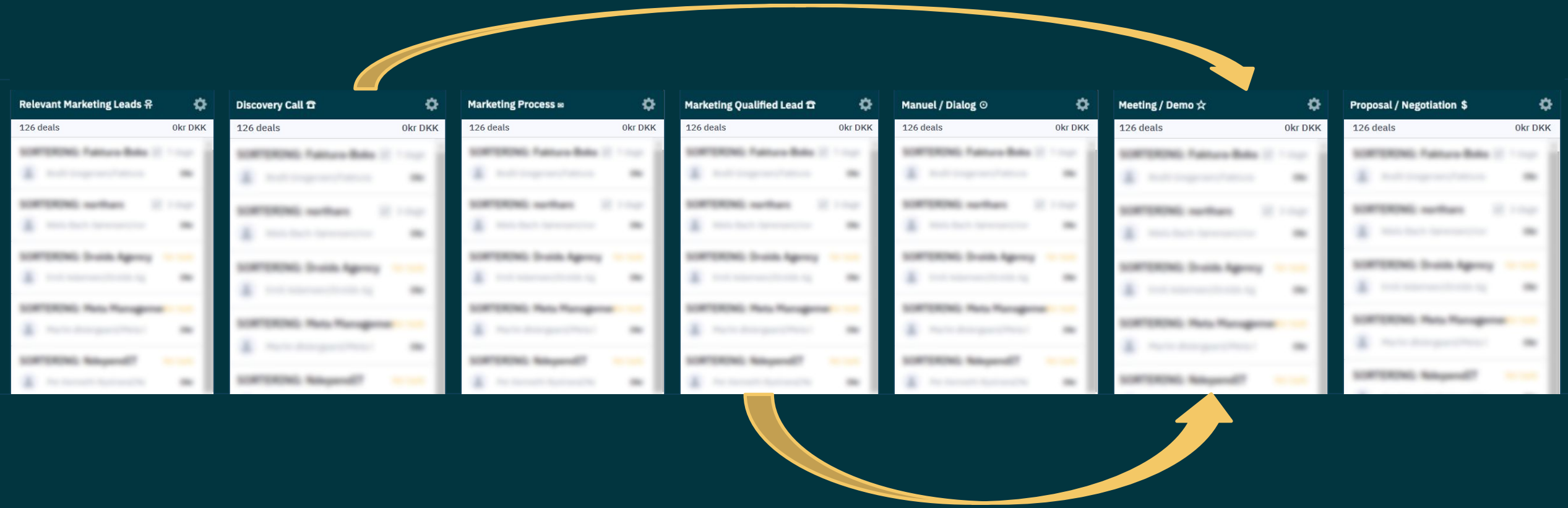
Relevant Marketing Leads ☙	Discovery Call ☎	Marketing Process ∞	Marketing Qualified Lead ☎	Manuel / Dialog ☹	Meeting / Demo ☆	Proposal / Negotiation \$
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK



Lav et *MQL opkald* - Leadet er varmt!



LM® Closing Pipeline



Svarer leadet ja på en af opkaldene - **Tillykke du er fået et nyt møde!**

LM® Closing Pipeline

Relevant Marketing Leads 🏹	Discovery Call 🗨	Marketing Process ⌘	Marketing Qualified Lead 🗨	Manuel / Dialog ☹	Meeting / Demo ☆	Proposal / Negotiation \$
126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK	126 deals 0kr DKK
SCM1000000 Future Sales 12 11:00 SCM1000000 Marketing 12 11:00 SCM1000000 Social Agency 12 11:00 SCM1000000 New Managers 12 11:00 SCM1000000 SupportIT 12 11:00	SCM1000000 Future Sales 12 11:00 SCM1000000 Marketing 12 11:00 SCM1000000 Social Agency 12 11:00 SCM1000000 New Managers 12 11:00 SCM1000000 SupportIT 12 11:00	SCM1000000 Future Sales 12 11:00 SCM1000000 Marketing 12 11:00 SCM1000000 Social Agency 12 11:00 SCM1000000 New Managers 12 11:00 SCM1000000 SupportIT 12 11:00	SCM1000000 Future Sales 12 11:00 SCM1000000 Marketing 12 11:00 SCM1000000 Social Agency 12 11:00 SCM1000000 New Managers 12 11:00 SCM1000000 SupportIT 12 11:00	SCM1000000 Future Sales 12 11:00 SCM1000000 Marketing 12 11:00 SCM1000000 Social Agency 12 11:00 SCM1000000 New Managers 12 11:00 SCM1000000 SupportIT 12 11:00	SCM1000000 Future Sales 12 11:00 SCM1000000 Marketing 12 11:00 SCM1000000 Social Agency 12 11:00 SCM1000000 New Managers 12 11:00 SCM1000000 SupportIT 12 11:00	SCM1000000 Future Sales 12 11:00 SCM1000000 Marketing 12 11:00 SCM1000000 Social Agency 12 11:00 SCM1000000 New Managers 12 11:00 SCM1000000 SupportIT 12 11:00

Leadet kan også automatisk booke et møde!





Tool til online mødebooking: Calendly

STEP 1 / 2

Book strategimøde



Zen Media ApS

Strategimøde

⌚ 45 min

📍 Web conferencing details provided upon confirmation.

Du er ved at tage en god beslutning om at booke et strategimøde med én af vores konsulenter. Vælg den tid, som passer dig. Herefter modtager du en bekræftelse.

Select a Date & Time

January 2021 < > Thursday, January 28

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

🕒 Central European Time (10:39) ▼

09:00

10:00

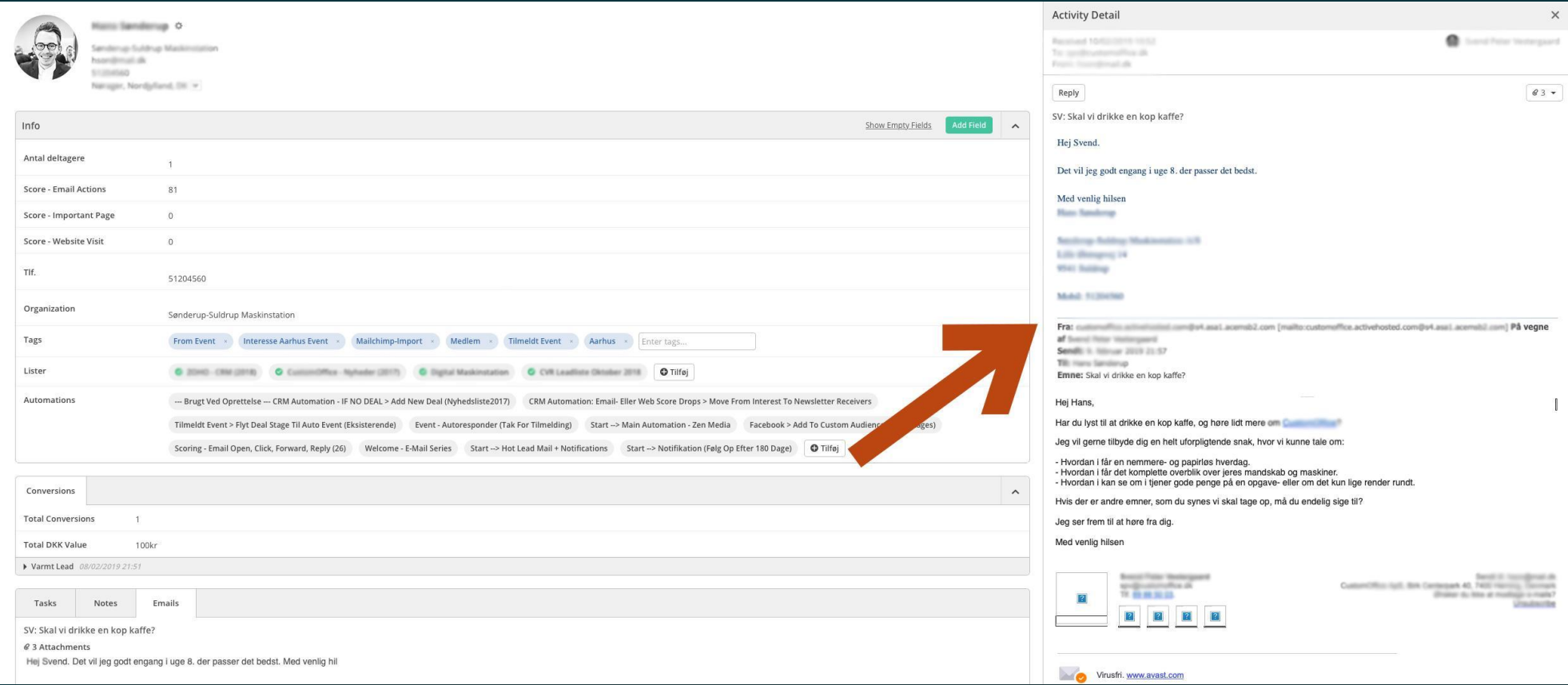
11:00

13:00

14:00

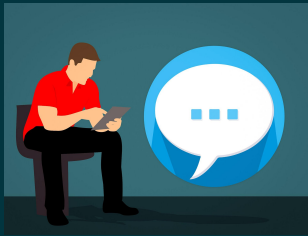
15:00





LM® Closing Pipeline

Relevant Marketing Leads 🏹	Discovery Call 📞	Marketing Process ⌘	Marketing Qualified Lead 📞	Manuel / Dialog ☺	Meeting / Demo ☆	Proposal / Negotiation \$
126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK
126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK	126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK 126 deals0kr DKK



Afgørende Indsigt for hvert ansvarsområde

For jeres sælger

For jeres marketing

For jeres ledelse



Indsigt for sælgerne

Det får sælgerne ud af dette:

- Fuldt overblik over hvem der skal kontaktes
- Fuldt overblik over alle informationer de har på leadet
- Overblik over deres performance.

Relevant Marketing Leads	Discovery Call	Marketing Process	Marketing Qualified Lead	Manuel / Dialog	Meeting / Demo	Proposal / Negotiation
126 deals	126 deals	126 deals	126 deals	126 deals	126 deals	126 deals
OK! DKK	OK! DKK	OK! DKK	OK! DKK	OK! DKK	OK! DKK	OK! DKK

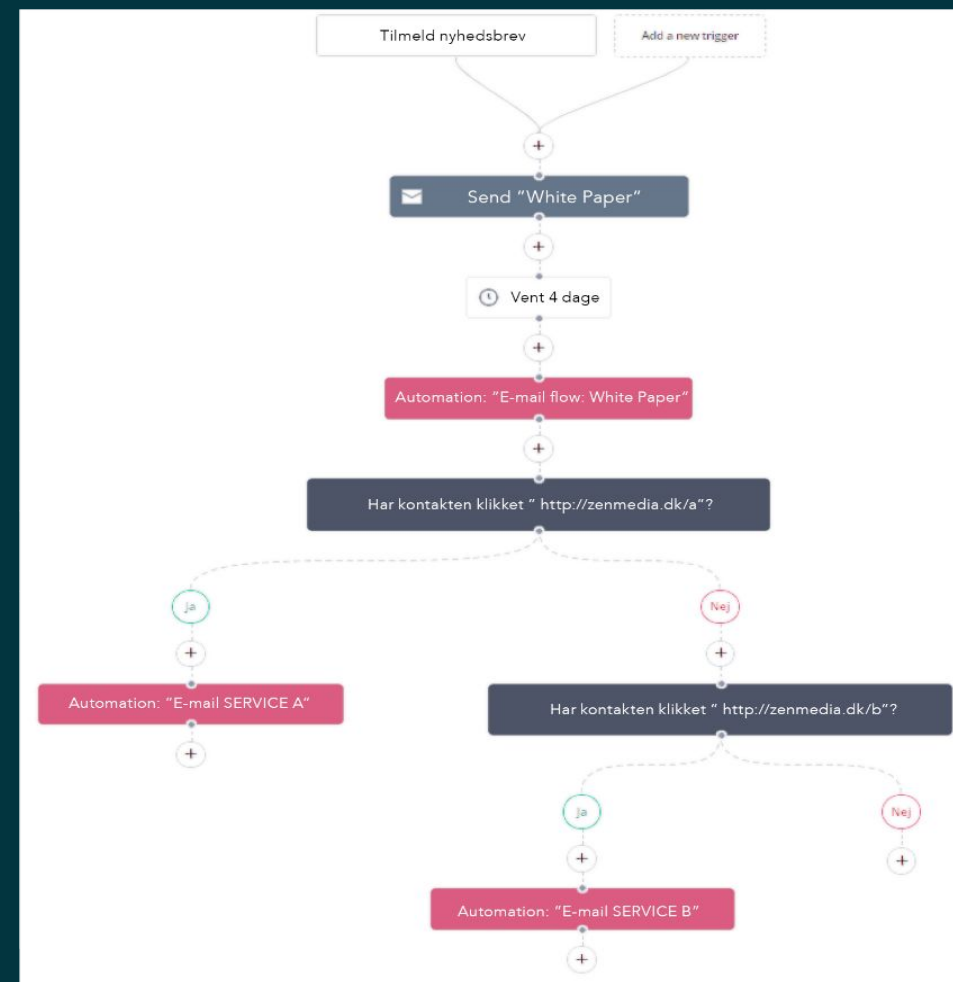
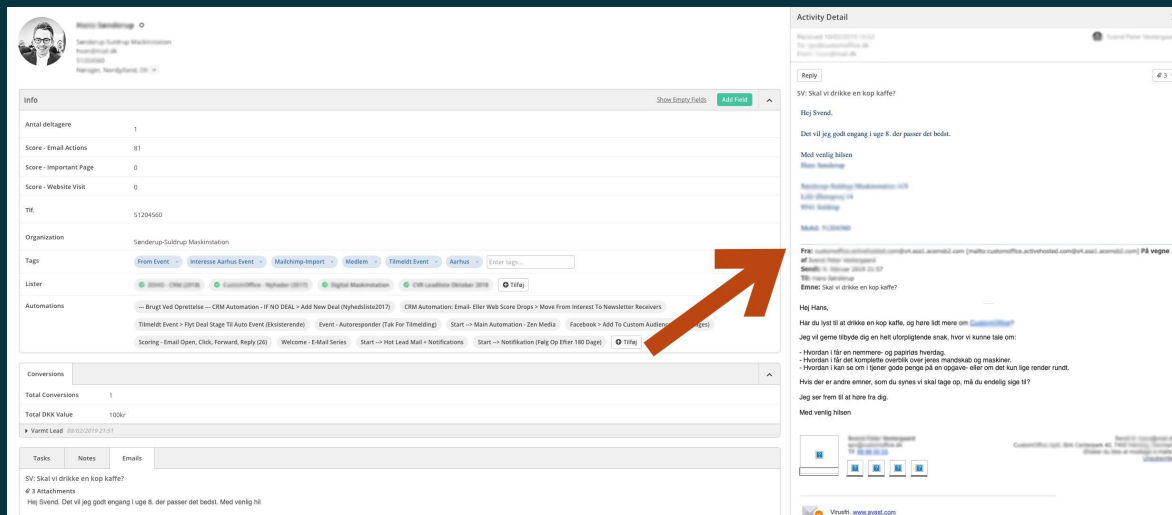
The screenshot displays a CRM interface for a lead named 'Hans Sørensen'. The left sidebar shows a navigation menu with tabs for 'Relevant Marketing Leads', 'Discovery Call', 'Marketing Process', 'Marketing Qualified Lead', 'Manuel / Dialog', 'Meeting / Demo', and 'Proposal / Negotiation'. The main content area shows the 'Activity Detail' for the lead, including sections for 'Info', 'Tags', 'Automations', 'Conversations', and 'Tasks'. A red arrow points to the 'Automations' section, which lists various automated workflows such as 'Email Open', 'Click, Forward, Reply', 'Webinar', 'Email Series', 'Start', 'Post Lead Mail', 'Notifications', 'Start', 'Needbutton (Rag Op Efter 180 Dage)', and 'Tilg'. The right sidebar shows a 'Reply' button and a 'Send' button.



Indsigt for marketing

Det får den marketingansvarlige ud af dette:

- Overblik over hvilke marketing aktiviteter, der var en del af salget.
- Overblik over hvordan marketingbudgettet anvendes bedst.
- Overblik over hvilken kommunikation der virker bedst (A/B test)



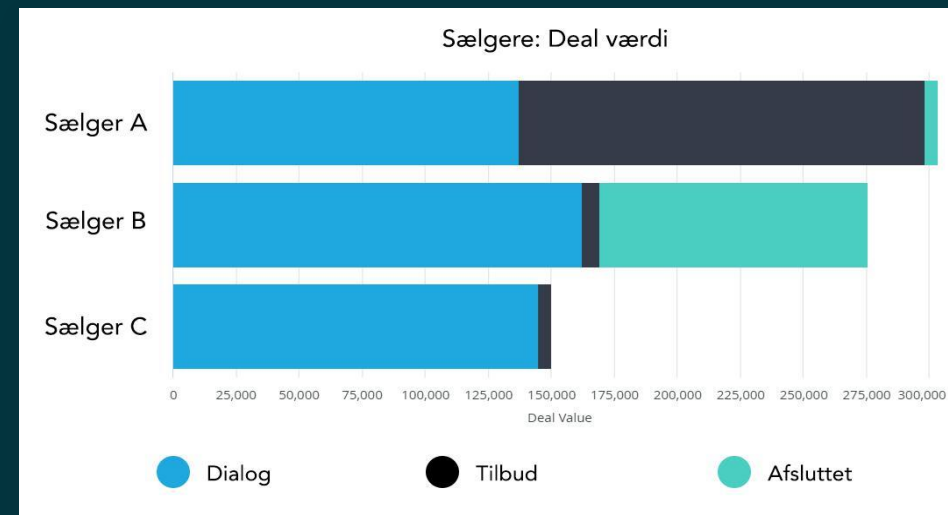
Indsigt for ledelsen

Unik indsigt i salget:

- Hvordan *performer* sælgerne
- Hvor stor en mulig omsætning får I hvis I lukker tilbuddene?
- Hvor stor en sandsynlighed er der for at I lukker salgene?
(Efter nok data)

Unik indsigt i markedsføringen:

- Hvilke marketingaktiviteter har været en del af salgene?
- Hvad koster 1 kunde?



Emplate har omsat for over 2 millioner kroner på de online B2B leads, som vi har genereret!

*Siden vi startede op sammen med Zen Media, har vi oplevet en kraftig tilstrømning af nye kvalificerede leads fra vores målgruppe. Til dato har deres arbejde bidraget til en omsætning på lige over 2 millioner kroner.
Det er vi naturligvis meget tilfredse med*

*Vi har oplevet Zen Media som en meget kompetent partner, der hurtigt forstod vores forretning, kunder og behovet for, at vi skulle have sat turbo på salget.
De leverede langt over det forventede – og vi er super glade for samarbejdet.
Hele teamet får de bedste anbefalinger med herfra!*



– Simon Staack, Co-founder, Emplate



Resultater af LeadMotoren® de sidste 2 år: 138 kunder. Omsætning på mere end 7 mio.

Sådan er Landbo Limfjord startet:

Alle taler om marketing automation, og virker det der Marketing Automation så? Jeg har selv stået spørgende på sidelinjen de sidste 2 år. Men endelig står jeg med mine egne erfaringer. Efter 2 måneder med ActiveCampaign og kyndig hjælp fra Zen Media, og Facebooks fantastiske evne til at finde de rigtige målgrupper, må jeg konstatere, at vores "LeadMotor" virker fuldstændig som den skal. 325 nye leads, vel og mærket de rigtige leads – de rammer målgruppen perfekt, og allerede 4 nye kunder. Jeg har store forventninger til de kommende måneder, især efter vi rigtig har fået gang i contentarbejdet i huset. En dejlig succes at opnå så hurtigt!



Janne Vinther

Digital marketingansvarlig, Landbo Limfjord



Et marketingbureau

Det har taget 1 måned at fylde denne kundes salgspipeline med interesserede B2B leads!

*168 kolde leads

*57 interesserede

*4 meget varme leads

*15 møder med potentielle kunder

Det betyder 270kr. pr møde



Agenda

1	Præsentation
2	Målgruppen & kunderejsen
3	B2B leadgenerering
4	Pipeline Management & CRM
5	Discovery & MQL Calls
6	Forberedelse før opkald
7	Pitchrammen
8	Eksekvering





1.1 Hvorfor skal vi følge op?



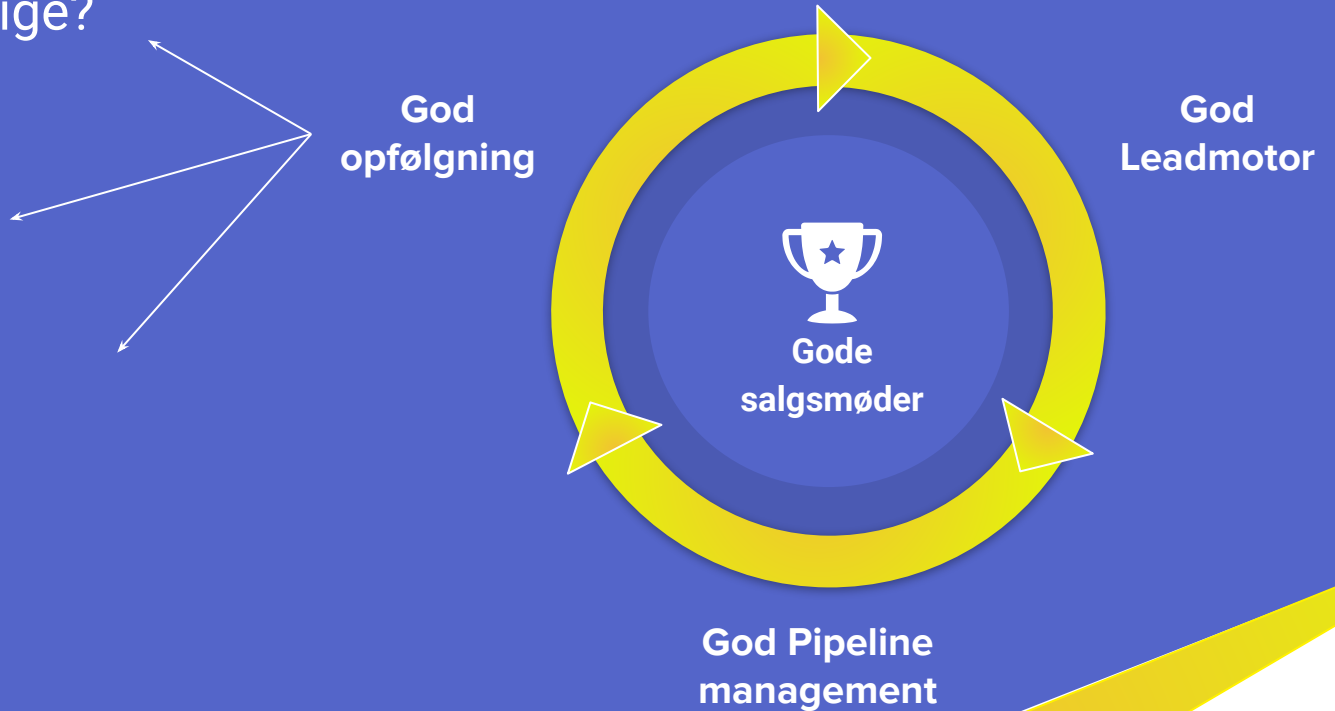
Kvalificering: Rammer vi de rigtige?



Timing: Er de modne?



Konvertering: Vil de mødes?





1.2 Mine udfordringer

- "Hvad hvis de ikke kan huske mig?"
- "Hvad hvis jeg forstyrrer dem?"
- "Hvad hvis jeg ikke kan svare på deres spørgsmål?"
- "Hvad hvis jeg brænder et lead?"





1.3 Et godt argument



Kold kanvas

Discovery Calls

Hitrate: 10%

33%

Opkald til samtale: 7

3

Samtaler til møde: 10

3

Kald til møde: 70

9

Timer pr. møde: 2.46

0.66 (40 minutter)

Hvorfor ringer
de ikke?





Key take-aways



Vi ved....

1

Værdiful data

1. Kvalicering
2. Timing
3. Dataindsamling

2

Kaffemøder

1. Konverteringer
2. Høj hitrate
3. Afklaring

3

Udfordringer

1. Hvordan kommer vi videre?



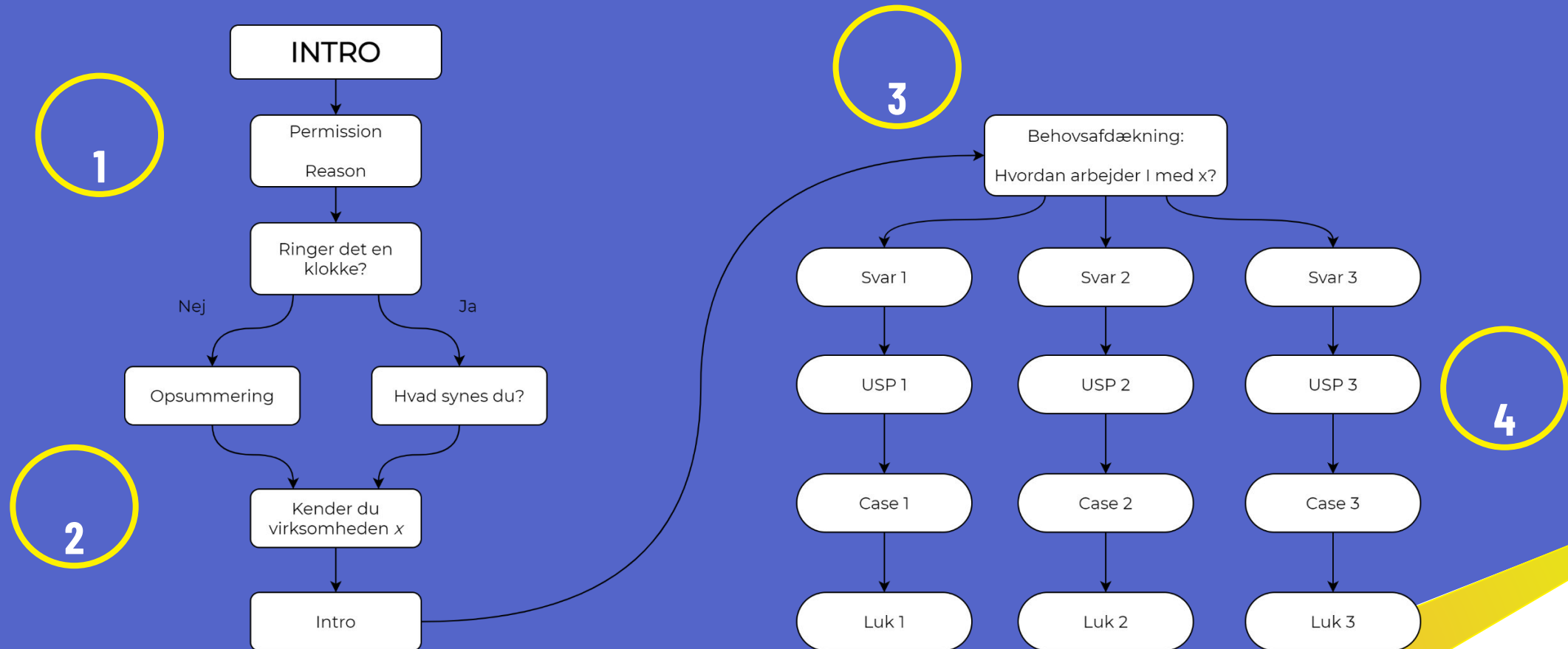
Agenda

1	Præsentation
2	Målgruppen & kunderejsen
3	B2B leadgenerering
4	Pipeline Management & CRM
5	Discovery & MQL Calls
6	Forberedelse før opkald
7	Pitchrammen
8	Eksekvering





2. Pitchrammen





2.1 De 4 elementer

1. Permission & reason
2. Introduktion
3. Behovsafdækning
4. Luk

Det handler i virkeligheden om:

- Få lov til at tale
- "Det er rigtigt"
- Spørge efter mødet



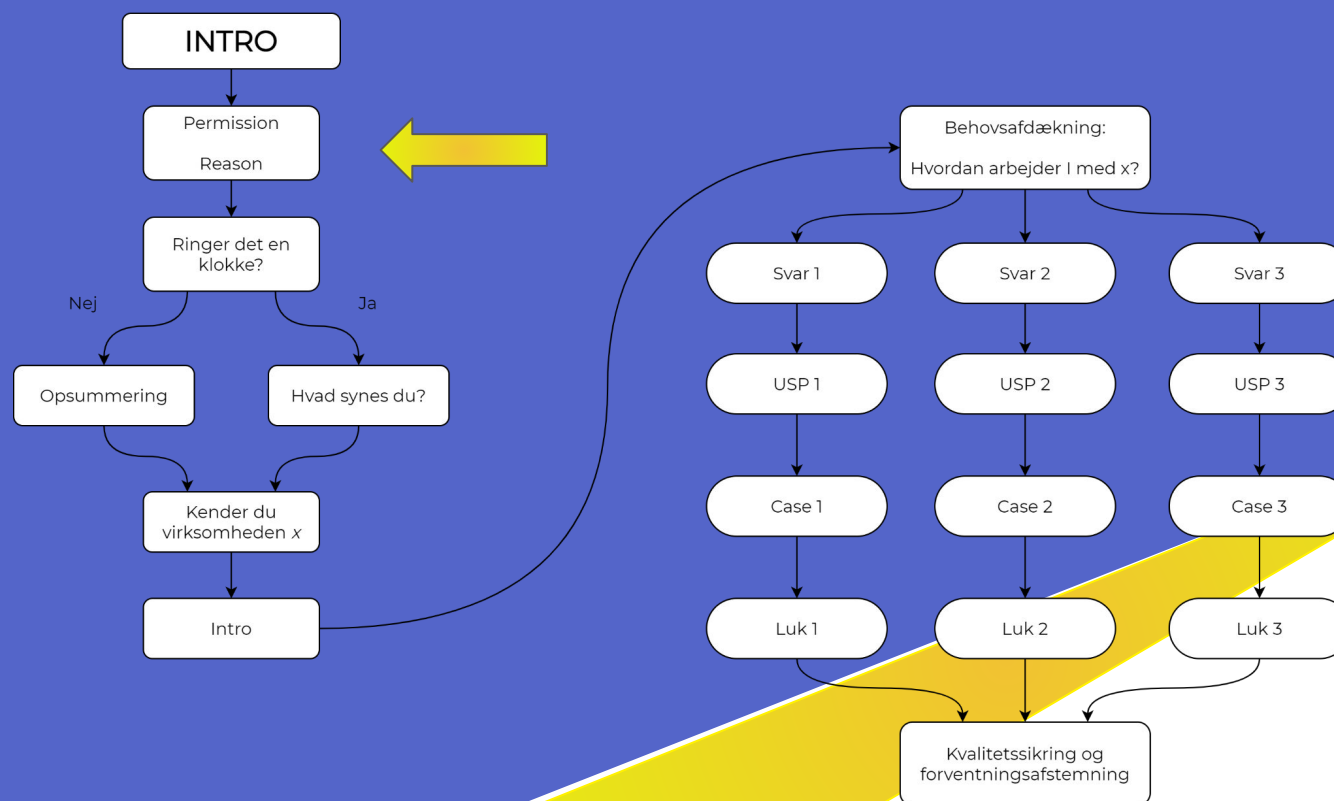


2.2 Introfasen - "de magiske 2 minutter"



Hvad skal du overveje i introfasen?

1. Toneleje
2. Et udfordret ethos
3. The power of no





2.3 Mimicking



Mimicking, Hvorfor?

1. Vi kan bedre li' at handle med folk, vi godt kan li'
2. Vi kan godt li' folk som minder om os selv

Mimicking, hvordan?

1. P1 stemmen (udgangspunkt)
2. Genbrug deres ordvalg
3. Tilpas til deres kommunikationsform (disc)





2.4: Ethos & the power of "No"

1. En sælgers Ethos er lavt
 - a. Vi kan ikke li' salgsmænd i forklædning

"Hej det er Joachim fra Zen media. Jeg ringer fordi, jeg kan se at du har anmodet om vores e-bog. Det er blot en lille salgsopfølgning"

1. Vi elsker at sige nej
 - b. "Har du noget i mod?"





Eksempel



Permission: "Goddag, du taler med Joachim Buhl fra Zen Media. Jeg håber ikke, at jeg fanger dig midt i noget?"

Svar: "nej, det er okay..."

Reason: "Jeg ringer fordi, du har anmodet om vores e-bog Direktørens guide til mere salg"

Svar: "Arh"

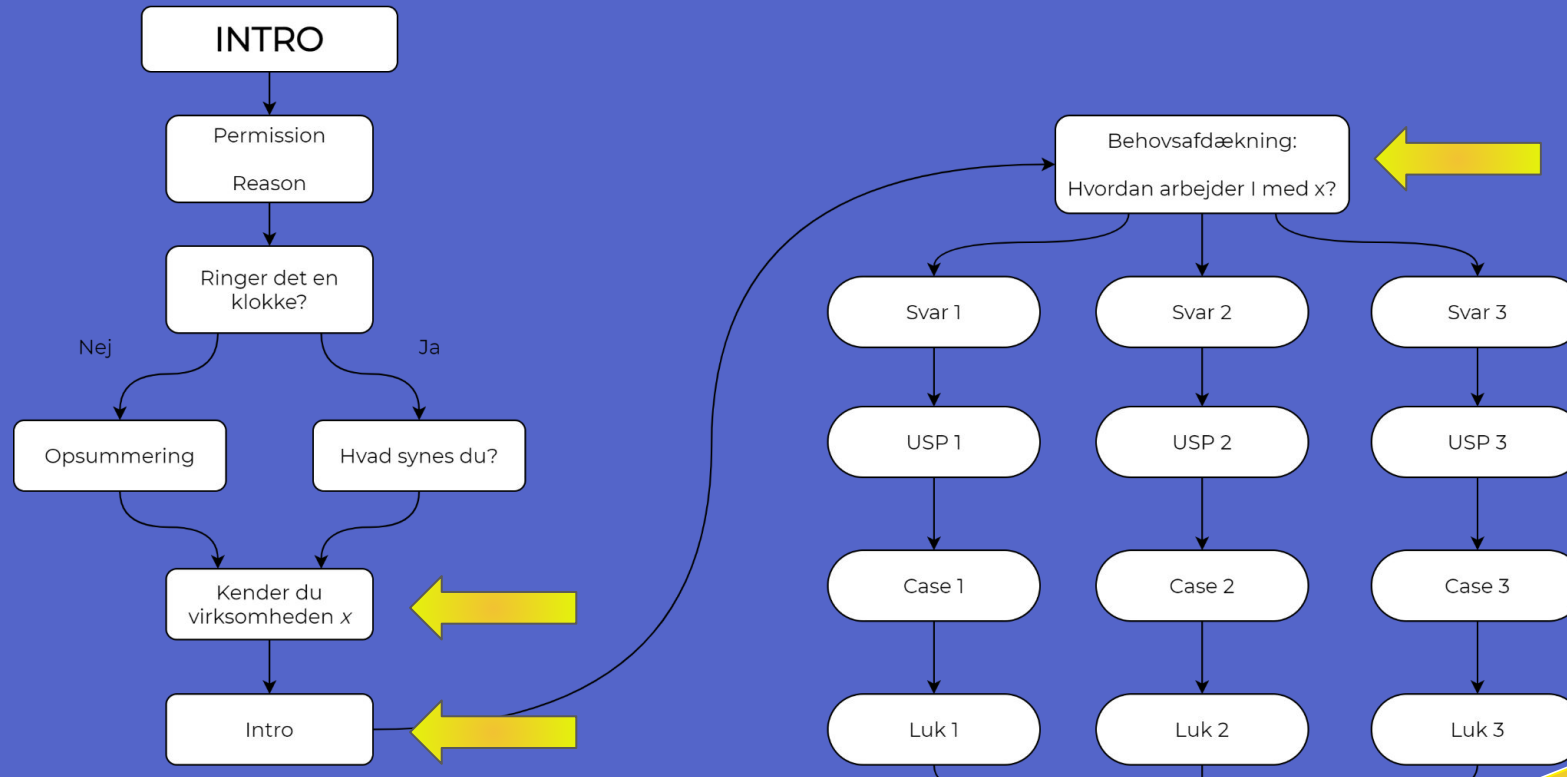
Reason: "Det er en salgsopfølgning (pause).. Har du noget i mod at jeg bruger 2 minutter
Til at fortælle om Zen media i forlængelse af e-bogen"

Svar: "Nej"





3. Introduktion





3.1 Produktforberedelse: Hvorfor køber man af Zen Media?



7% Fakta

38% Produkt

55% Personlighed

Stiftet 2017

+15 medarb.

Historie

"Om os"

God pipeline
management

Leadmotoren

Cases

Resultater

Lytter Martin?

Anerkender han mig?

Forstår han mig?

Forstår han min situation?





3.2 Product preparation

"Og hvad så" reglen

So What?

Features	Hvad får kunden ud af det? Desire	Hvad undgår kunden (problem)?
God Leadmotor	Et CRM system fyldt med varme emner	3 år og en masse penge på at finde det rigtige set-up
God pipeline management	Varme, kvalificerede emner	At bruge penge på de "forkerte" emner





3.3 Øvelse



Kommunikér dit budskab med 1-2 sætninger

- a) Beskriv din service/ydelse med 1 sætning
- b) Beskriv hvorfor de bruger dig med 1 sætning

Glem:

- Konkurrenter
- Features

"Kort fortalt, så hjælper Zen Media med at fylde dit CRM system op med varme leads.

Vores samarbejdspartnere vælger os, fordi de ikke føler at de får nok ud af deres CRM og add spend"





3.4 Hvordan introducere jeg min virksomhed?

1. "Hvem er Zen Media?"
 - a. Main USP - *"fylder dit CRM system op med varme, kvalificerede emner"*
 - b. Referencer - *"X, Y, Z"*
 - c. Hvorfor køber vores kunder af os? - *"udfordringer med at sætte strøm til deres CRM system"*

→ "That's right"

1. Slut med et åbent spørgsmål





Eksempel



Svar: "Nej jeg kender ikke Zen Media"

Intro pitch: "Kort fortalt, så hjælper vi med at fylde dit CRM system op med varme, kvalificerede emner. Vi hjælper bl.a. Emplate, Grandhood og NewBanking, som bruger os fordi de selv havde udfordringer med at sætte strøm til deres CRM system"

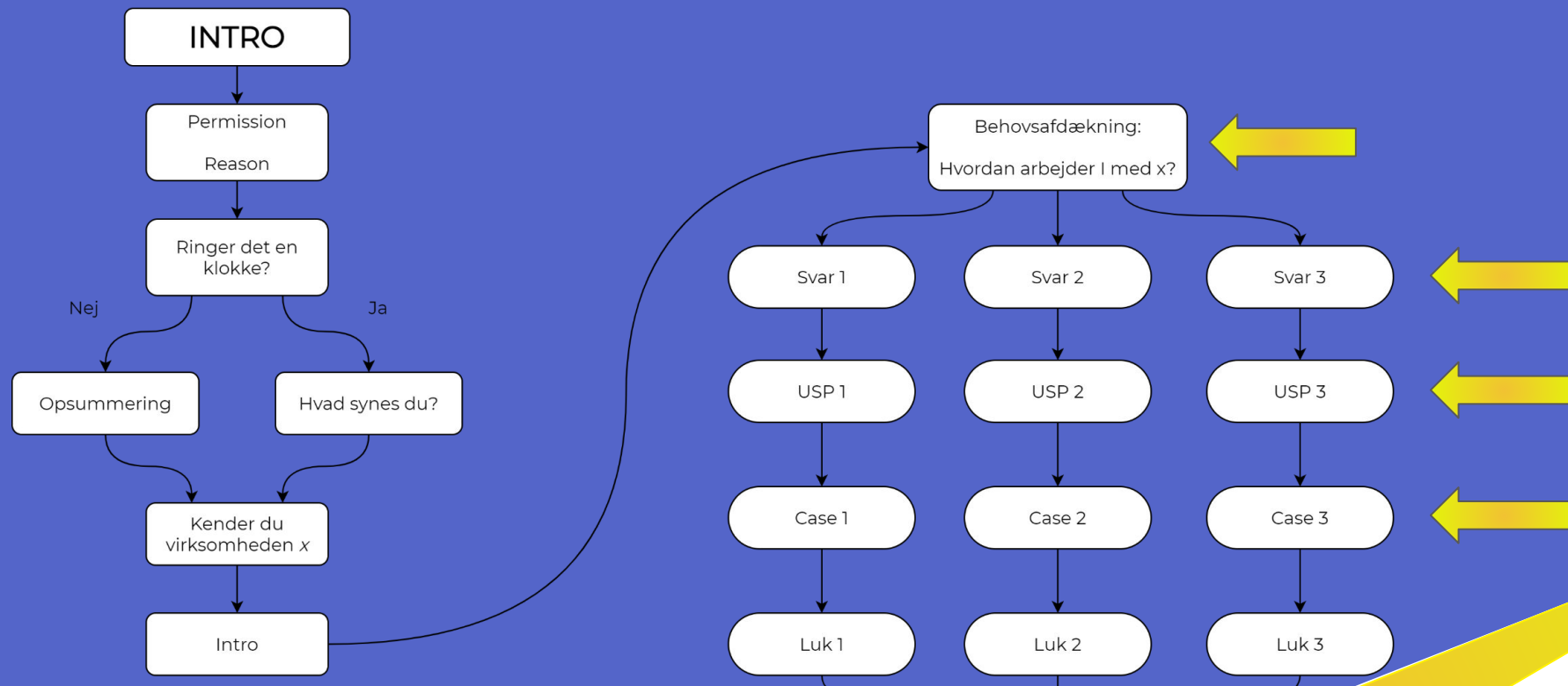
Svar: "Okay"

Åbent spørgsmål: "Hvilket CRM system bruger I til jeres marketing"



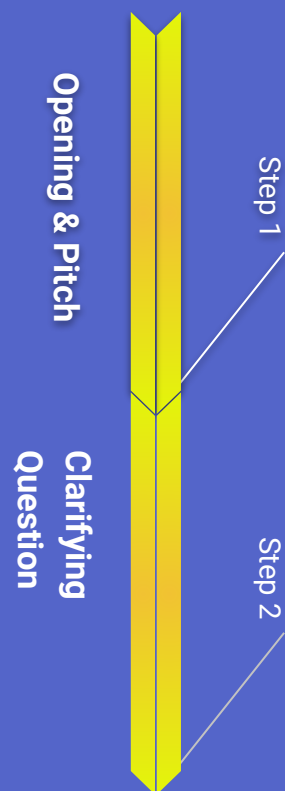


4. Behovsaftdækning - Lyttefasen





4.1 Dialog - "Camilla Plum" reglen



Spørgsmål 1: "Hvilket CRM bruger I i dag??"

Spørgsmål 2: Baseret på svaret

Vi bruger excel	Vi bruger hubspot gratis	Vi bruger Active Campaign/HS pro
1. Hvordan strukturerer I jeres salg i dag? 2. Hvem skal du følge op på? 3. Hvordan fylder du det med varme leads	1. Hvordan fylder I det med varme leads? 2. Automatisk? 3. Hvordan sikrer du at emnerne er varme?	1. Bruger i kun CRM / eller marketing? 2. Hvordan sikrer du at det er relevante leads der opsamles? 3. Hvordan anvender du AC til CRM?





4.2 Spørgeteknik



Spørgeord:

→ "Hvad" eller "Hvordan"

→ Ikke "Hvorfor"



Mirroring (Interesseret)



Labeling (anerkendende)





4.3 Key take-aways

Vi ved...

1



2



3

~~Luk~~



Kundens behov

1. Hvad bruger de i dag?
2. Hvad har de brug for?

Købsklar?

1. Økonomi?
2. Timing?

Kan vi hjælpe?

1. Hvad vil de mødes om?
2. Hvad vil de købe?





5. Luk



Case præsentation: Baseret på deres behov, købscyklus og interesse:

“Vi har hjulpet Emplate, som også sad og kæmpede med at få fat i CEO's i de største shoppingcentre i Europa. Sammen lavede vi et succesfuldt set-up hvor vi over 6 måneder skaffede X MQL'er og Y salgsmøder. Må jeg ikke vise dig den case på et kort møde?”

Focus on:

- Pauser
- Tempo
- Berthel Haarder reglen: “Spørg for s*tan”





6. Zen media pitch: Discovery call



1. Permission: "Goddag, du taler med Joachim Buhl fra Zen Media. Jeg håber ikke, at jeg fanger dig midt i noget?"
2. Reason: "Jeg ringer fordi, du har anmodet om vores e-bog Direktørens guide til mere salg. Pause. Det er en salgsopfølgning (pause).. Har du 2 minutter til at høre om Zen media i forlængelse af e-bogen"
3. Intro pitch: "Kort fortalt, så hjælper vi med at fylde dit CRM system op med varme, kvalificerede emner. Vi hjælper bl.a. Emplate, Grandhood og NewBanking, som bruger os fordi de selv havde udfordringer med at sætte strøm til deres CRM system"
4. Åbent spørgsmål: "Hvilket CRM system bruger I til jeres marketing"
5. Åbent spørgsmål: Hvordan sikrer I at det er relevante leads der opsamles?
6. Case præsentation: "Vi har hjulpet Emplate, som også sad og kæmpede med at få fat i de danske CEO i de største shoppingcentre i Europa. Sammen lavede vi et succesfuldt set-up hvor vi over 6 måneder skaffede X MQL'er og X salgsmøder. Må jeg ikke vise dig den case på et kort møde?"
7. Luk: "Må jeg ikke vise dig den case på et kort møde?"





7. Zen media pitch: MQL Call



1. Permission: "Goddag, du taler med Joachim Buhl fra Zen Media. Jeg håber ikke, at jeg fanger dig midt i noget?"
2. Reason: "Jeg ringer fordi, du har anmodet om vores e-bog Direktørens guide til mere salg"
3. Intro pitch: "Kort fortalt, så hjælper vi med at fylde dit CRM system op med varme, kvalificerede emner. Vi hjælper bl.a. Emplate, Grandhood og NewBanking, som bruger os fordi de selv havde udfordringer med at sætte strøm til deres CRM system"
4. Luk: Må jeg ikke vise dig den case på et kort møde?"



Agenda

1	Præsentation
2	Målgruppen & kunderejsen
3	B2B leadgenerering
4	Pipeline Management & CRM
5	Discovery & MQL Calls
6	Forberedelse før opkald
7	Pitchrammen
8	Eksekvering





8. Eksekvering

Need to know

- Mentalt forberedt på modstand
- Hvorfor køber kunderne
- En stærk pitch

Nice to know:

- Liste på minimum 25 emner
- 4 opkald til en success
- Forvent modstand



Spørgsmål?





SÅDAN ØGER DU DIT B2B SALG MARKANT I 2022

