

Live lige om lidt...

# Sådan allokere du dit marketing- og salgsbudget i 2027



# Hvad laver vi?



Leads → Møder → Omsætning 🚀

+ 300 Kunder

+ 25 Lande



# Vi er LeadMotor®

Vækstvirksomhed med innovation, salg og marketing i blodet

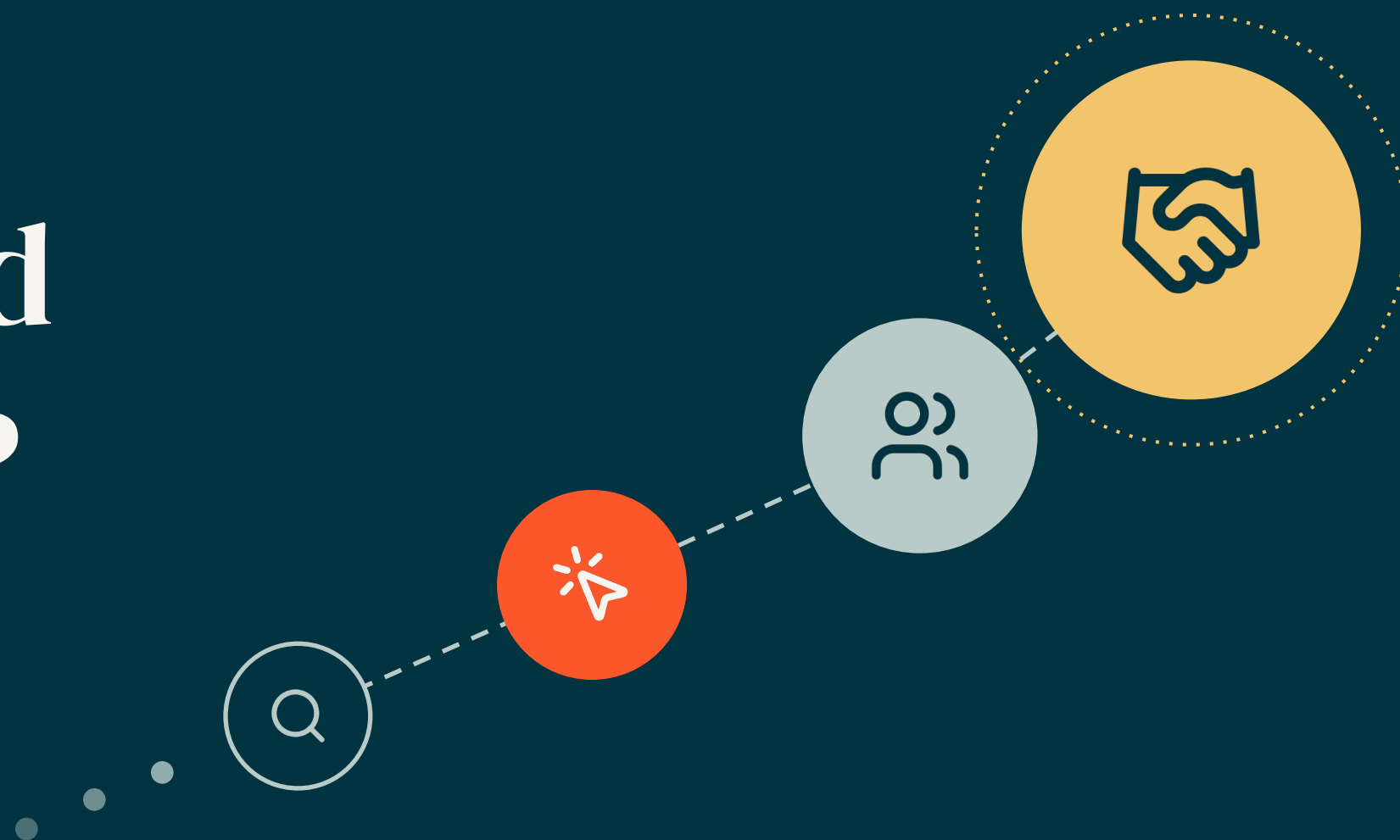


## Det kommer jeg ind på i dag

1. **Hvad sker der med B2B-kunderejsen?**
2. Hvad skal dine salgs- og marketing budgetter indeholde?
3. **Hvordan sætter du vækstmål?**
4. Hvad kan du betale for 1 ny kunde?
5. **Hvilke KPI'er skal du måle indsatsen på?**
6. Hvordan får du relevante leads og møder?
7. **Tools, Konsulentpriser & Annoncebudgetter**
8. **Gratis Værktøj til KPI'er**

1

# Hvad sker der med B2B-kunderejsen?



# Før styrede B2B-sælgeren informationen



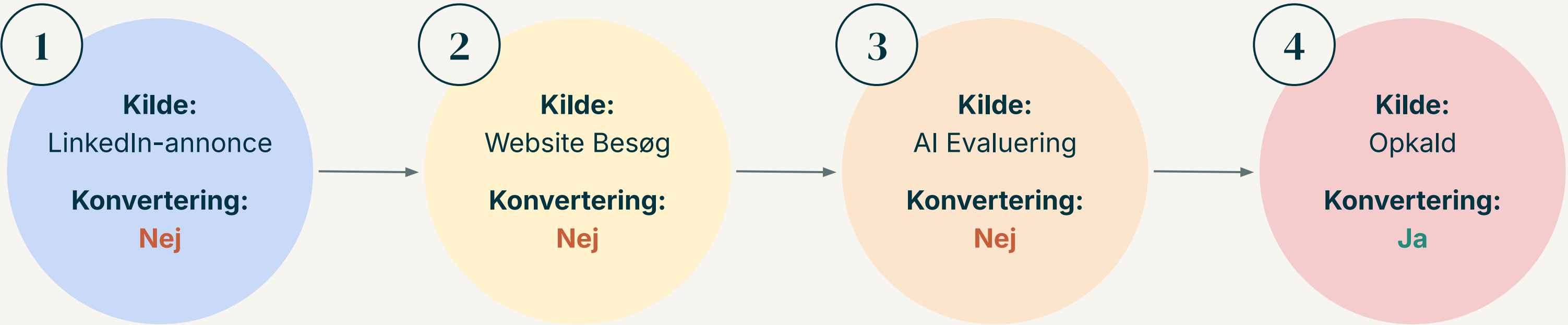
## Men i dag ser B2B-salg mere sådan her ud



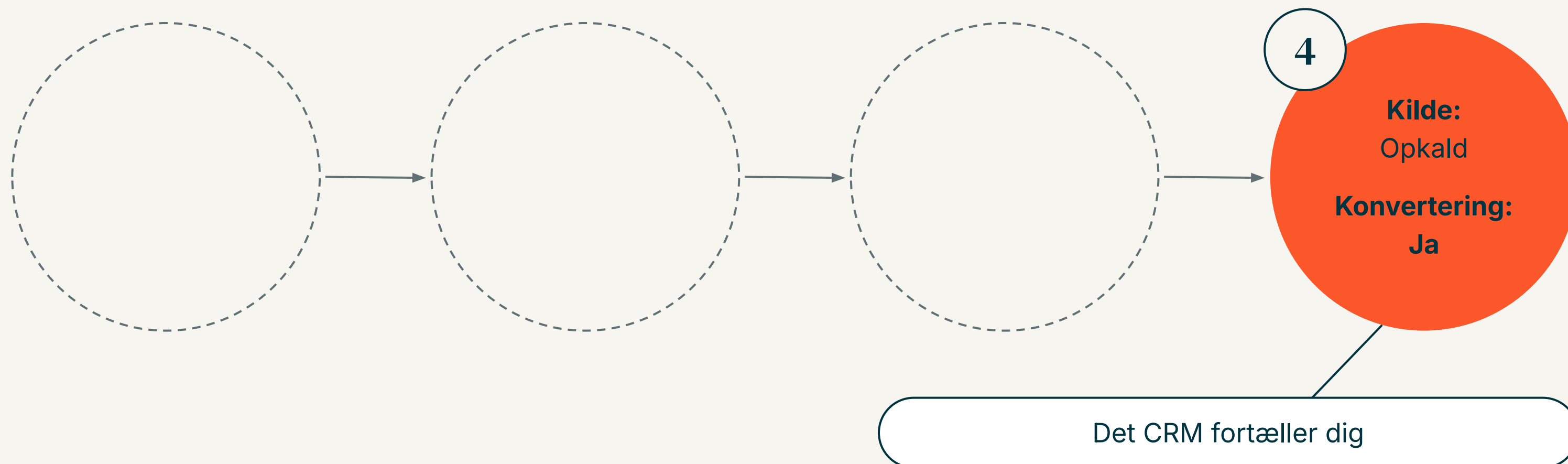
## 81 % af B2B-kunderejsen foregår uden for salgspipelinen



# Rejsen mod et booket møde



# Rejsen mod et booket møde 📞



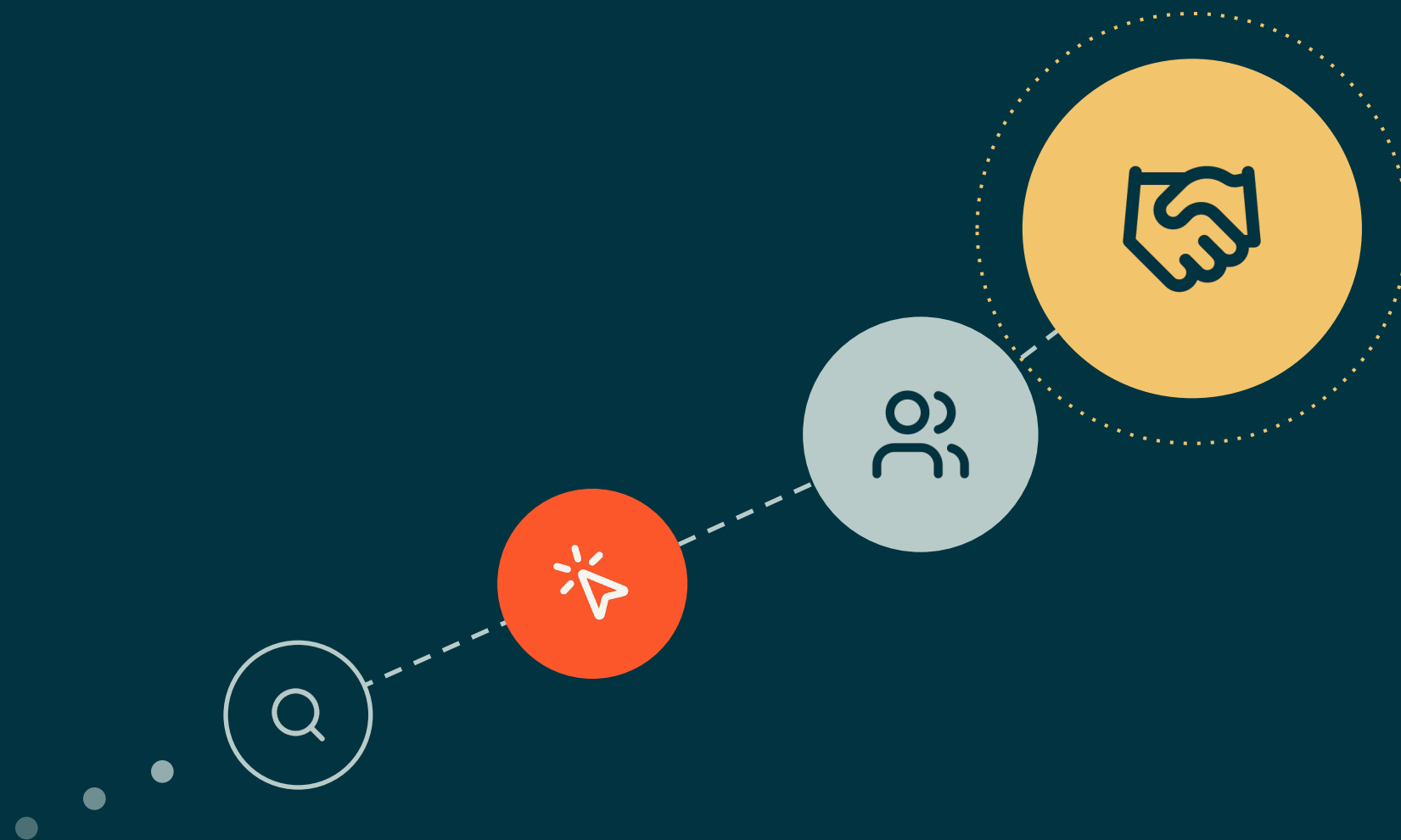
# Hvor mange kontaktpunkter har B2B-køberen før et køb?

2025 2024  
Gennemsnit pr. kunderejse



2

Hvad indeholder  
dine **budgetter**?



# Hvilke udgifter hører hvor til?

## Marketingbudget

### Medarbejdere og bureauer

Løn, pension, freelancere og bureauhonorarer

### Leadgenerering & Social Outreach

Google, LinkedIn, Meta, Webinar

### Indhold og brand + personlig brand

Tekst, video, grafik, cases og PR

### Website og SEO/GEO

Drift, udvikling, konverteringsoptimering

### Events og kampagner

Messer og sponsorater

### Systemer & Data

Marketing automation, CMS, analyse og tracking

### Mediespend

Til LinkedIn og Meta

## Salgsbudget

### Medarbejdere og incitament

Løn, pension, bonus og provision

### Mødebooking

Telemarketing og salgsbureauer

### Kundemøder og rejser

Transport, hotel, firmabil og repræsentation

### Tilbud og demoer

Tilbudsarbejde, demoer og produktprøver

### Systemer og data

CRM, salgslicenser og kontakt-/virksomhedsdata

### Træning

Salgstræning og coaching

## Hvor meget investerer andre virksomheder i marketing?

**2.340.000** Kr.

Antaget en omsætning på 30 mio. kr.

**7,8 %**

I GNS. af virksomhedens  
omsætning investeres i marketing  
i 2026 mod 7,7% i 2025

3

Hvad er virksomhedens  
vækstmål for 2027?



**Hvor meget af din vækst i 2027 skal  
komme fra nye vs. eksisterende  
kunder?**

SKRIV NED

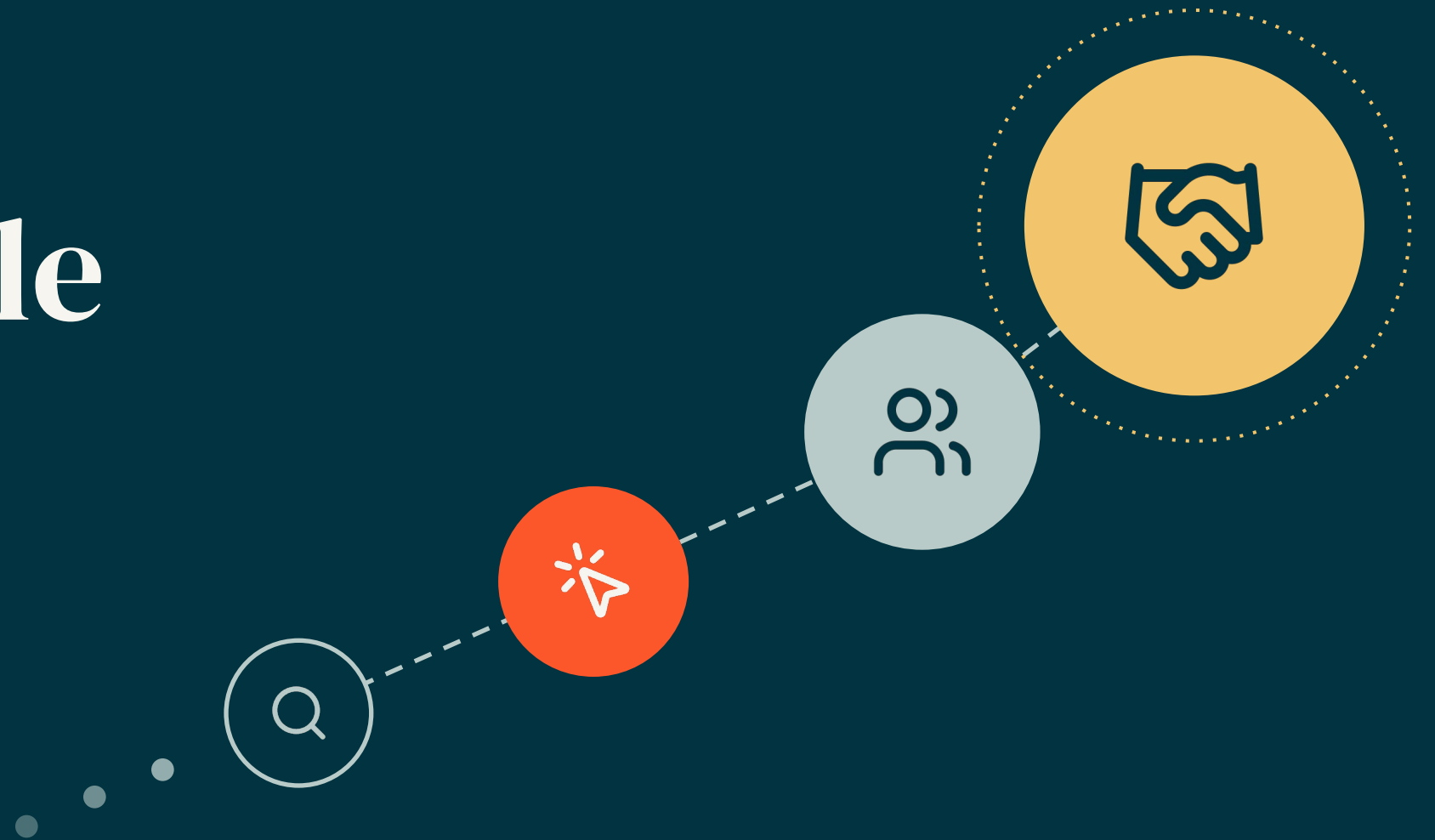
**Hvor mange nye kunder skal du have inden  
for hvilket produkt/service i 2027?**

Lad os sige du har et  
mål om **30 nye kunder**  
til x produkt i 2027



4

Hvad kan jeg betale  
for **1 ny kunde**?



## Start med at definere 1-års og 3-års værdien af en ny kunde

1

nye kunde

= 50.000

kr. bruttofortjeneste  
i en **1 års værdi**

= 150.000

kr. i bruttofortjeneste  
på en **3 års værdi**

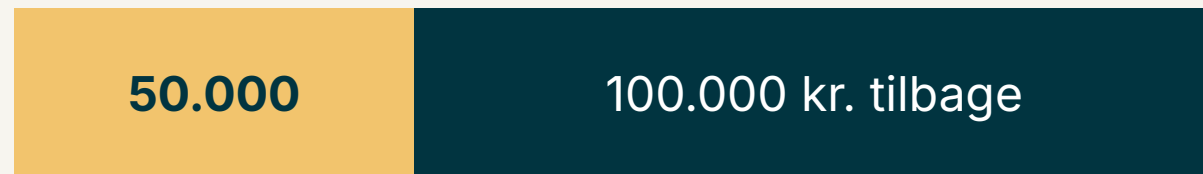
---

Antaget første års- og treårs værdi af en ny kunde

# Har du fokus på vækst eller optimerer du efter bundlinje?

Vækstscenarie

**3:1**



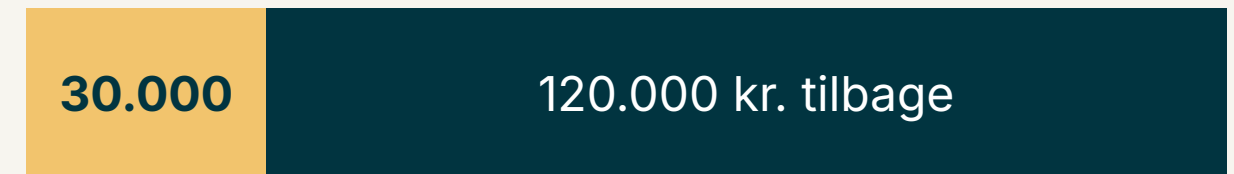
150.000 kr. ÷ 3

**50.000 kr.**

Maksimal samlet CAC pr. ny kunde

Fokus på rentabilitet

**5:1**



150.000 kr. ÷ 5

**30.000 kr.**

Maksimal samlet CAC pr. ny kunde

 Maksimal CAC

 Værdi efter CAC, før faste omkostninger

## Hvad koster det at opnå mit vækstmål?

$$30 \times 50.000 = 1.500.000$$

nye kunder

kr. CAC  
Samlet omkostning pr. ny kunde

kr. i budget til 30 nye  
kunder i 2027

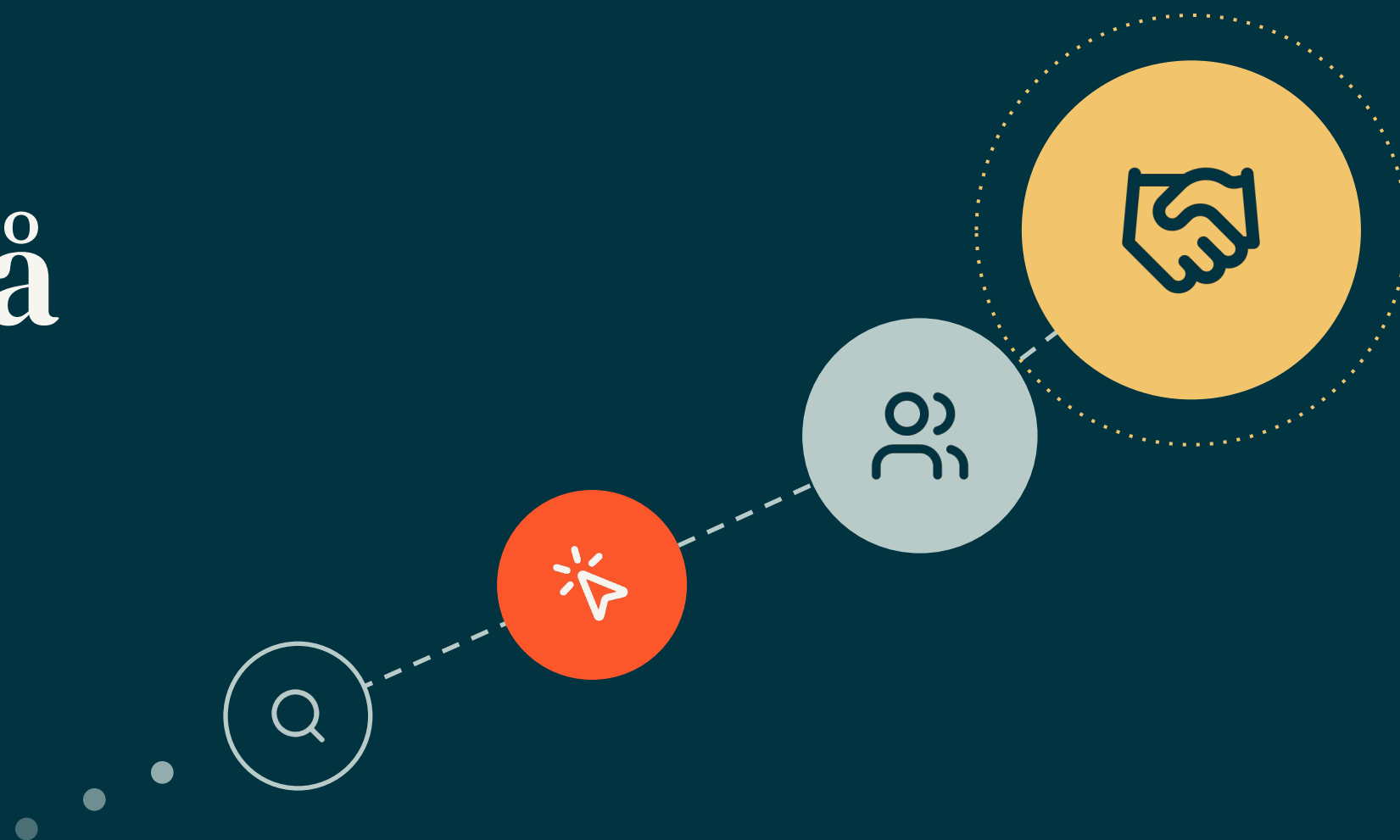
---

CAC = **C**ustomer **A**cquisition **C**ost

Indeholder medier, arbejde, indhold, salg og værktøjer.

5

KPI'erne til at opnå  
**30 nye kunder**



OMVENDT SALGSTRAGT



30 kunder

OMVENDT SALGSTRAGT



30 kunder

100 salgsmuligheder (Deals)

30 %

Mulighed → kunde

## OMVENDT SALGSTRAGT



**30 %**

Mulighed → kunde

**50 %**

Møde → mulighed

## OMVENDT SALGSTRAGT



**30 kunder**

**30 %**

Mulighed → kunde

**100 salgsmuligheder (Deals)**

**50 %**

Møde → mulighed

**200 afholdte møder**

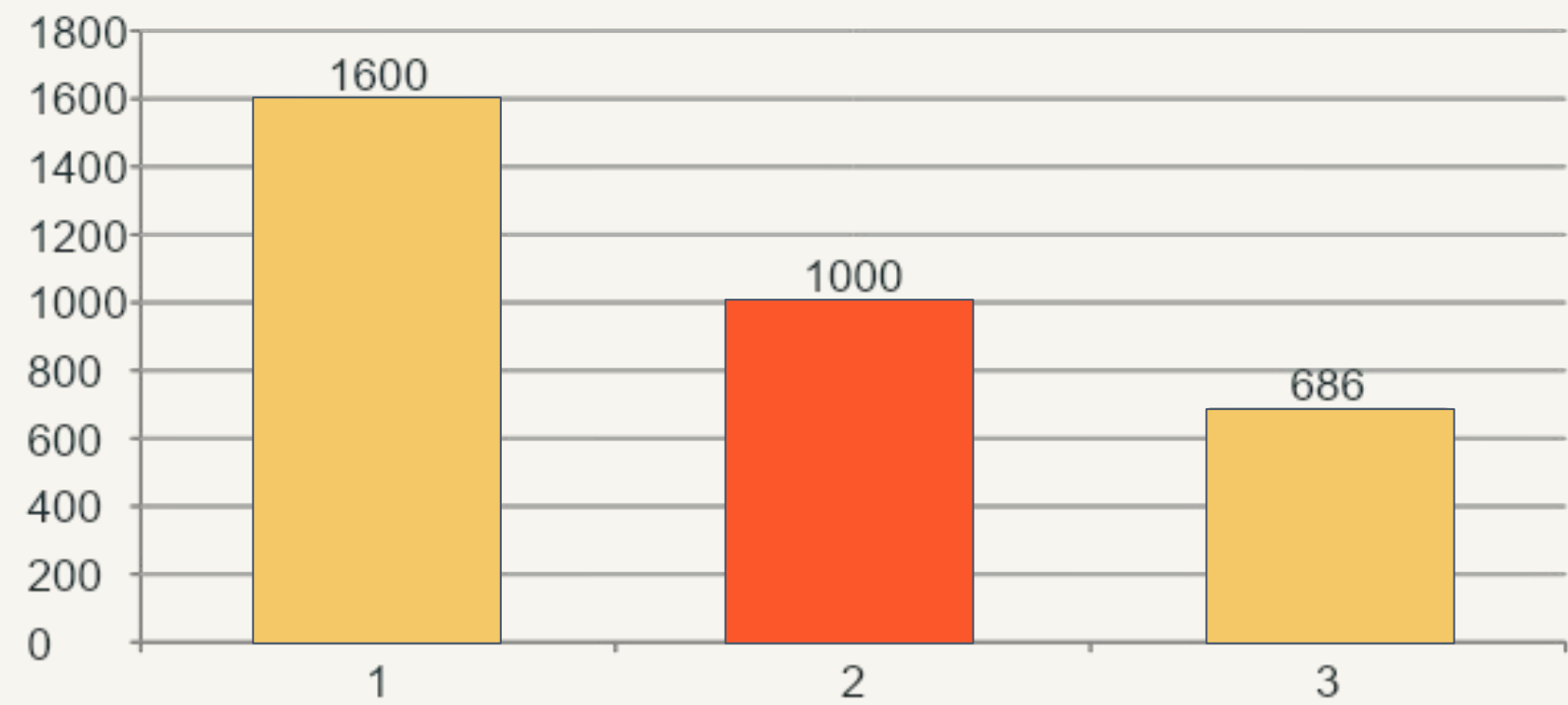
**20 %**

Kontakt → afholdt møde

**1.000 kvalificerede Leads**

# Leading KPI'er er altafgørende for dit budget

Behov for relevante leads



Relevante Leads = 30 / (Lead → Møde × Møde → Deal × Win Rate)

| Scenarie | Til møde | Til Deal | Win Rate |
|----------|----------|----------|----------|
| God      | 15 %     | 50 %     | 25 %     |
| Bedre    | 20 %     | 50 %     | 30 %     |
| Bedst    | 25 %     | 50 %     | 35 %     |

# Flyt penge til flaskehalsen

**TOFU · 50 %**

**MOFU · 30 %**

**BOFU · 20 %**

## **A · For lidt interesse?**

Styrk leadgen indhold og distribution.

## **B · For få salgsmøder?**

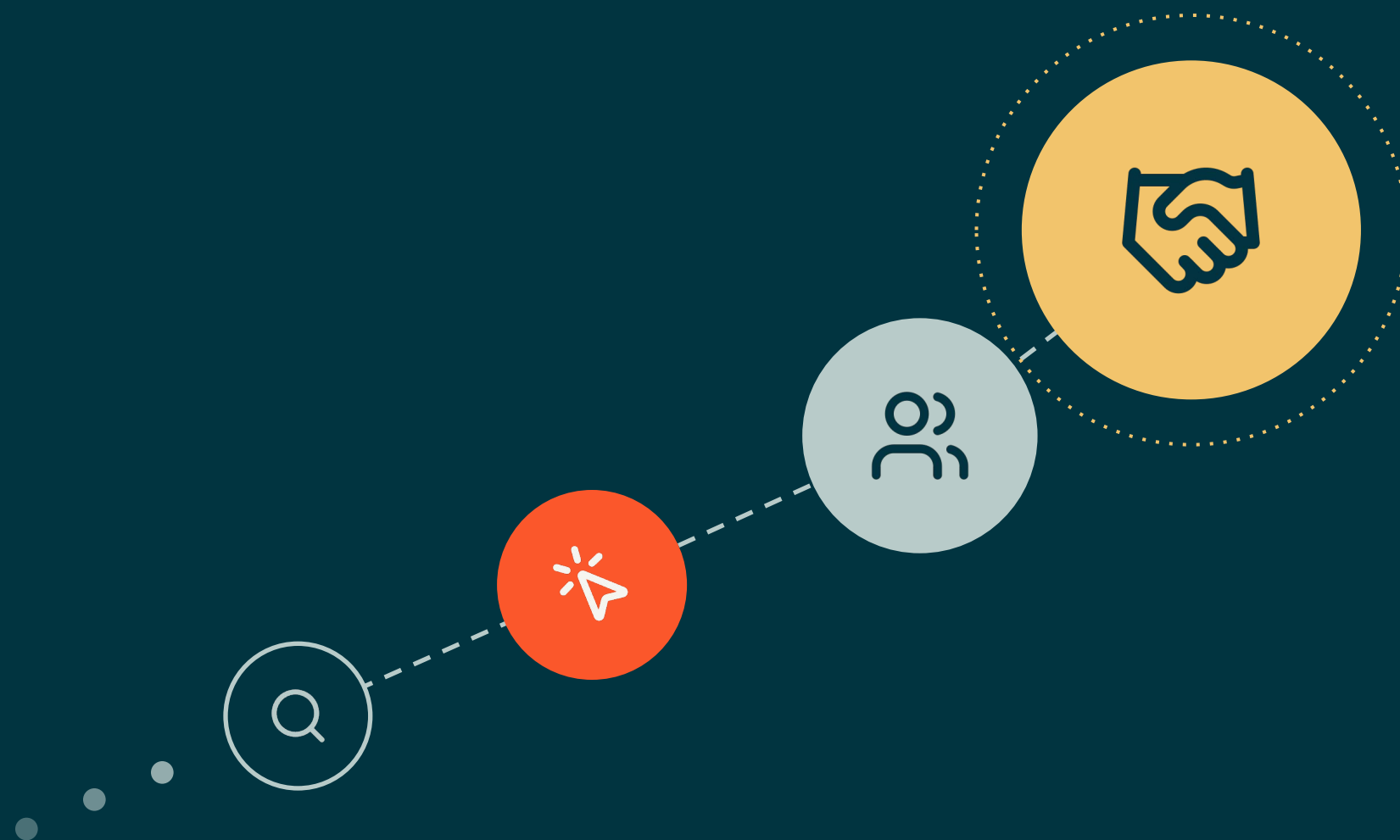
Styrk din mødebooking

## **C · For få kunder (dårlig konvertering)?**

Styrk opfølgning og værditilbud.

6

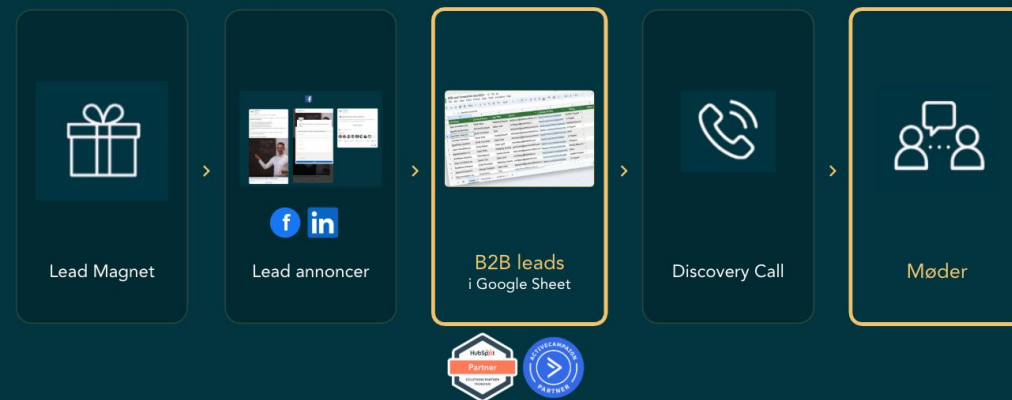
Hvordan får  
du **relevante**  
Leads og møder?



# To effektive strategier

## 1

### B2B leadgenerering & mødebooking



## 2

### Social Outreach & mødebooking



## Billigst er ikke altid bedst



**100 kr. / 25%** relevans

Leadpris / relevansprocent  
Én ud af fire passer til målgruppen (ICP).



**300 kr. / 75 %** relevans

Leadpris / relevansprocent  
Tre ud af fire passer til målgruppen (ICP).

**Samme pris: 400 kr. pr. kvalificeret lead**

# Tendenser vi ser



## Investere mere

**Leadgenerering** (Meta + LinkedIn)

**AI Købssignaler** (Bygger lister for telemarketing)

**Outreach** (via LinkedIn og Telemarketing)

**AI Indholdsproduktion** (video > lyd > tekst)



## Investere mindre

**SEO** (mere automatiseret)

**Google Ads** (ofte få søgninger)

**E-mail marketing** (Pga. spam)



## Effekten er uklar

**GEO**

Synlighed i AI-svar er en stor mulighed men vi mangler de gode cases endnu



7

Sæt det rigtige  
hold, timer  
og systemer



# Arbejdskraft og systemer

| Indsats | Internt / uge | Eksternt / md. | Tools / md. | I alt / md.    |
|---------|---------------|----------------|-------------|----------------|
| Lille   | 4 timer       | 10 timer       | 2.000 kr.   | Ca. 24.100 kr. |
| Normal  | 8 timer       | 20 timer       | 5.000 kr.   | Ca. 37.100 kr. |
| Større  | 16 timer      | 40 timer       | 15.000 kr.  | Ca. 79.300 kr. |

Antagede timepriser: Internt 350 kr./time | Eksternt 1.000 kr./time

## Tool Stack til 3 forskellige budgetter

### Lille

Simpelt CRM + marketing automation + indsigt  
Pipedrive + ActiveCampaign + Analytics

**600–3.500 kr.**

### Mellem

Proff CRM + GTM Tool + Marketing impact  
HubSpot CRM + Clay Labs + Fibbler

**3.500–12.000 kr.**

### Større

Enterprise CRM + Marketing Hub + Attribution  
HubSpot Enterprise / MS365 + Dreamdata

**12.000–30.000+ kr.**

MEDIESPEND PR. MÅNED

# Medispend

| Mediespend / md. | Meta · kvalificerede Leads | LinkedIn · kvalificerede Leads |
|------------------|----------------------------|--------------------------------|
| 10.000 kr.       | 13–25                      | 14–28                          |
| 30.000 kr.       | 38–75                      | 42–84                          |
| 50.000 kr.       | 63–125                     | 70–140                         |

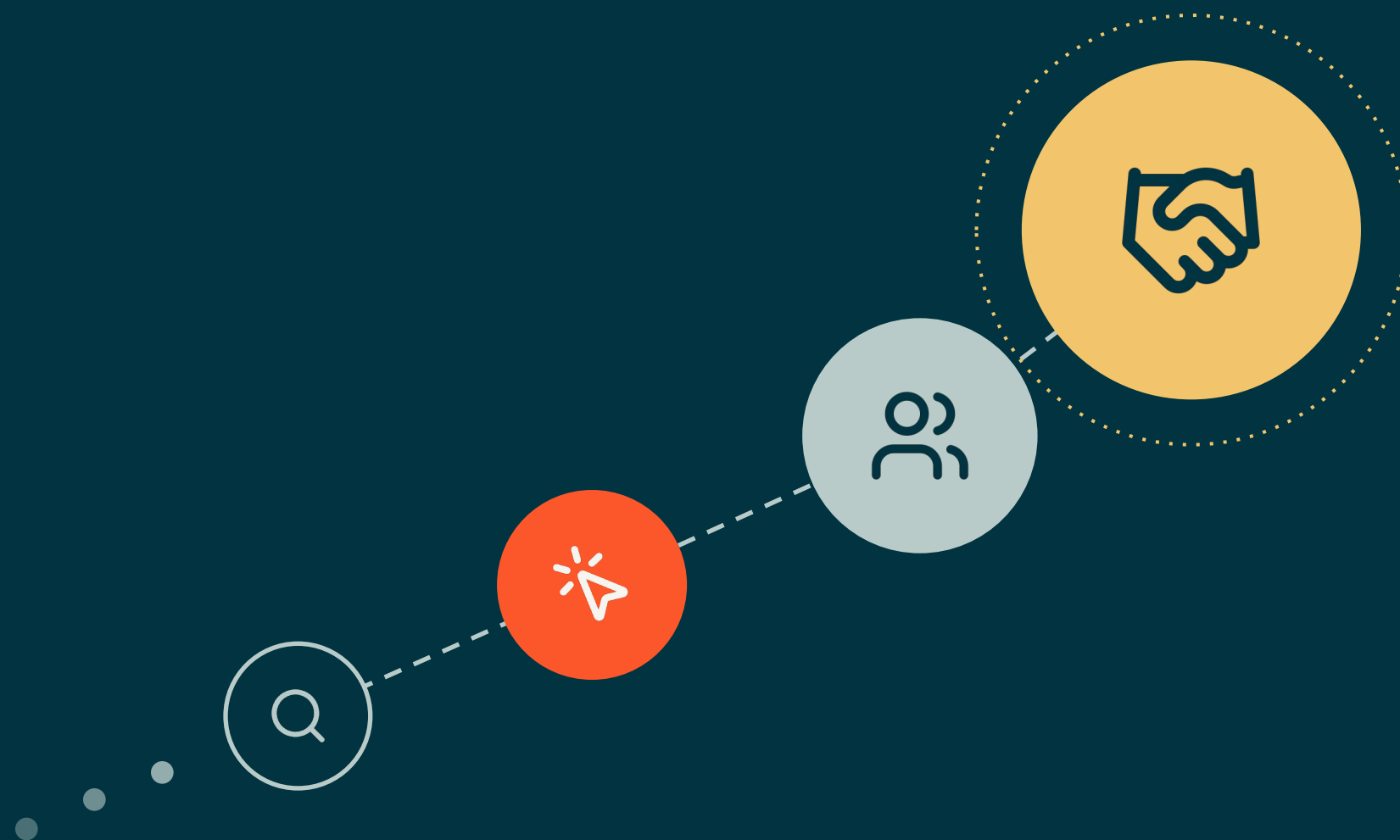
Antagelser: Meta CPL 100–200 kr., 25 % kvalificeret · LinkedIn CPL 250–500 kr. 75 % kvalificeret.

8

**Gratis Værktøj**

Regn på dine

Egne KPI'er



LINK TIL KPI-VÆRKTØJET

| Det middel 12 måneders KPI scenarie               |               |                                                                                 |                                   |
|---------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Leadgenerering + Mødebooking + Outreach           |               |                                                                                 |                                   |
| INPUTFELT   Pris pr. marketing lead               | 300           | Konverteringsrater                                                              |                                   |
| Antal Leads                                       | 1667          |                                                                                 |                                   |
| Antal Relevante Marketing Leads                   | 833           |                                                                                 |                                   |
| Antal Marketing Qualified Lead                    | 167           |                                                                                 |                                   |
| Antal Møder fra Discovery Calls                   | 100           |                                                                                 |                                   |
| Antal Møder fra MQL Calls                         | 8             |                                                                                 |                                   |
| Antal Møder fra Cold Calls                        | 65            |                                                                                 |                                   |
| Antal Møder fra LinkedIn Outreach                 | 16            |                                                                                 |                                   |
| Totalt Antal Møder (12 Mdr)                       | 189           | Antal møder fra Discovery Calls + MQL Calls + Cold Calls + Outreach             |                                   |
| Antal Kunder (Tidsforskudt: Husk indsalgsperiode) | 38            | 20%                                                                             | % af møder, som bliver til kunder |
| INPUTFELTER (Forudsætninger)                      |               |                                                                                 |                                   |
| 1 års værdi af 1 ny kunde                         | 50,000 kr.    |                                                                                 |                                   |
| 3 års værdi af 1 ny kunde                         | 150,000 kr.   |                                                                                 |                                   |
| Dækningsgrad på omsætning                         | 50%           |                                                                                 |                                   |
| Omkostninger til konsulenter pr. måned            | 50,000 kr.    |                                                                                 |                                   |
| Mediespend til LinkedIn / Meta pr mdr.            | 50,000 kr.    | Jo mere mediespend til Meta + LinkedIn jo flere marketing leads kan vi forvente |                                   |
| Systemer pr. måned                                | 10,000 kr.    |                                                                                 |                                   |
| ROI Beregning (Middel scenarie)                   |               |                                                                                 |                                   |
| Omkostninger 1 år til konsulenter                 | 600,000 kr.   |                                                                                 |                                   |
| Omkostninger 1 år til annoncering                 | 500,000 kr.   |                                                                                 |                                   |
| Omkostninger 1 år til systemer                    | 120,000 kr.   |                                                                                 |                                   |
| Omsætning (1 års værdi)                           | 1,893,333 kr. |                                                                                 |                                   |
| Omsætning (3 års værdi)                           | 5,680,000 kr. |                                                                                 |                                   |
| Omsætning minus omkostninger (1 års værdi)        | 673,333 kr.   |                                                                                 |                                   |
| Omsætning minus omkostninger (3 års værdi)        | 4,460,000 kr. |                                                                                 |                                   |
| ROI (3 års omsætning * dækningsgrad)              | 2,230,000 kr. |                                                                                 |                                   |
| CAC pr. ny kunde (middel scenarie)                | 32,218 kr.    |                                                                                 |                                   |

SPØRGSMÅL?

