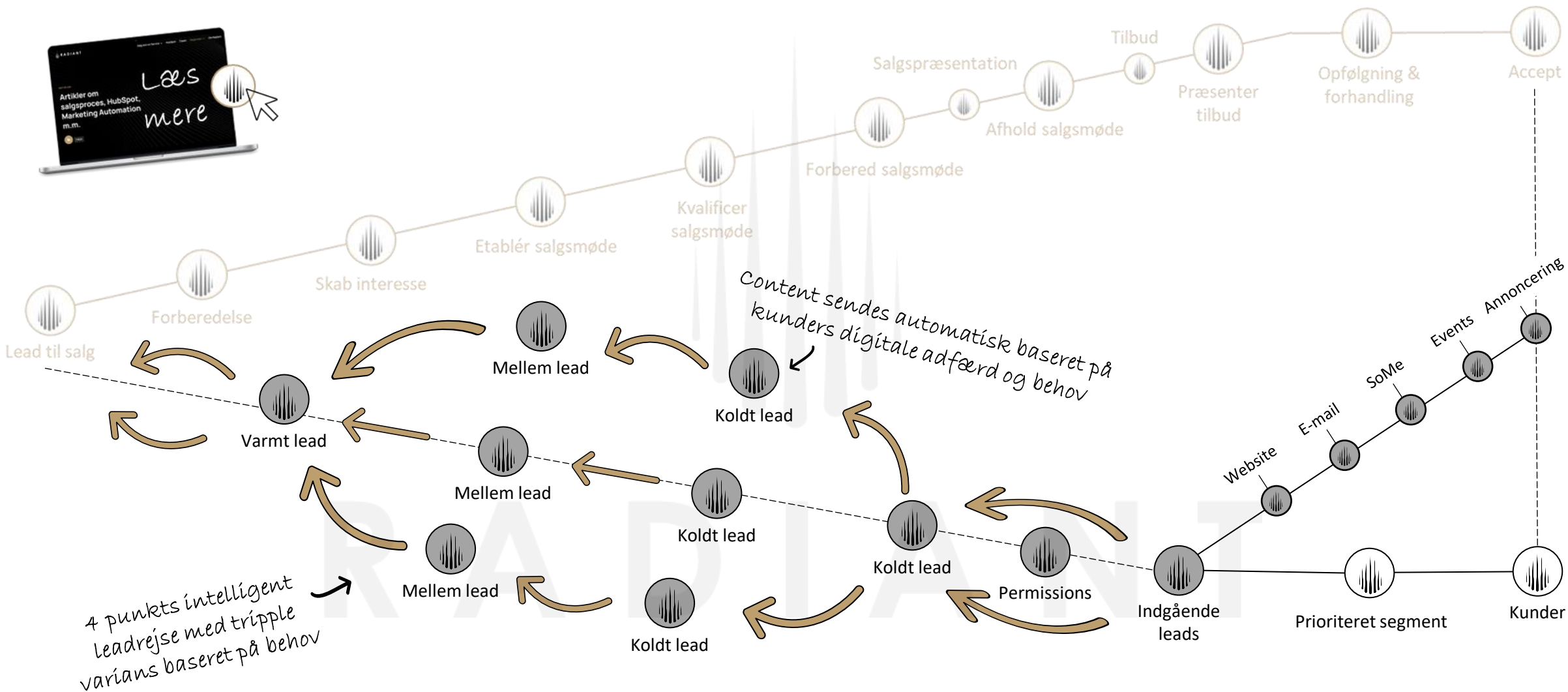


Salgsøkosystem: visualisering



Lead Development Framework (LDF): Design



Levende
framework



Hvad

LDF design foretages i Miro, hvor der udvælges prioriterede kanaler, content, aktiviteter m.m. til at indfange og modne nye leads og kontakter, før det laves i system

Do

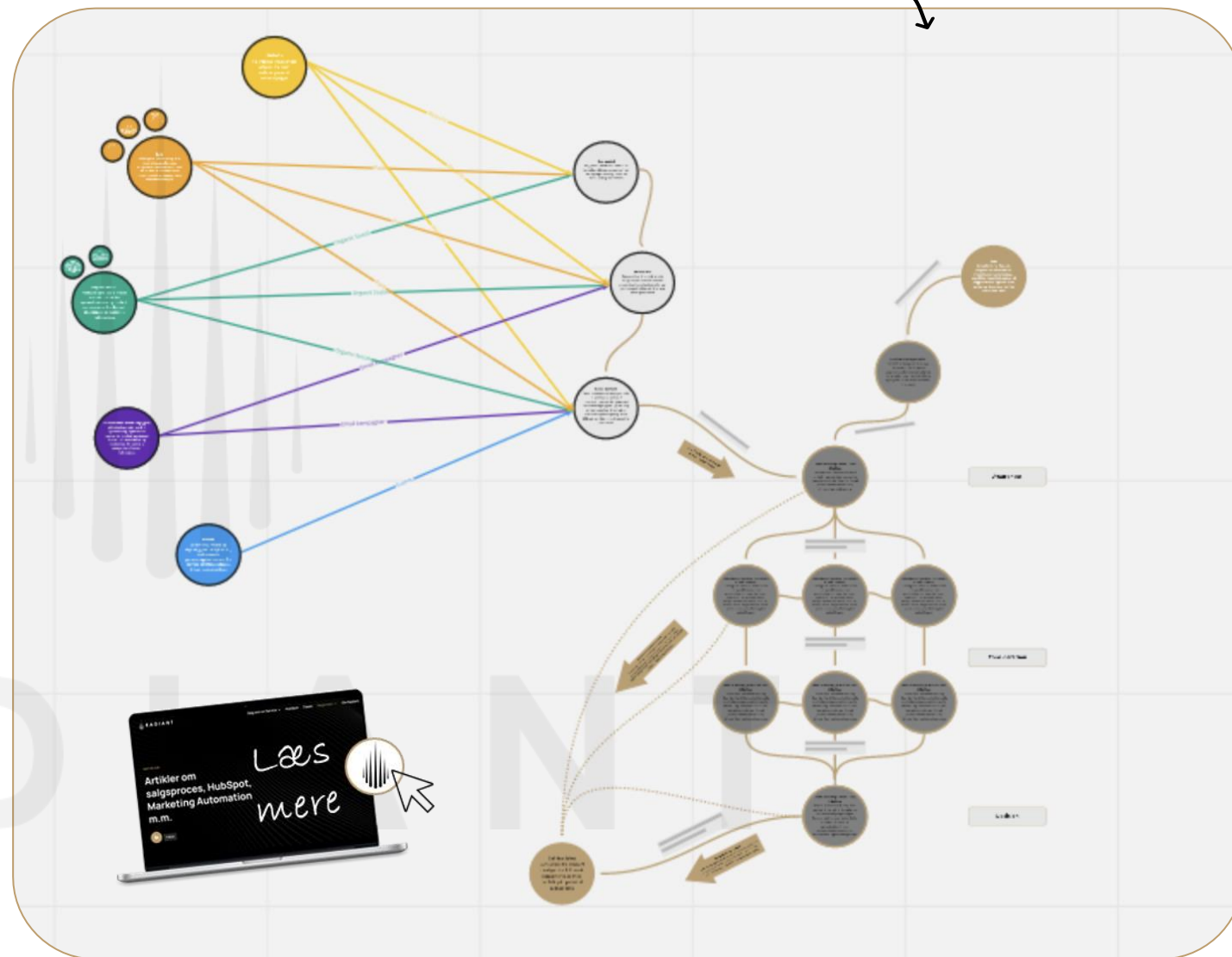
- Tag udgangspunkt i din målgruppe og deres købsrejse
- Fokuser på det I kender og virker - byg videre på det

Don't

- Lav det ikke for komplekst – undgå én bestemt taktik
- Lad jer ikke stoppe af små forhindringer på vejen

Effekt

- LDF er udgangspunkt for indhold hele leadrejsen
- Bearbejder og modner leads via automatisering



LDF Design: Capture

Hvad

Nye leads og kontakter indfanges via kanaler som Paid Social, Organic SoMe, Events, interne website links m.m.

Do

- Brug og prioriter kanaler hvor målgruppen er aktiv
- Fokuser på allerede kendte segmenter (test, test, test!)

Don't

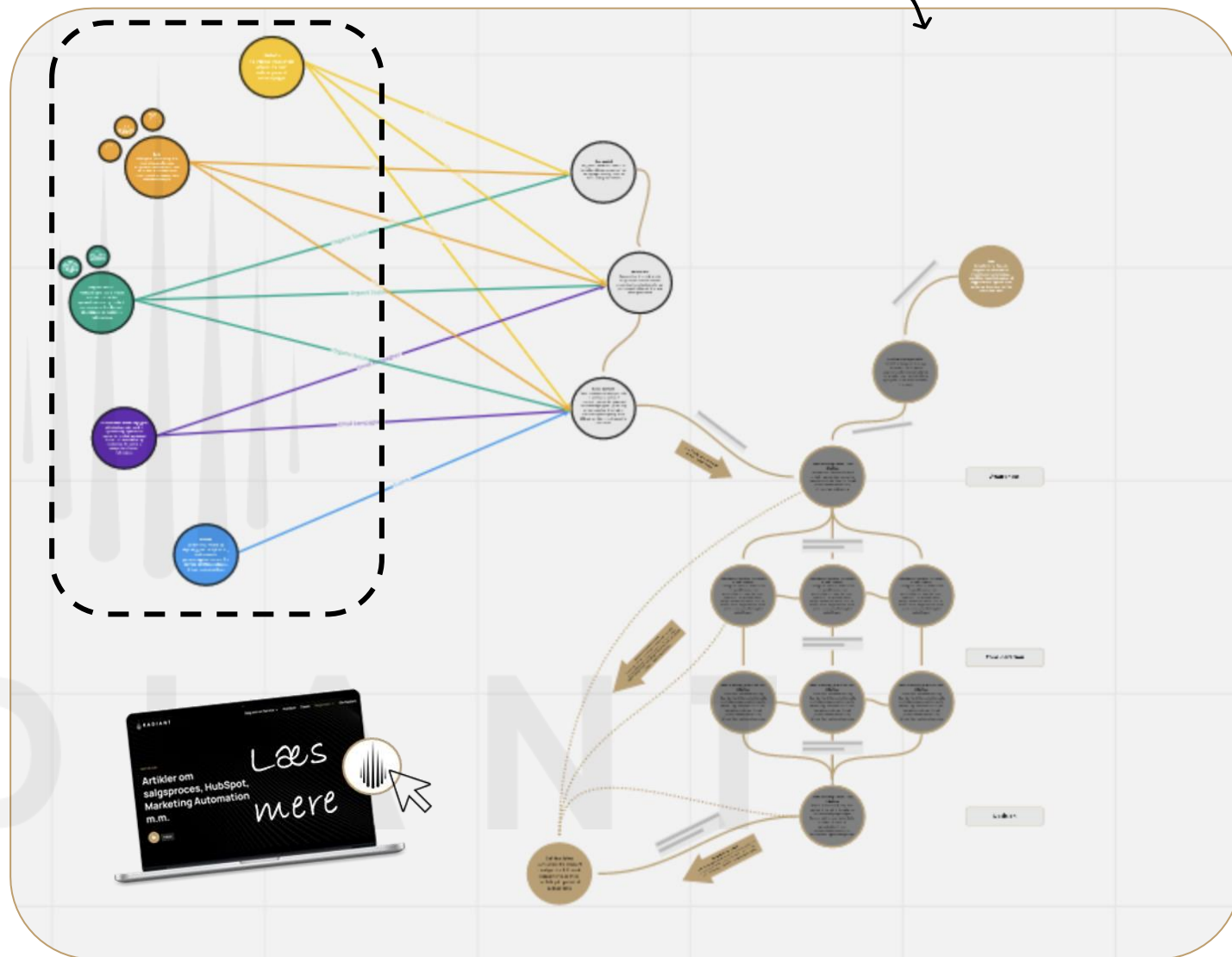
- Undgå at stirre jer blinde på én bestemt kanal
- Lad være med at skyde med spredhagl

Effekt

- Giver nye leads til maskinen
- Giver øget brand awareness ved siden af leadgenerering



Levende
framework



LDF Design: Content

Hvad

Content til Capture og Nurture som skal inspirere og give værdi til målgruppen, hvor det er tilstrækkelig overbevisende til, at de gerne vil give kontaktinformationer

Do

- 📊 Kundecases, blog posts, premium gated content
- 📊 Brug emner der optager jeres kunder på strategisk plan

Don't

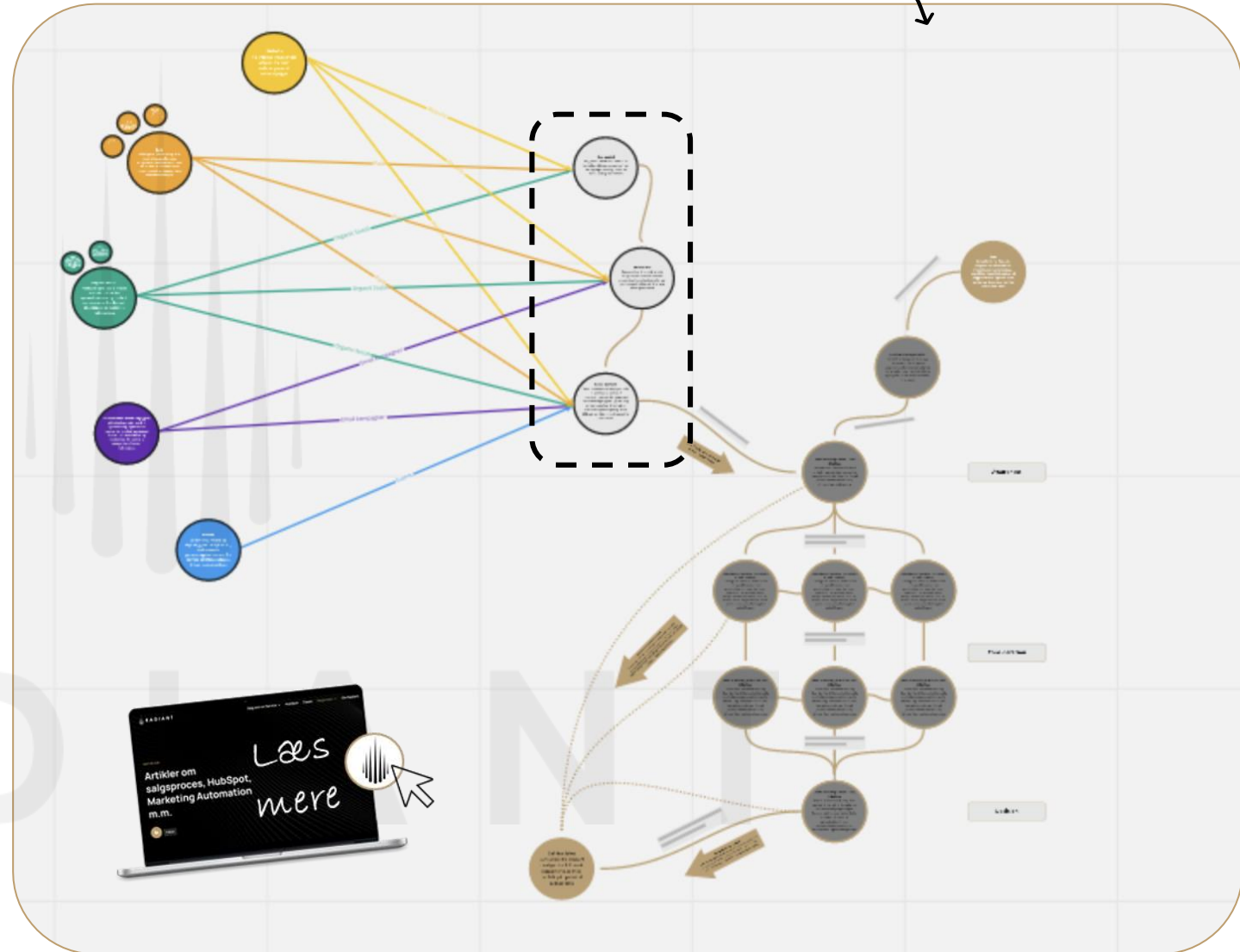
- 📊 Fortæl 'indefra' og ud
- 📊 Byg en hel rumrakat før I går i gang

Effekt

- 📊 Giver målgruppen indtryk af, at I forstår dem
- 📊 Eksponerer målgruppe for lignende interesseområder



Levende
framework



LDF Design: Nurture



Levende
framework



Hvad

Her skal forholdet til nye og eksisterende leads plejes. Dette gøre primært gennem e-mails med content, men kan også gøres gennem annoncer, events, SoMe outreach m.m.

Do

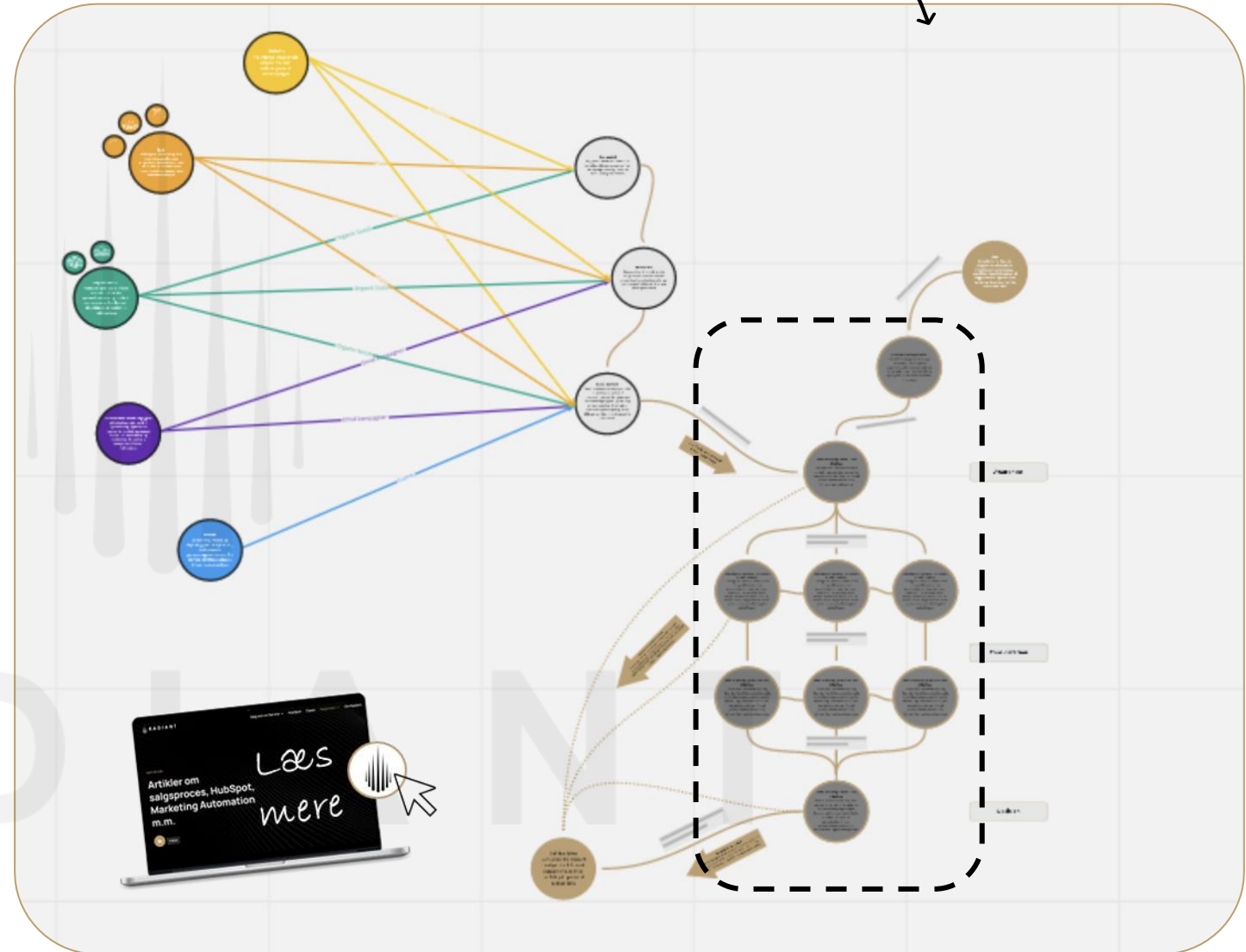
- Gør det muligt for salg at sætte kolde leads I maskinen
- Opbyg modulært – og dosér budskabet til modenhed

Don't

- Undgå spam til målgruppen med for høj mailfrekvens
- Tro at der ikke skal investeres ressourcer I upkeep

Effekt

- Leads til salg, så salg kan fokusere på varme dialoger
- Modner målgruppens beslutningsproces



LDF System: Automations



Workflows
Ser sådan ud



Hvad

Nu skal LDF implementeres og udarbejdes i et system – dette tilfælde HubSpot. Her muliggøres automatiseringen gennem Workflows, der skal opbygges modulært

Do

- Basér actions på brugeradfærd frem for antagelser
- Personaliser både modtager og afsender

Don't

- Bliv utålmodig og forcer modningsprocessen
- Være unuanceret med 'triggers' på digital adfærd

Effekt

- Budskaber og timing på modtagernes præmis
- Undgår menneskelige fejl

