

A woman with long brown hair is smiling and looking down at a white smartphone she is holding with both hands. The background is a warm, out-of-focus indoor setting. A semi-transparent dark overlay covers the upper and middle portions of the image, providing a space for white text.

Mia Åslander, marknadschef

Koneo







INBOUND MARKETING

8

**70% av kundens köpresa görs på internet,
innan man är redo att själv ta kontakt eller
bli kontaktad av en säljare.**

Källa: Hubspot/Google

70%

MEDVETENHET

ÖVERVÄGANDE

BESLUT

Problembild

Lösningar, alternativ, kartläggning

Leverantörer, prisbild, leverans



70%

MEDVETENHET

ÖVERVÄGANDE

BESLUT

Buyer Persona – vår fiktiva typkund

1. Demografi – man/kvinna, ålder, geografi
 2. Organisatorisk fakta, titel, storlek på företag
 3. Huvudsakliga mål, vad mäts personen på
 4. Huvudsakliga utmaningar
 5. Informationsinhämtning
- Etc.

70%



Call to action



SQL

INBOUND MARKETING

8

1 DELAKTIGHET

2

3

4

5

6

7

8

DELAKTIGHET



1 DELAKTIGHET

2 PRODUKT/TJÄNST

3

4

5

6

7

8

Vilken produkt/tjänst vill ni
marknadsföra med hjälp av
Inbound Marketing



- 1 DELAKTIGHET
- 2 PRODUKT/TJÄNST
- 3 KPI & MÅL
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8

KPI & MÅL

Antal sålda

$X = 10 \text{ st/mån}$



Leads

$Y = X * 3$



Besökare

$Y * 100$



Aktiviteter:

- Antal bloggposter
- Delningar
- Seminarier/webinars
- Adwords

BUYER PERSONA

1 DELAKTIGHET

2 PRODUKT/TJÄNST

3 KPI & MÅL

4 BUYER PERSONA

5

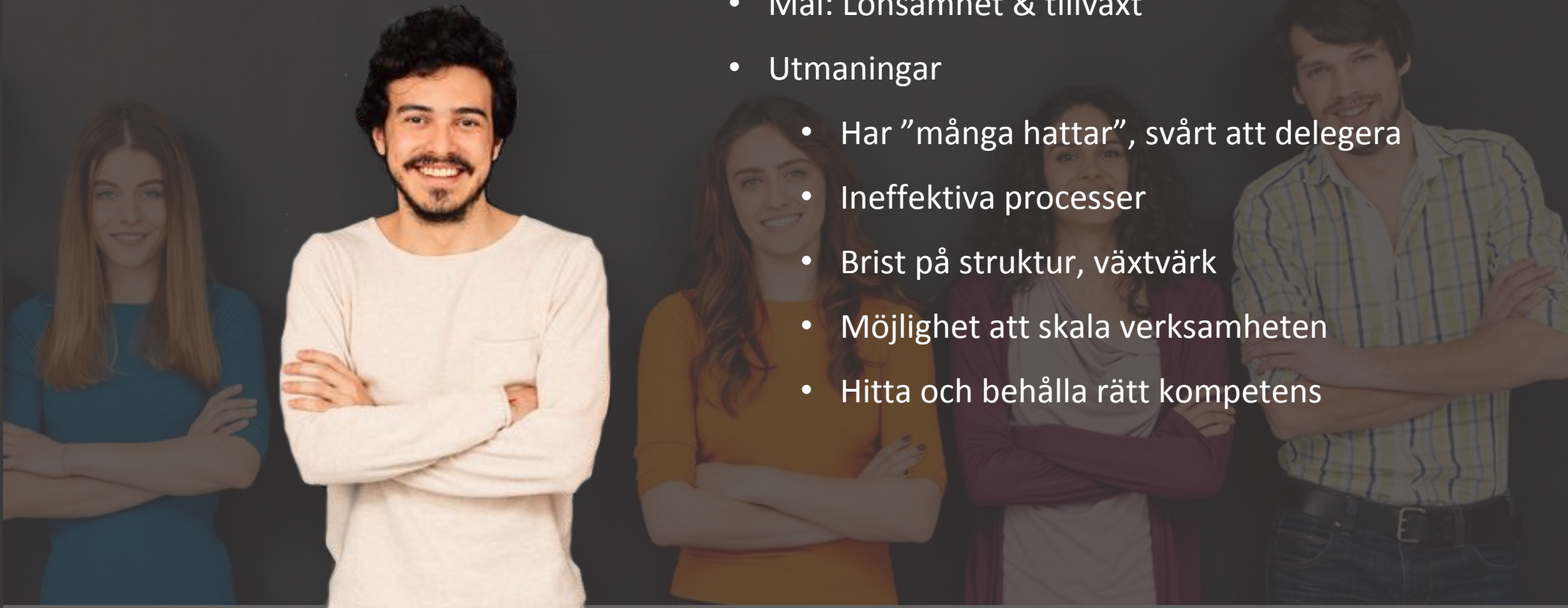
6

7

8

Koneos Buyer Persona: VD-Markus

- VD på ett företag med 5-50 anställda
- Mål: Lönsamhet & tillväxt
- Utmaningar
 - Har "många hattar", svårt att delegera
 - Ineffektiva processer
 - Brist på struktur, växtvärk
 - Möjlighet att skala verksamheten
 - Hitta och behålla rätt kompetens



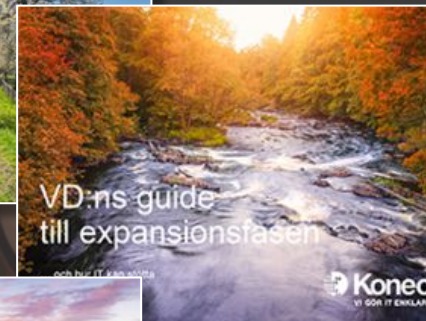
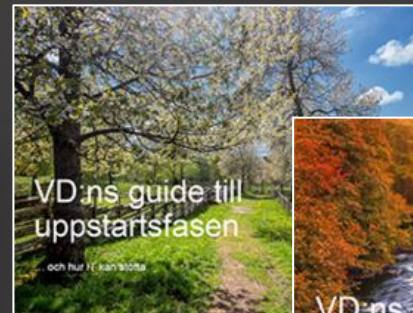
KÖPRESA

- 1 DELAKTIGHET
- 2 PRODUKT/TJÄNST
- 3 KPI & MÅL
- 4 BUYER PERSONA
- 5 KÖPRESA
- 6
- 7
- 8

MEDVETENHET

ÖVERVÄGANDE

BESLUT



- 1 DELAKTIGHET
- 2 PRODUKT/TJÄNST
- 3 KPI & MÅL
- 4 BUYER PERSONA
- 5 KÖPRESA
- 6 BLOGG
- 7
- 8

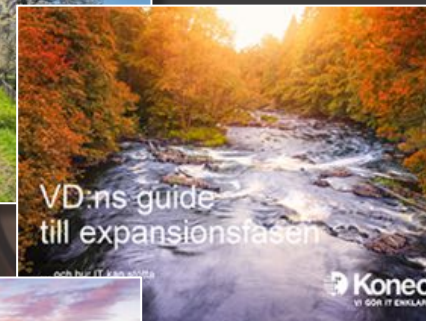
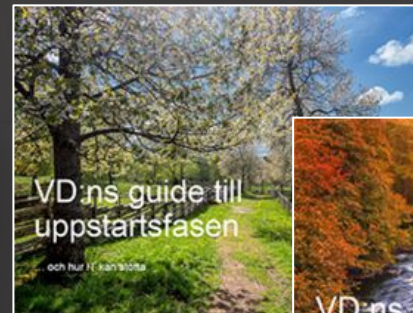
BLOGG



MEDVETENHET

ÖVERVÄGANDE

BESLUT



- 1 DELAKTIGHET
- 2 PRODUKT/TJÄNST
- 3 KPI & MÅL
- 4 BUYER PERSONA
- 5 KÖPRESA
- 6 BLOGG
- 7 SYSTEMSTÖD
- 8



- 1 DELAKTIGHET
- 2 PRODUKT/TJÄNST
- 3 KPI & MÅL
- 4 BUYER PERSONA
- 5 KÖPRESA
- 6 BLOGG
- 7 SYSTEMSTÖD
- 8 DELNING

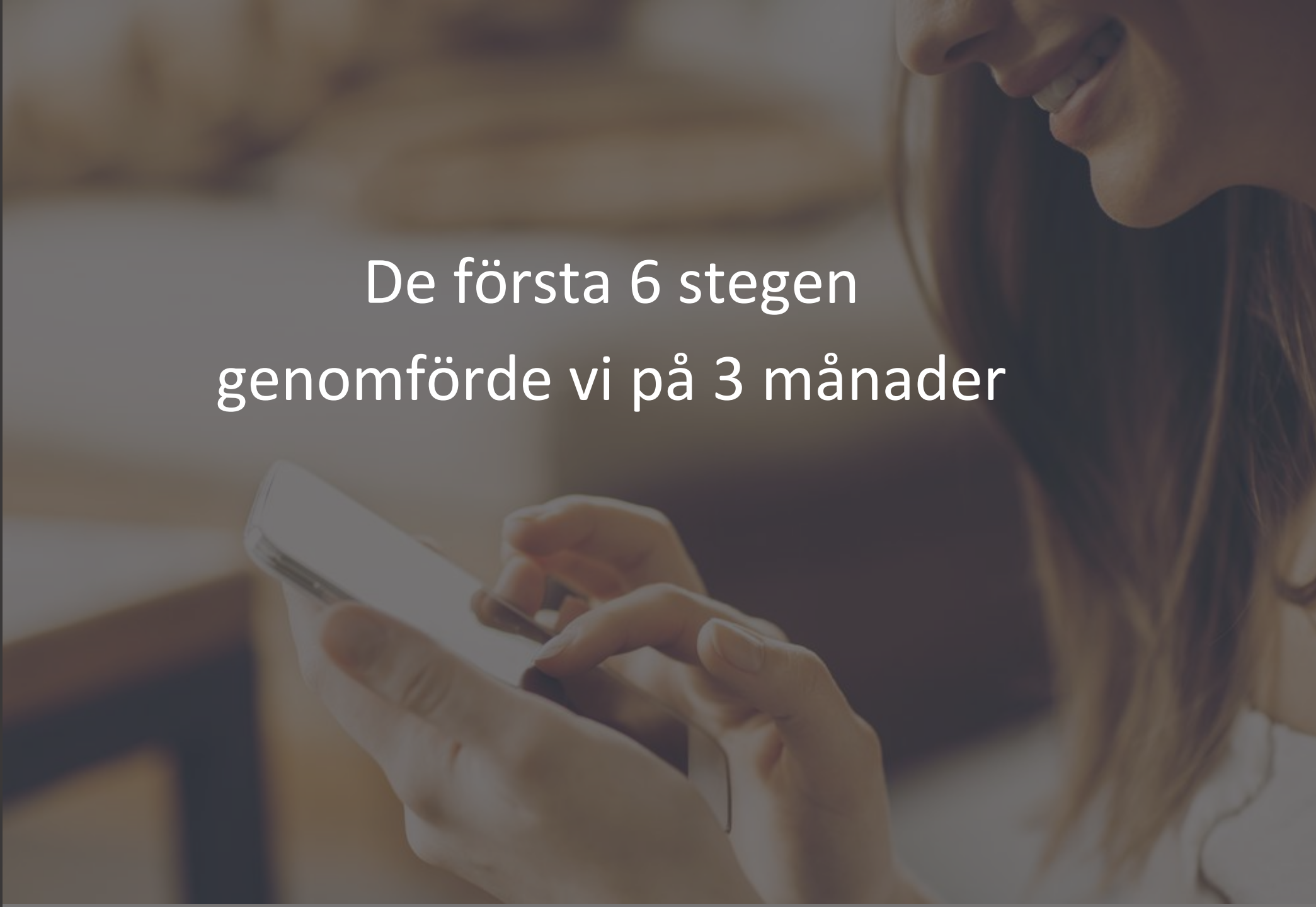
DELNING OCH DELAKTIGHET!

Social Selling • Social Sharing

Linked in®

- 1 DELAKTIGHET
- 2 PRODUKT/TJÄNST
- 3 KPI & MÅL
- 4 BUYER PERSONA
- 5 KÖPRESA
- 6 BLOGG
- 7 SYSTEMSTÖD
- 8 DELNING

De första 6 stegen genomförde vi på 3 månader



- 1 DELAKTIGHET
- 2 PRODUKT/TJÄNST
- 3 KPI & MÅL
- 4 BUYER PERSONA
- 5 KÖPRESA
- 6 BLOGG
- 7 SYSTEMSTÖD
- 8 DELNING

ROI?



UTMANINGAR

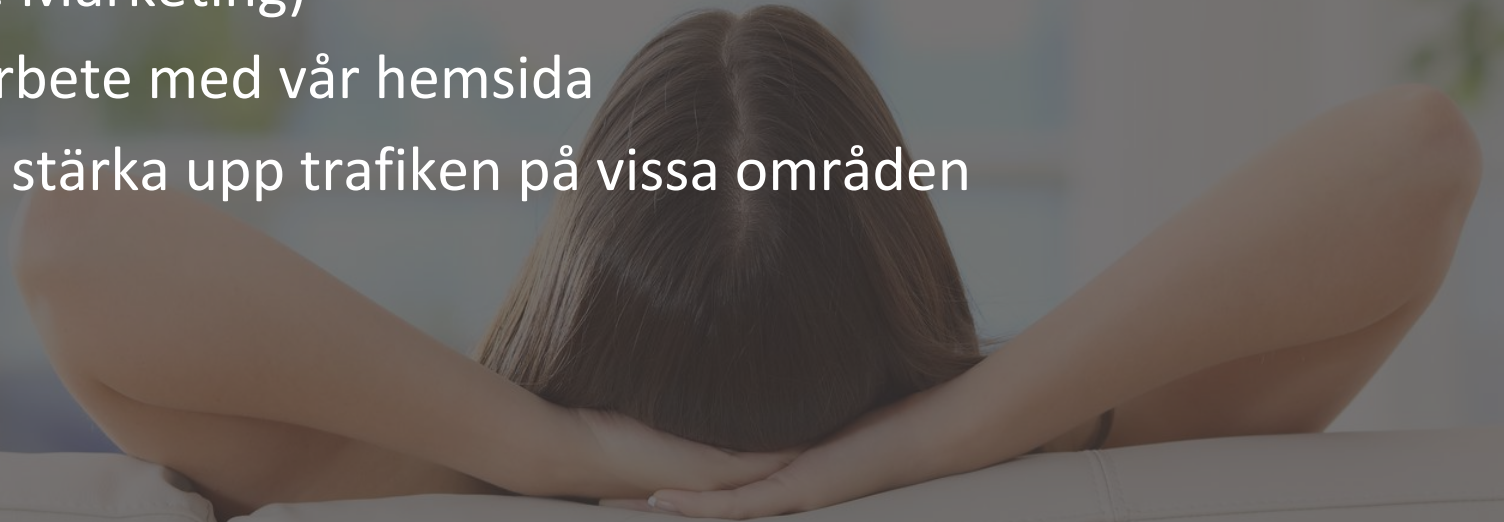
- Hålla ångan uppe – delaktighet ett måste för förväntade resultat
- Hitta bärare/producenter av content
- Analys, analys, analys!

LÄRDOMAR

- Era medarbetare – era starkaste ambassadörer, skapa stolthet!
- Det ger effekt på så många fler områden än enbart leads

NÄSTA STEG

- Pinpointa top-10 kunder -> Account Based Marketing, riktade kampanjer på LinkedIn mot Buyer Persona & Marketing Automation (riktad kommunikation)
- SEM (Search Engine Marketing)
 - SEO – fortsatt arbete med vår hemsida
 - Adwords för att stärka upp trafiken på vissa områden



Tack!



www.linkedin.com/in/miaaslander



mia.aslander@koneo.se



076-188 91 77