



THE RIGHT PEOPLE A/S

Eksempel på databaseret rapport om Salgs- og Marketingaktiviteter

Alle tal er fiktive.

Mersalg/Churn-prevention - eksisterende kunder

I 2019 har vi forfulgt strategi med at målrette aktiviteter imod beslutningstagere hos eksisterende kunder

- Vi har nu 65% af dem som nyhedsbrevsmodtagere, 32% har deltaget på vores events og vi har holdt møder med 24% af dem i løbet af året. 18 % mere end 1 gang.
 - Dertil kommer ca 200 nyhedsbrevsmodtagere der kategoriseres som influenter.

Vi har fået overblik over beslutningstagere og mersalgsmuligheder hos eksisterende kunder.

- Der er 72 afdelingschefer i andre afdelinger, vi kunne sælge til og i firmaer, som er i koncern med vores eksisterende kunder.



Målsætning < 2022

- > 85 % af beslutningstagerne skal modtage nyhedsbreve
- Min 40 % skal have deltaget i event (seminar/webinar)
- Møder skal afholdes.
 - Min. 1/2 årligt med A-kunder
 - Min. årligt med B-kunder

Med data om "hvem der er", kan man se hvor langt man er kommet med bearbejdningen

Marketingaktiviteter i 2019

Online:

- Vi har udarbejdet en målgruppe på LinkedIn bestående af de beslutningstagere, vi ikke har permissions på (nye+eksisterende kunder). Vores logo eksponeres og der betales kun for dem der klikker sig ind på vores site.
 - Retargeting: de besøgende rammes – via cookies – igen.
 - Vi kan se/måle hvem der har reageret på bannerannoncen.

Offline:

- Vi har inviteret 130 af beslutningstagerne til events.
 - 12,5 % deltog.
- Der er sendt ”white-papers” til 20 af dem
 - De 5 = 25% besøgte vores hjemmeside <1 uge. 3 varme leads.



Planer for 2020

- Vi skal have eksperimenteret mere med budskaberne i bannerannoncen. Kun 4% af målgruppen har trykket på banneret.
- De skriftlige invitationer giver godt. Vi skal holde flere events og invitere alle – flere gange – i 2020. Også forsøge at følge op (telefonisk) og få permissions
- ”White-papers” er lidt ressourcekrævende, men målrettet – kvalitets-kommunikation (hvad kan vi gøre for jer). 100 skal laves og sendes i 2020.

Salgsaktiviteter 2019



Eksisterende kunder

- Vi har holdt møder med 32 (af 50) kendte beslutningstagere blandt eks. kunder.
- Vi har id. 42 beslutningstagere i andre afdelinger el. koncernrelaterede selskaber.
 - Har holdt møde med 14 af dem. 6 tilbud er sendt.

Nye kunder

- Vi har mødtes med 22 af de 800 identificerede beslutningstagere blandt potentielle kunder.
 - 10 af dem tror vi på kan blive til noget på sigt.

Planer 2020

- Vi skal booke møder med så mange af de "nye" beslutningstagere hos kunderne som muligt.
 - Vi vil afprøve at informere dem om at vi allerede er leverandør inden 1. kontakt
- OK hitrate, men der skal mere fart på New-Bizz indsatserne. Flere møder.
 - Vi afprøver at en leverandør hjælper med at udsende "introbreve" og "pusher" sælgerne.

Nøjagtig data om beslutningstagerne – hos eksisterende/nye kunder hjælper til en vurdering af – om indsatserne er tilstrækkelige.