

ERFA Marketing Automation B2B Content Marketing – nyckeln till framgång med Marketing Automation B2B

Malin Sjöman

malin@hagvallsjoman.se

[linkedin.com/in/malinsjoman](https://www.linkedin.com/in/malinsjoman) | @MalinSjoman

slideshare.net/MalinSjoman | hagvallsjoman.se/blog





Malin Sjöman – Grundare och partner
B2B-byrå Hägvall & Sjöman

- +20 år inom B2B-marknadsföring, produktledning och affärsutveckling, bl a Ericsson och 3
- Brinner för att hjälpa B2B-företag utveckla relationer, varumärken och affärer i det nya sälj- och marknadsföringslandskapet
- Strategi, content- och inbound marketing, digital aktivering
- Fokus på IT/telekom, teknik och konsultverksamhet



“

Marketing Automation utan bra content är som en bil utan bensin. Du kommer ingenstans.

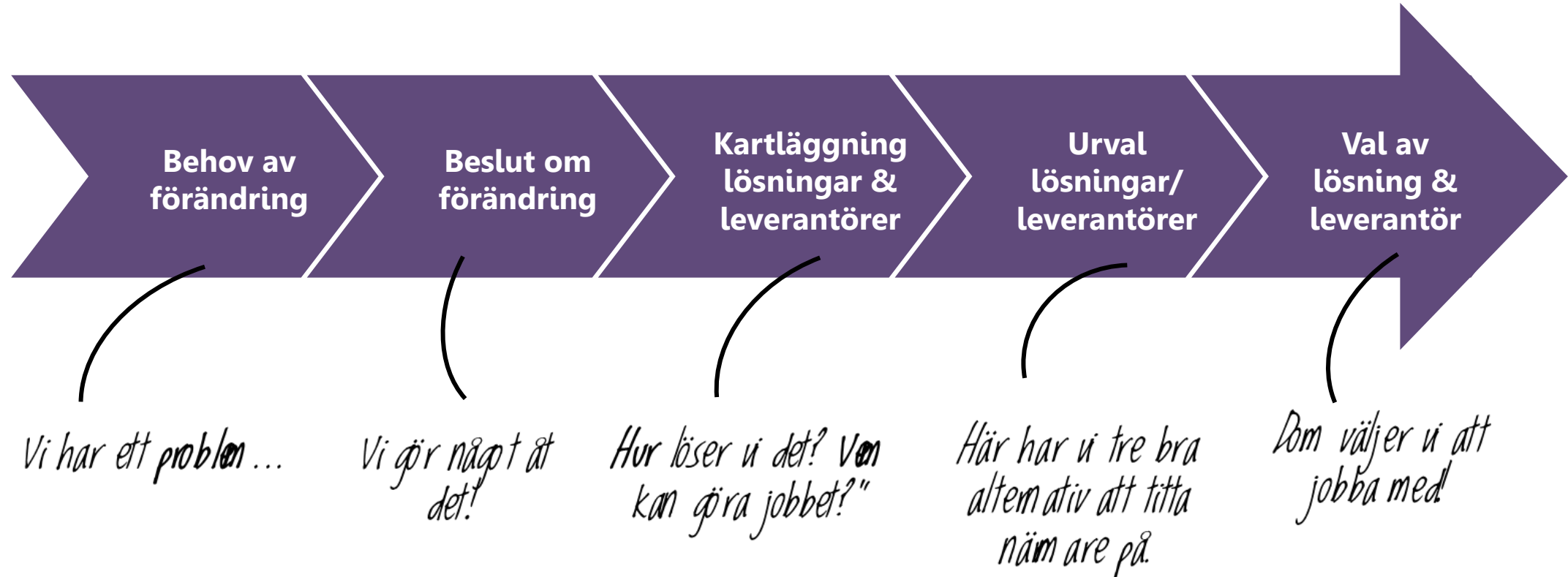
”

Content Marketing – Att hjälpa våra potentiella kunder genom köpprocessen genom att löpande erbjuda paketerad kunskap, erfarenhet och inspiration – "content" – av värde för dem, med målet att vinna deras intresse, förtroende och i slutändan affären.

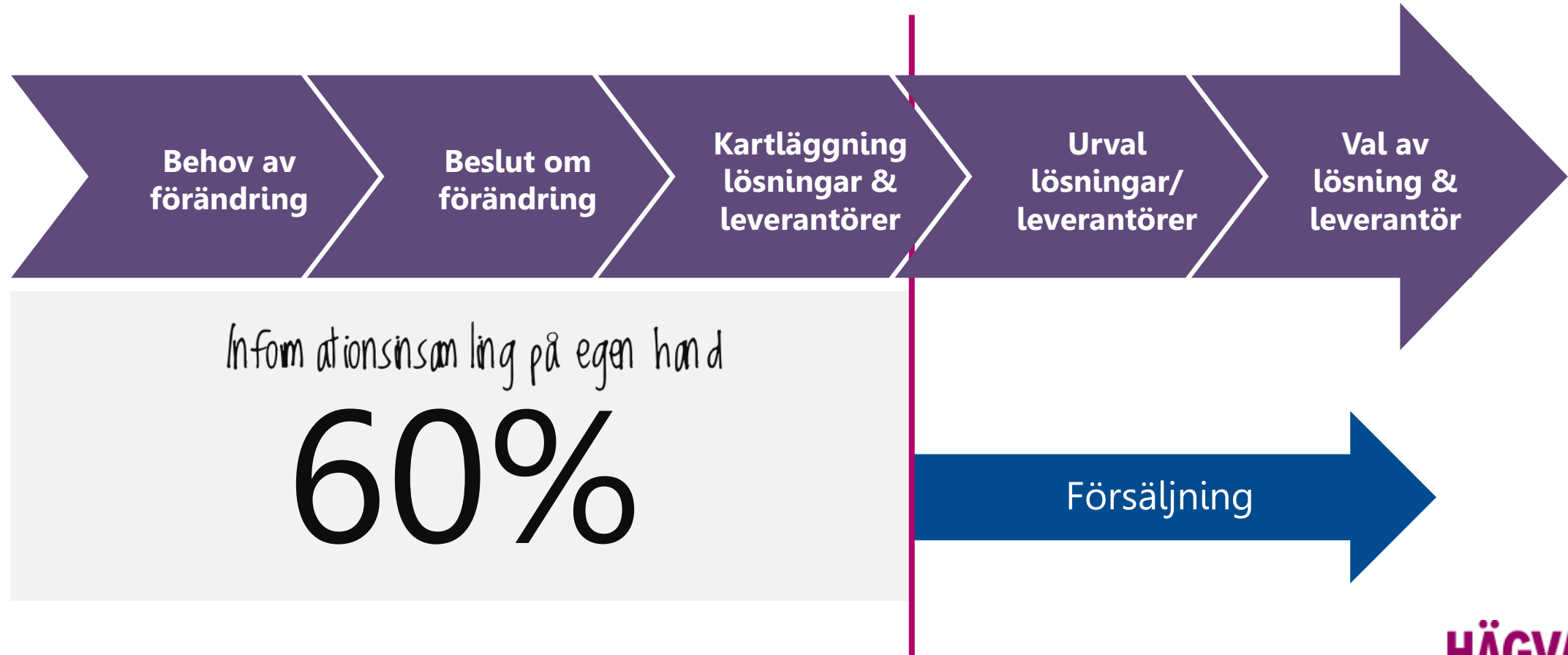
90%

av B2B-köpen börjar på nätet.

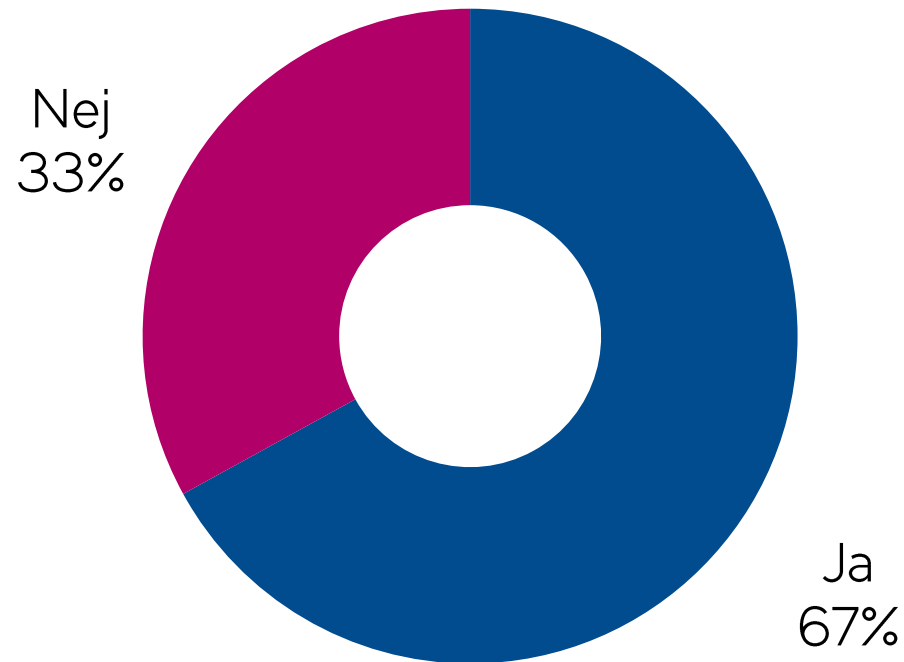
Den förändrade köpresan



Den förändrade köpresan



Allt fler B2B-företag säljer digitalt

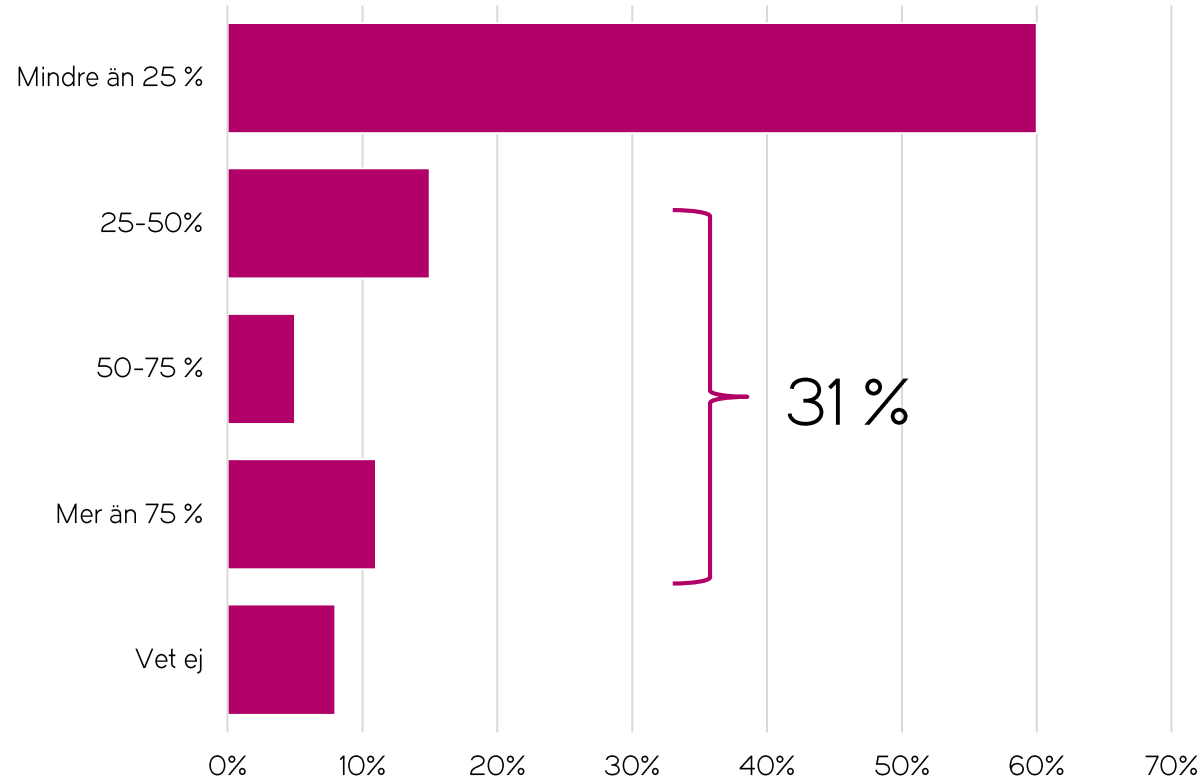


67 %

Närmare två tredjedelar av B2B-företagen säljer digitalt.

Litium: Svensk B2B-handel 2017

Allt fler B2B-företag säljer digitalt



31 %

av företagen gör mer än en fjärdedel av sina affärer via nätet.

Litium: Svensk B2B-handel 2017

Säljarens roll förändras med den ökade digitaliseringen

“

Traditionella säljare måste förändra sitt beteende och bidra med ett större värde vid fysiska besök. Värdeskapande försäljning blir viktigare i framtiden. Det ställer högre krav på kompetens på en säljare.”

“

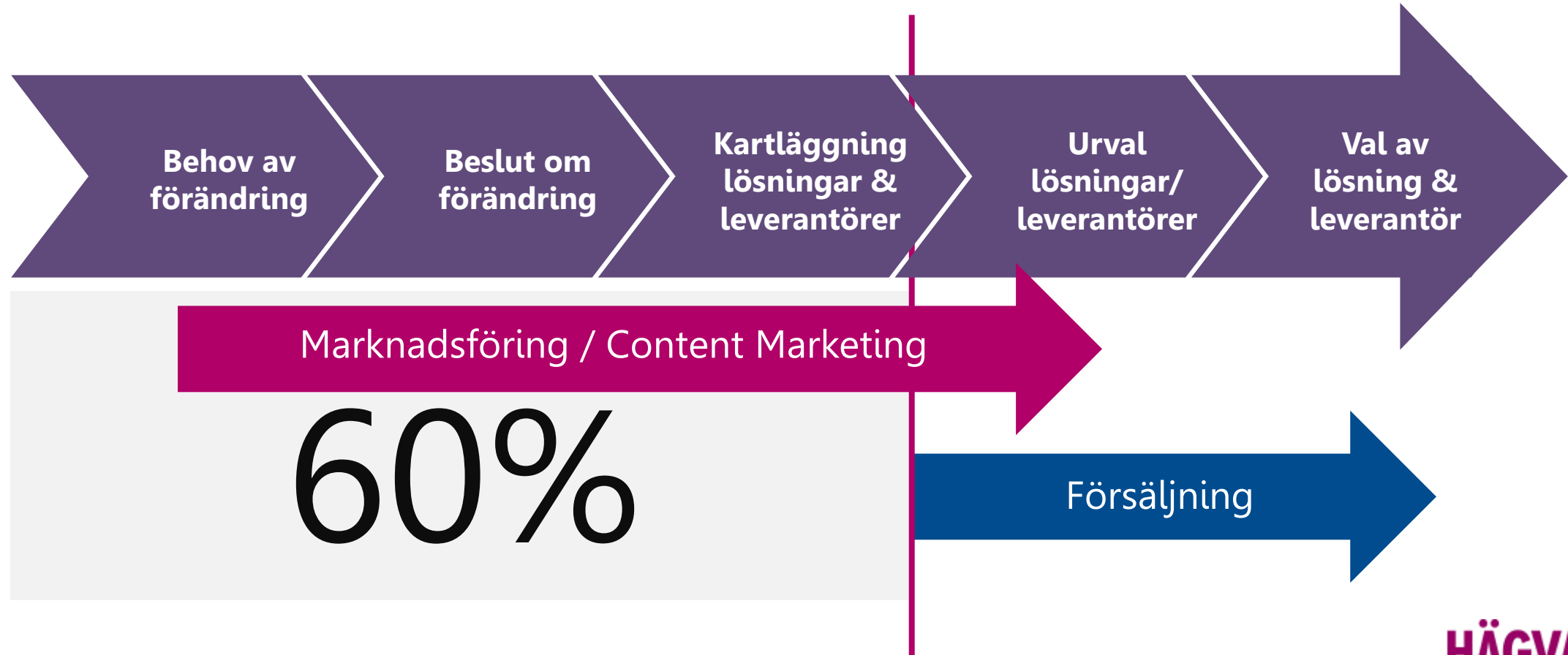
Det kommer att bli två tydligt skilda kundresor. En transaktionell där kunden inte vill/behöver ha kontakt med leverantör, allt val sker med hjälp av digitala plattformar. En konsultativ kundresa där digitala plattformar kommer att komplettera en rådgivande säljprocess med fältsäljare.”

“

Vi ser tydligt att den traditionella rollen som säljare är borta. Idag handlar det om att skapa ett mervärde, Ett mervärde som hos oss kopplas till kompetens.”

Litium: Svensk B2B-handel 2017

Den förändrade köpresan



Content marketing stöttar köpresan

Behov av förändring

Beslut om förändring

Kartläggning lösningar & leverantörer

Urval lösningar/ leverantörer

Val av lösning & leverantör

The collage features several key pieces of content:

- Articles:** "Making connections for the G20 Summit", "Proaktiv driftstyrning och förbättrad avbrottsrapportering i framtidens smarta nät", "SA MYCKET SUGER ELPRISORNA I VINTER", "What is WDM?", "Kundreferens Hemköp Vrigstad", "Teknikmagasinet växer affärerna digitalt och i butik", "Ny balpress sparar tid och plats för personalen på Hemköp i Vrigstad".
- Videos:** Interviews with Carin Blom (Prestor) and Lars-Göran Norell (Elbyrå). A video titled "Avfallsanläggningen tidigare var ett sopbäll i naturen" featuring a man in a field.
- Infographics:** "Elbyråguiden Företag" and a process flow diagram from elking.se.
- Brochures/Reports:** "RELEVANT" from elking.se, "Nät", "LITUM", and "iStone".



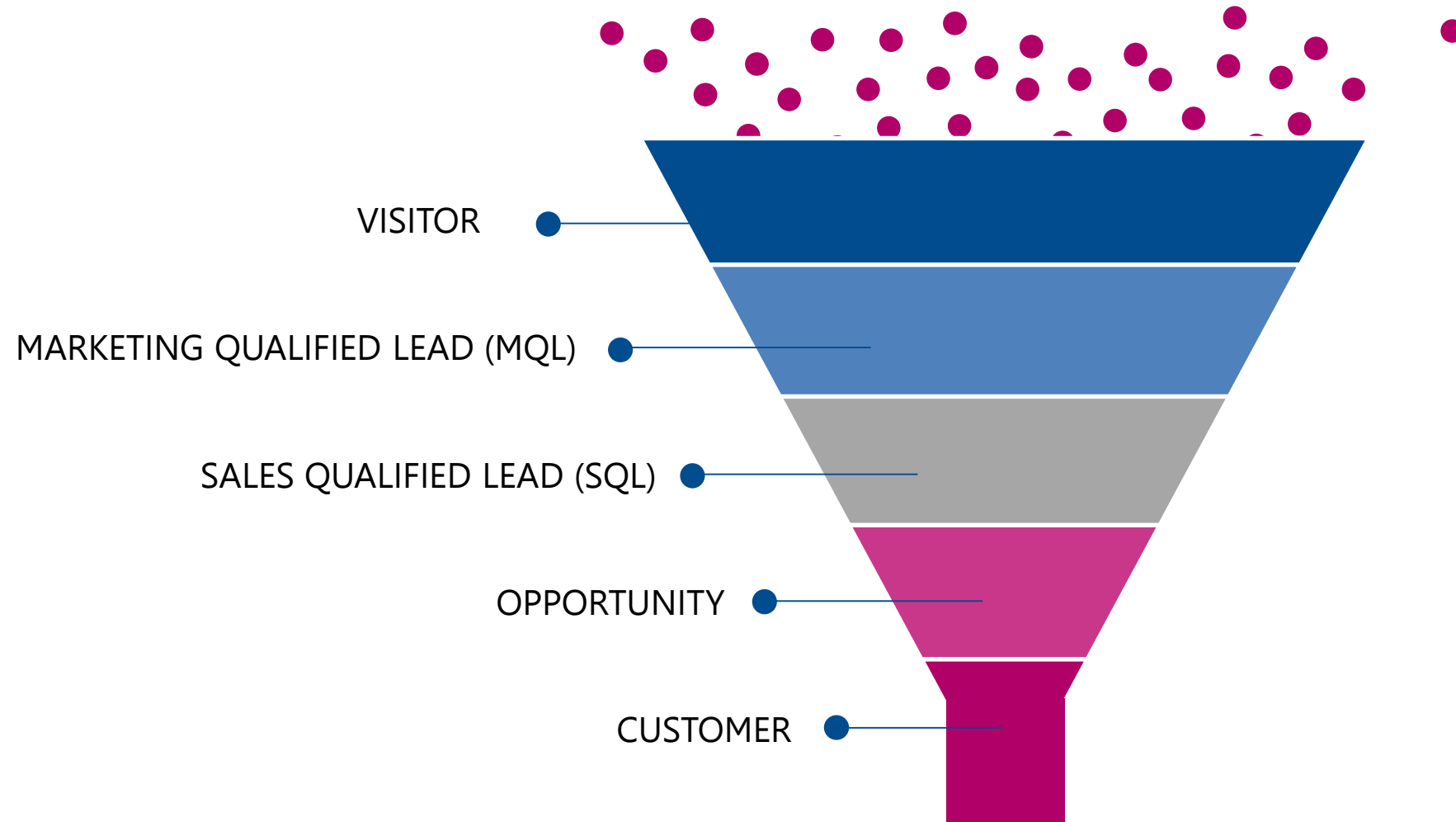
More than 50% B2B-buyers view at least **eight** pieces of content during the purchase process, and an additional 30% view five to seven pieces.

They want concise and coherent interaction however it occurs—and when they don't get it, they often eliminate a vendor from consideration before any direct sales contact takes place.

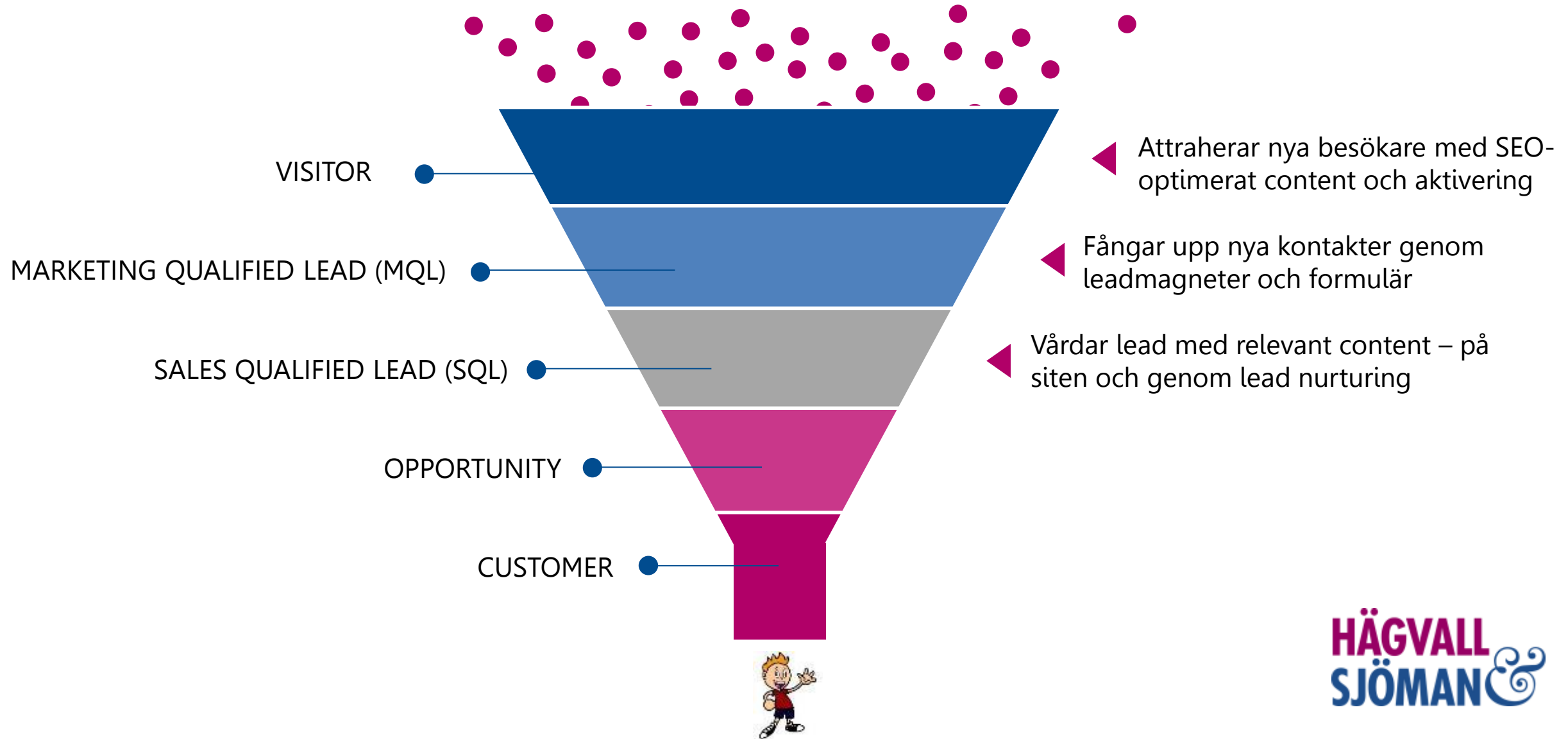


Boston Consulting Group, april 2017

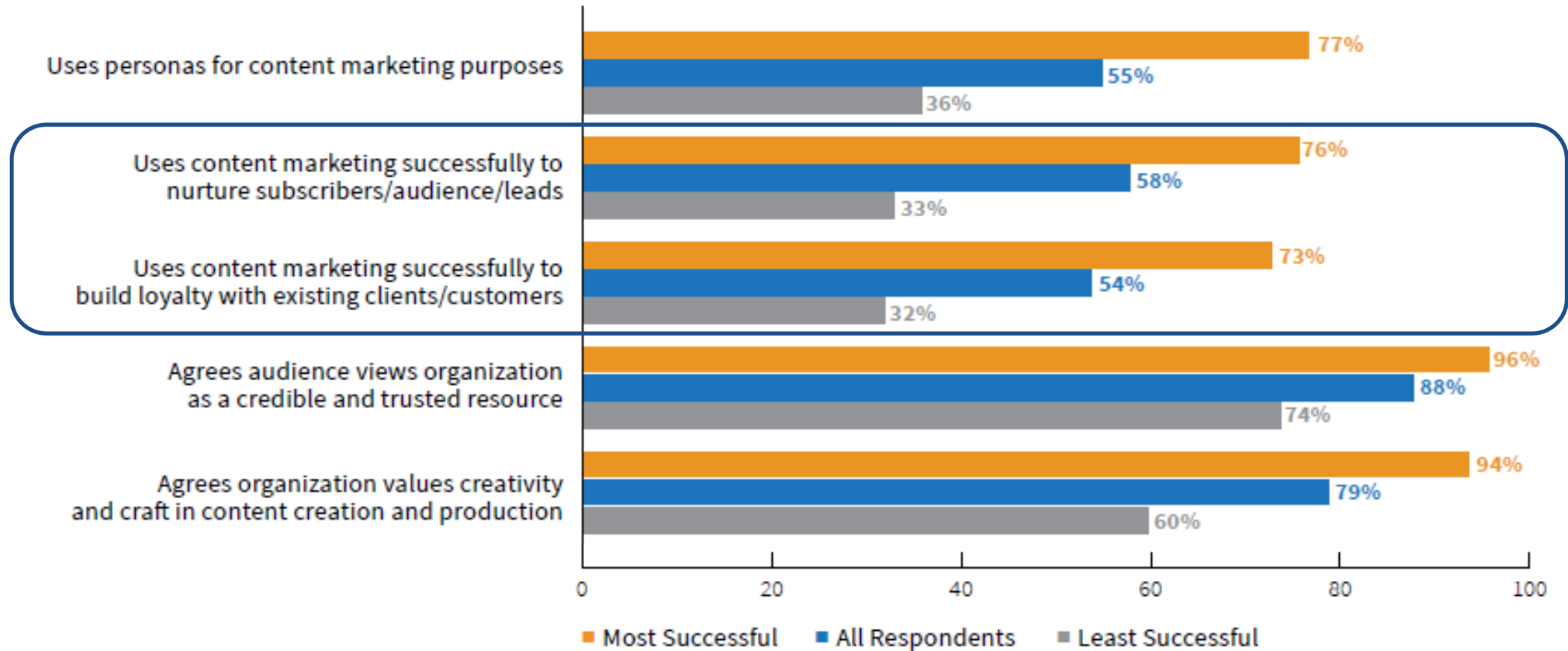
Content marketing och säljtratten



Content marketing och säljtratten



This Year's B2B Content Marketing Top Performers At-A-Glance



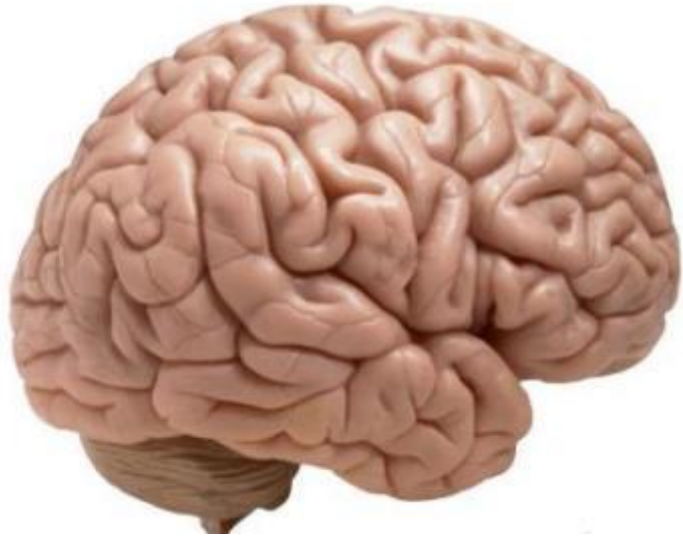
DISKUSSION

- Hur jobbar ditt företag med content marketing idag?
- Hur kopplar arbetet till kundresan? Till säljprocessen?
- Var finns utmaningarna?

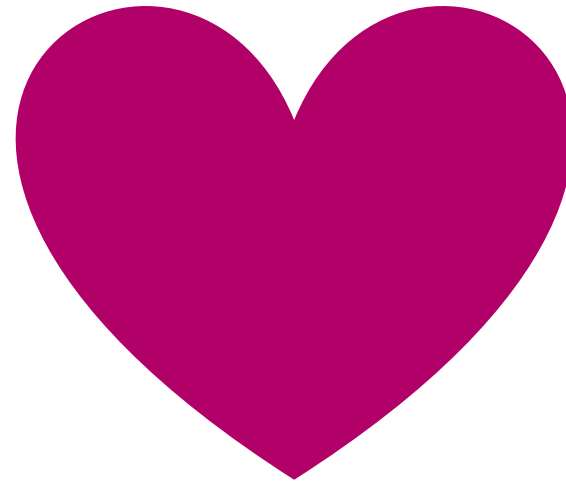
En strategi för Inbound Marketing i 7 steg



Rationella eller emotionella beslut?



Förnuft



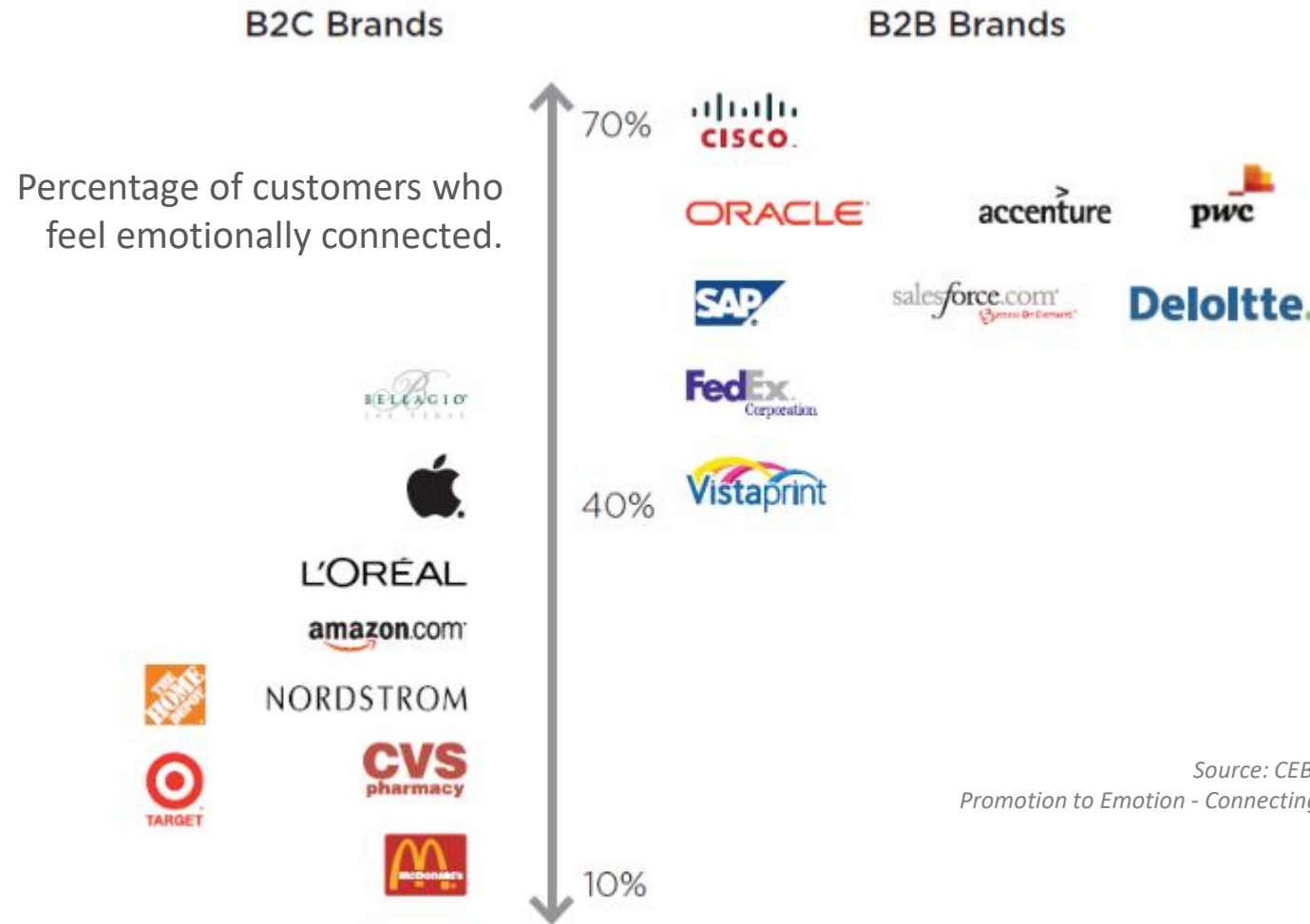
Känsla

Känslomässiga kopplingar viktigare för B2B



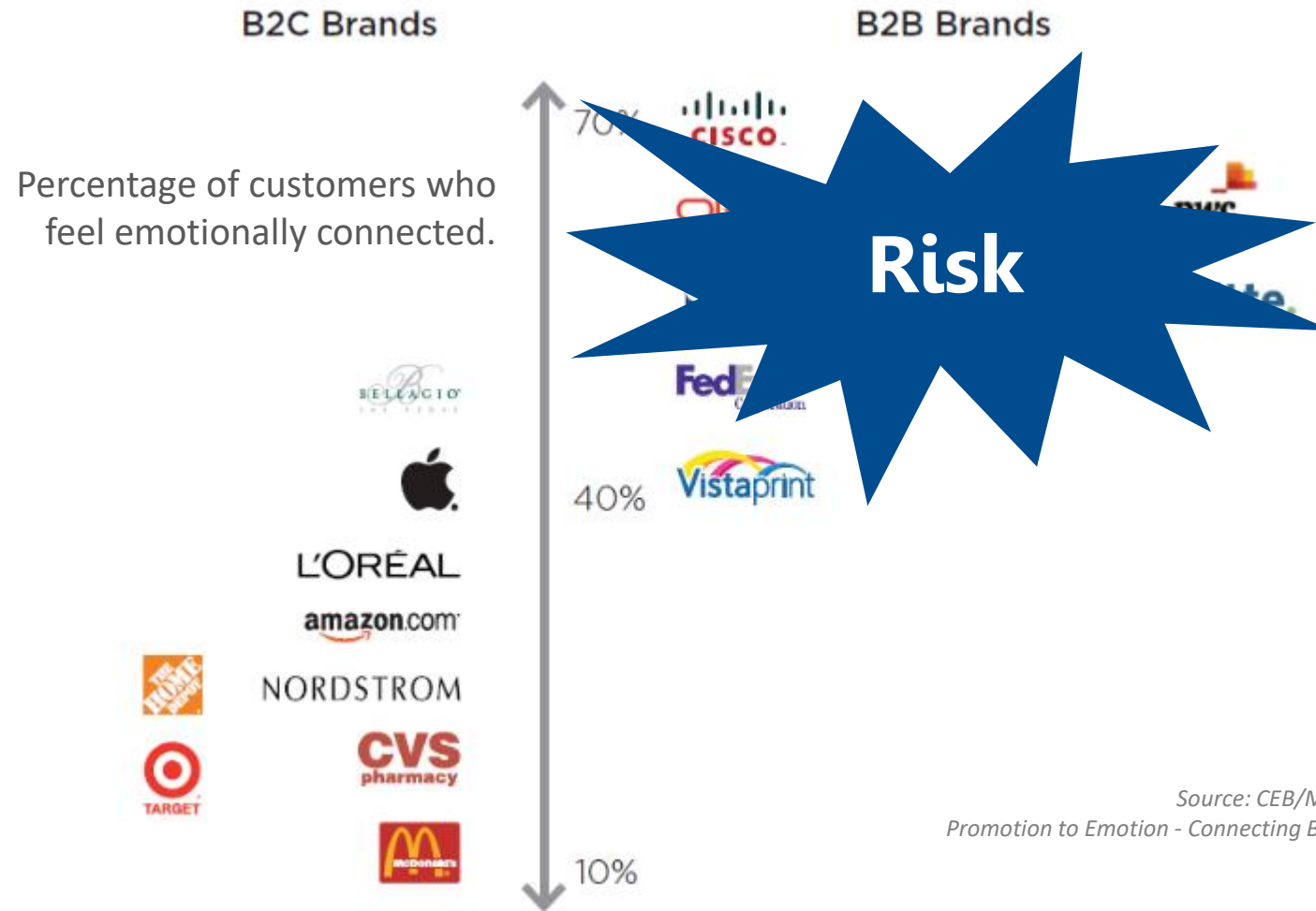
Source: CEB/Motista Survey; CEB analysis 2013
Promotion to Emotion - Connecting B2B Customers to Brands, n=3000

Känslomässiga kopplingar viktigare för B2B



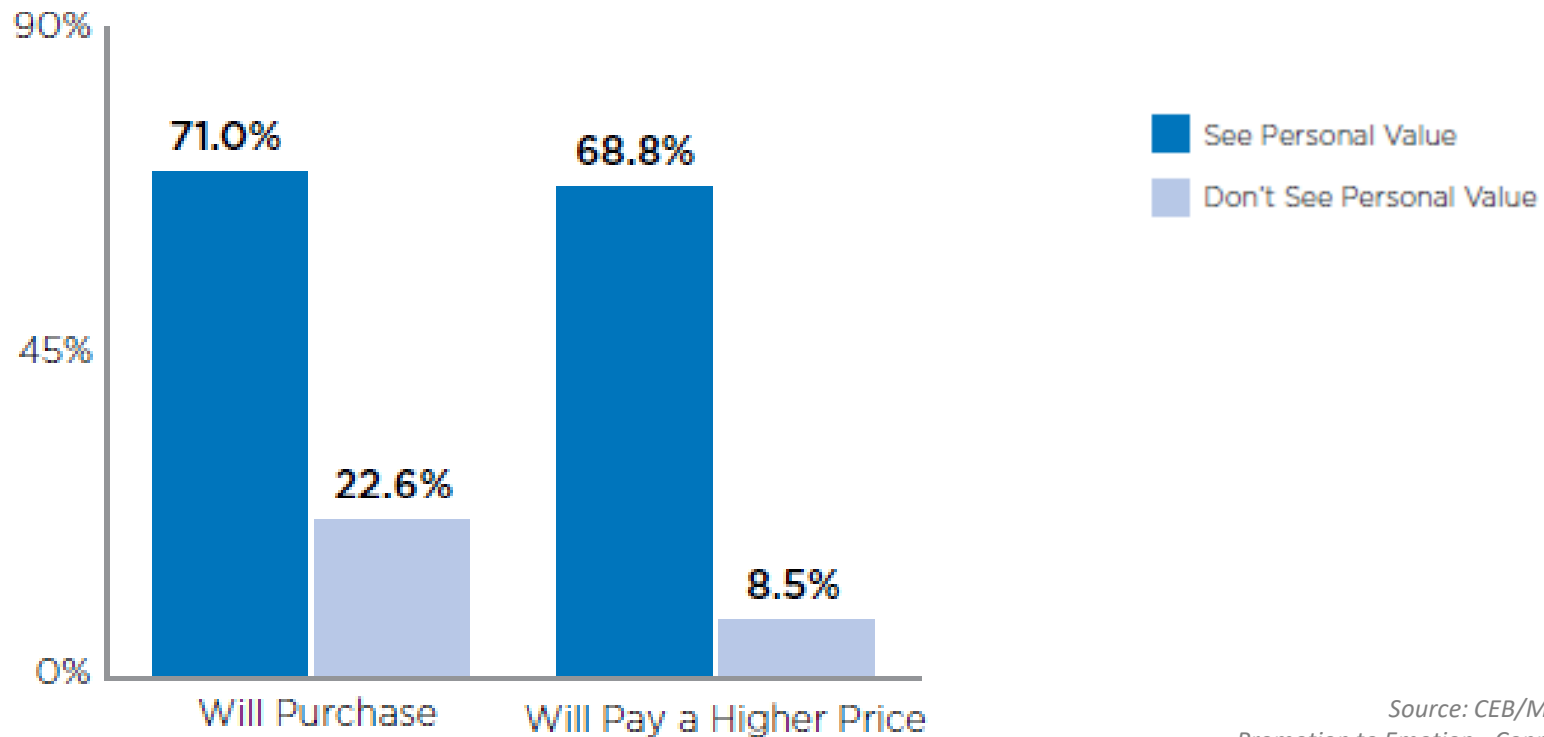
Source: CEB/Motista Survey; CEB analysis 2013
Promotion to Emotion - Connecting B2B Customers to Brands, n=3000

Känslomässiga kopplingar viktigare för B2B



Source: CEB/Motista Survey; CEB analysis 2013
Promotion to Emotion - Connecting B2B Customers to Brands, n=3000

Det personliga värdet avgörande



Source: CEB/Motista Survey; CEB analysis 2013
Promotion to Emotion - Connecting B2B Customers to Brands

Lär känna dina kunder

VEM
sitter runt bordet?



VAD
är utmaningen?



HUR
ser köpresan ut?



Den stora skillnaden mellan marknadsföring och försäljning

Persona



“

Buyer personas enable you to create marketing content that is for someone, not for everyone.

Persona





Only **24%** of organizations calibrate on the definition of target segments or accounts that will apply to both the sales and marketing organizations.

Forrester Marketing Benchmark, Q1 2018

Tre sätt att skapa personas

1. Involvera de interna experterna	2. Enkäter och kvantitativa studier	3. Intervjua riktiga köpare
<p>Fördelar: Snabbt och enkelt. Samlar ihop organisationens kunskap och insikter. Ger samsyn.</p> <p>Nackdelar: Ger inga nya insikter till företaget. Risk för stereotyper baserat på förutfattade meningar.</p>	<p>Fördelar: Billigt. Statistisk, kvantitativ information. Validerar (och förkastar) antaganden.</p> <p>Nackdelar: Internt genererade frågor minskar chansen till nya insikter. Riskerar att missa "offline"-beteenden.</p>	<p>Fördelar: Ger nya insikter. Öppna frågor ger nya vinklingar. Möjlighet att diskutera känslor och värderingar.</p> <p>Nackdelar: Mer tidskrävande. Behöver tillgång till riktiga kunder. Kräver kunskap för att fråga och lyssna.</p>

DISKUSSION

- Hur jobbar ditt företag för att förstå era kunder?
- Var finns utmaningarna?

Content marketing stöttar köpresan

Behov av förändring

Beslut om förändring

Kartläggning lösningar & leverantörer

Urval lösningar/ leverantörer

Val av lösning & leverantör

The collage features several key pieces of content:

- Articles:** "Making connections for the G20 Summit", "Proaktiv driftstyrning och förbättrad avbrottsrapportering i framtidens smarta nät", "SA MYCKET SUGER ELPRISORNA I VINTER", "What is WDM?", "Kundreferens Hemköp Vrigstad", "Teknikmagasinet växer affärerna digitalt och i butik", "Ny balpress sparar tid och plats för personalen på Hemköp i Vrigstad".
- Videos:** Interviews with Carin Blom (Prestor) and Lars-Göran Norell (Prestor).
- Infographics:** "Elbytguiden Företag" and a process flow diagram from elking.se.
- Brochures/Reports:** "SMIDIG AVFALLSHANTERING OCH ÅTERVINNING I BUTIKER", "Nät", "LITUM", "Häfa", "iStone", "ORWAK".

Content marketing stöttar köpresan



Temat – den röda tråden



Temat – den röda tråden

Kundutmaning

Sjukvården kämpar med att säkerställa högsta patientsäkerhet samtidigt som de behöver möta vårdpersonalens behov av en mobil och flexibel arbetsmiljö som grunden för god vård.

Lösning

SecMaker hjälper sjukvården adressera utmaningarna genom att erbjuda möjligheten för alla medarbetare att logga in säkert och enkelt med smarta kort

Temat – den röda tråden

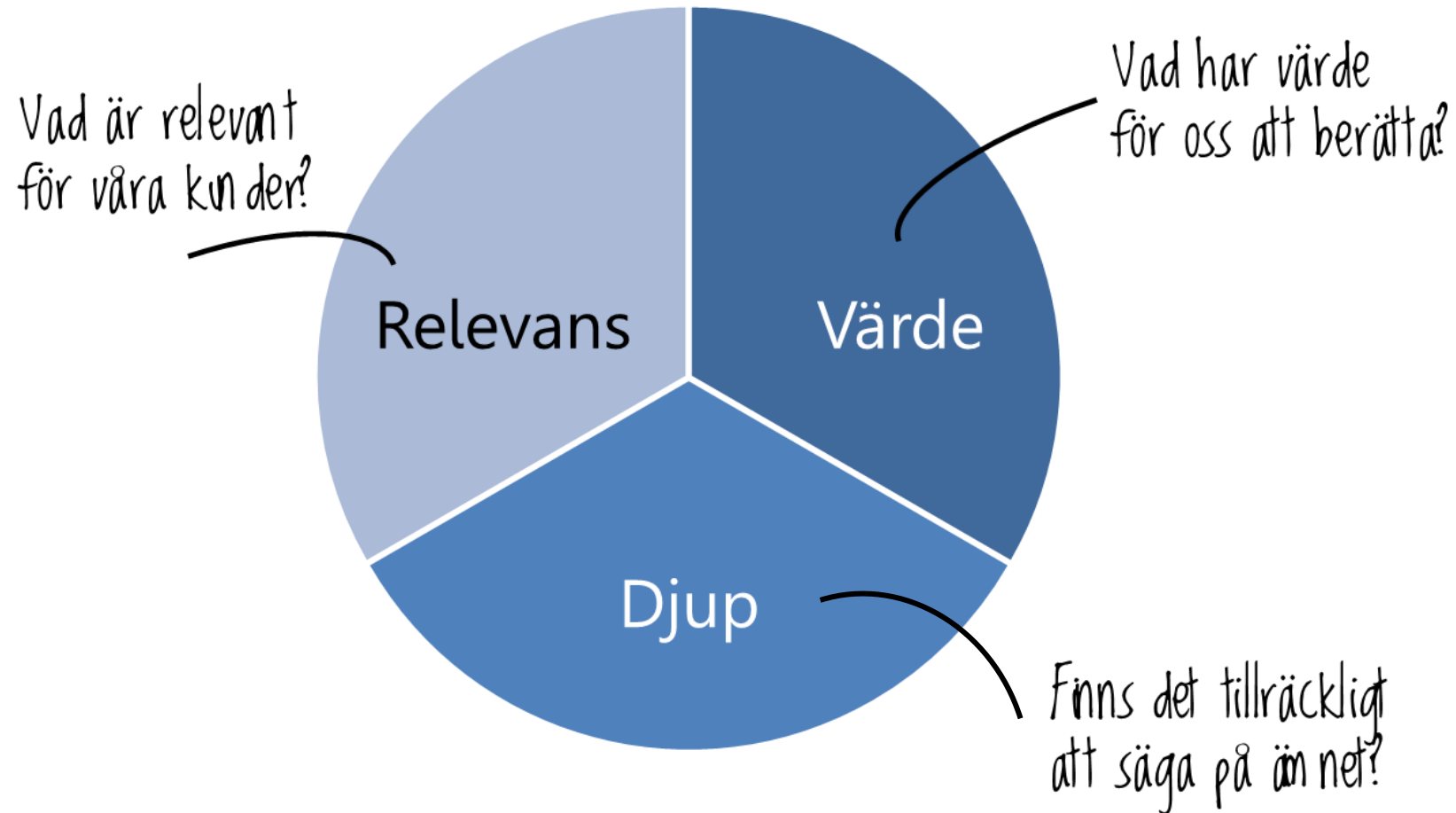
Kundutmaning

Vi har utmaningen att...
Jag brottas med...
Vi saknar...

Lösning

Vårt företag kan adressera utmaningen genom att...

Temat – den röda tråden



Synopsis

Utbildande, reflekterande, innehåll som befäster behov av förändring	Inspirerande, utbildande innehåll som synliggör lösningar och affärsmöjligheter	Erbjudande- och lösningsorienterat innehåll som befäster oss som det starkaste alternativet
Mål: Befästa probleminsikt och beslut om behov av förändring - Problem awareness	Mål: Befästa kunskap om möjligheter till lösning och fördelarna med vår typ av lösning – Solution awareness	Mål: Bevisa fördelarna med vårt sätt att adressera utmaningen – Brand and product awareness
Budskap SMS – en viktig del av operatörers intäkter SMS P2P-marknaden krymper pga nya prismodeller och hot från nya spelare Marginalerna och intäkterna krymper vilket påverkar ditt bottom-line result	Budskap SMS A2P-marknaden ökar kraftigt För att dra fördel av möjligheten behöver du agera nu! Du behöver förändra ditt erbjudande, din målgrupp, dina Go-to-marketmodeller etc. Så här gör andra operatörer Exempel på businesscase	Budskap Symsoft har produkter och tjänster som hjälper dig lyckas Symsoft Business Audit hjälper dig förstå och adressera din unika möjlighet Så här har vi hjälpt andra att lyckas med gott resultat

Att paketera berättelsen

Kundcase
82%

Bloggposter/
Artiklar
81%

Nyhetsbrev
81%

Event
81%

Video
79%

Whitepapers
Guider
71%

Infografik
67%

Webinars
66%

Online-
presentationer
65%

Rapporter
49%



MÖRDEGSKAKOR

Så smart! En grunddeg som kan bakas ut och smaksättas till många sorters småkakor.

Receptet gäller för 50 st

Ingredienser

200 g Arla® Svenskt Smör

1 tsk vaniljsocker

Gör så här:

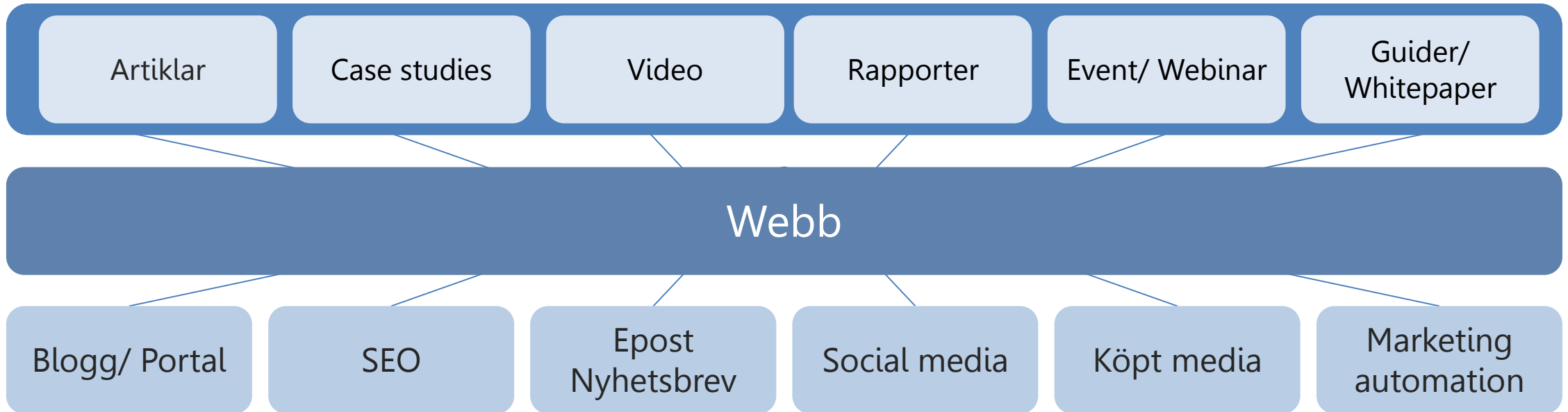
Arbeta ihop ingredienserna till degen i t ex en matberedare eller på arbetsbänk.

Platta ut degen. Läg degen på en plastpåse



Att nå ut med berättelsen

PAKETERING



AKTIVERING

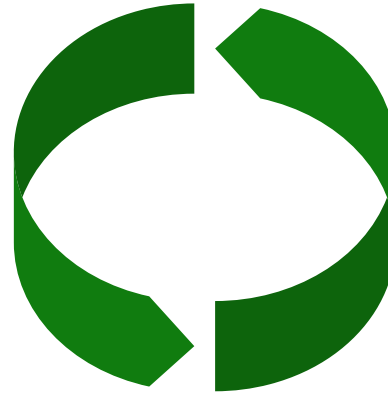
Tre-enigheten

Plattform

Content portal/ Blog

Content

Articles, videos, guides etc



Aktivering

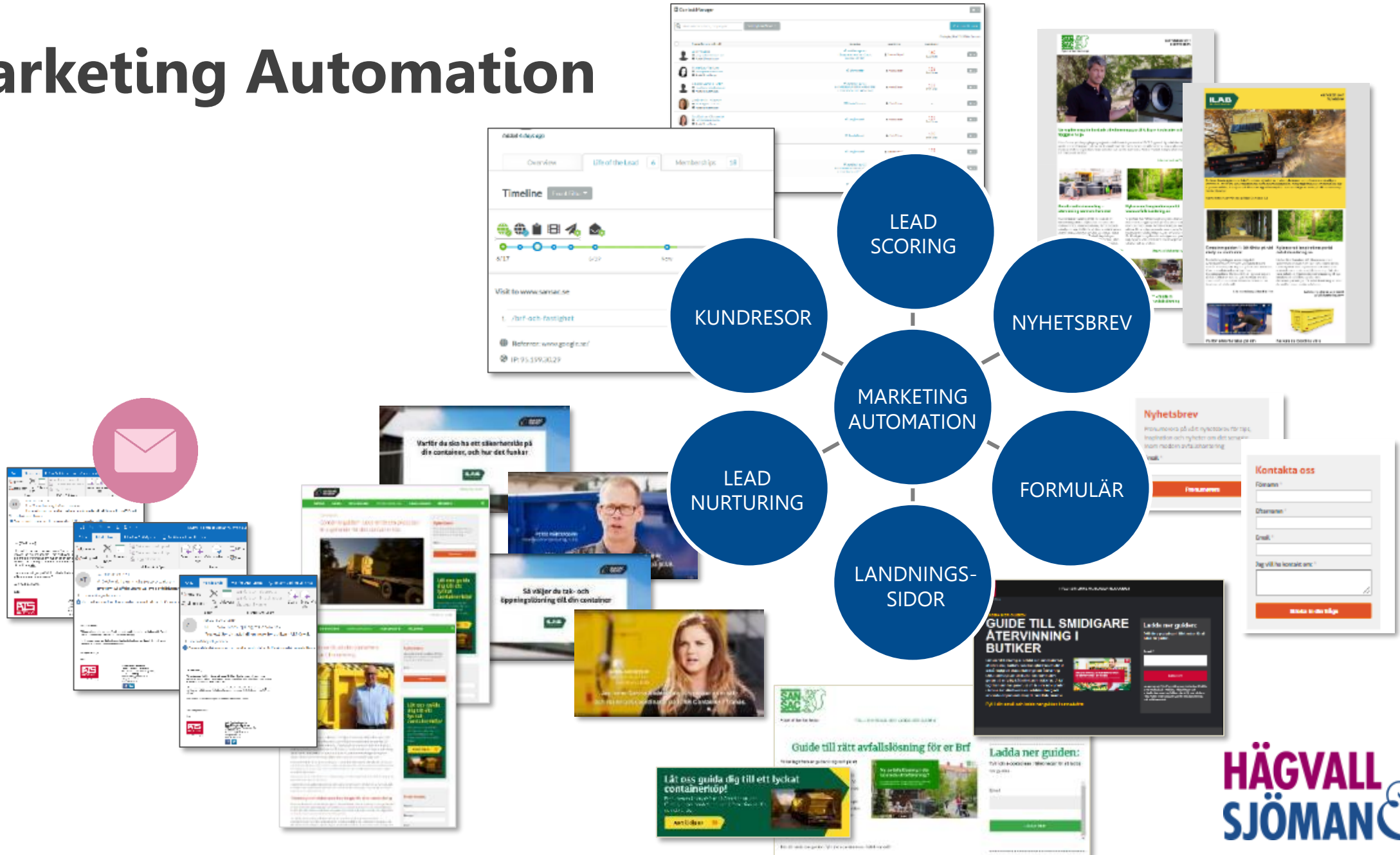
Newsletter, social media, events, lead nurturing campaigns



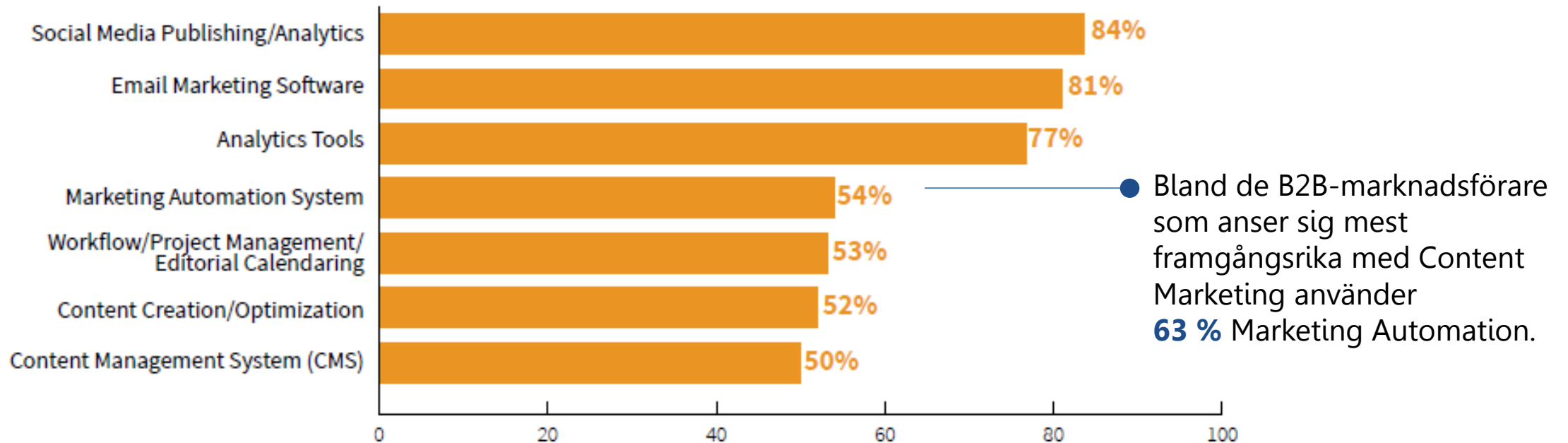
DISKUSSION

- Hur jobbar ni med att aktivera er content idag?
- Vilka verktyg och processer har ni stöd av i arbetet?

Marketing Automation

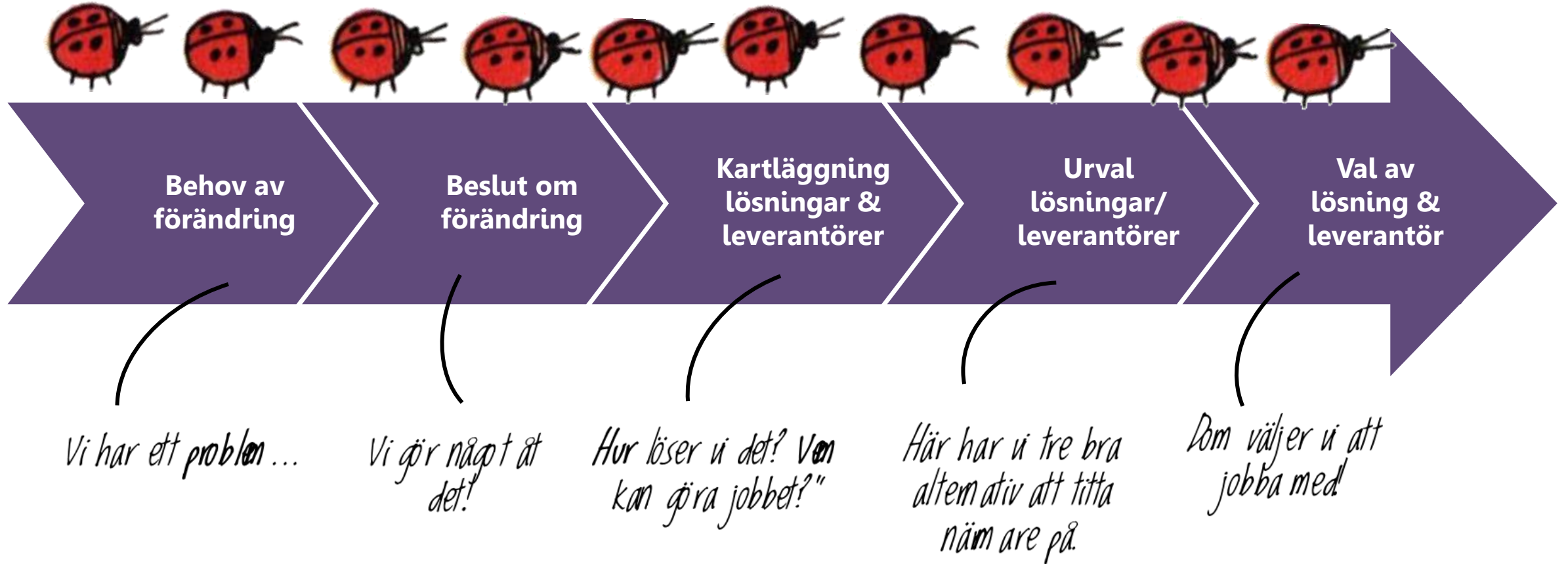


Types of Technologies B2B Marketers' Use to Assist With the Management of Content Marketing Efforts (All Respondents)

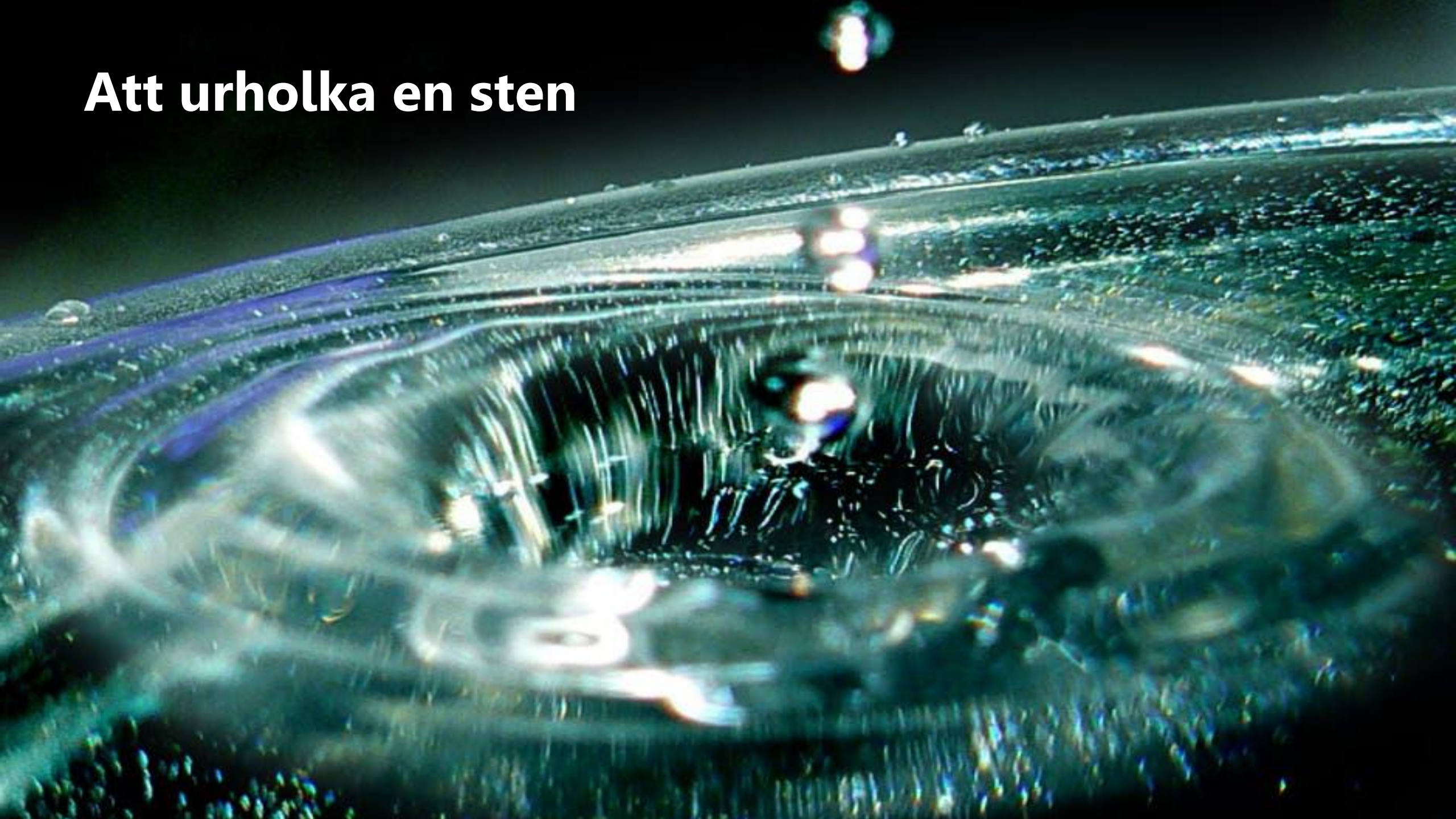


*Base: B2B content marketers whose organizations use one or more of the technologies listed. Aided list; multiple responses permitted.
2019 B2B Content Marketing Benchmarks, North America: Content Marketing Institute/MarketingProfs*

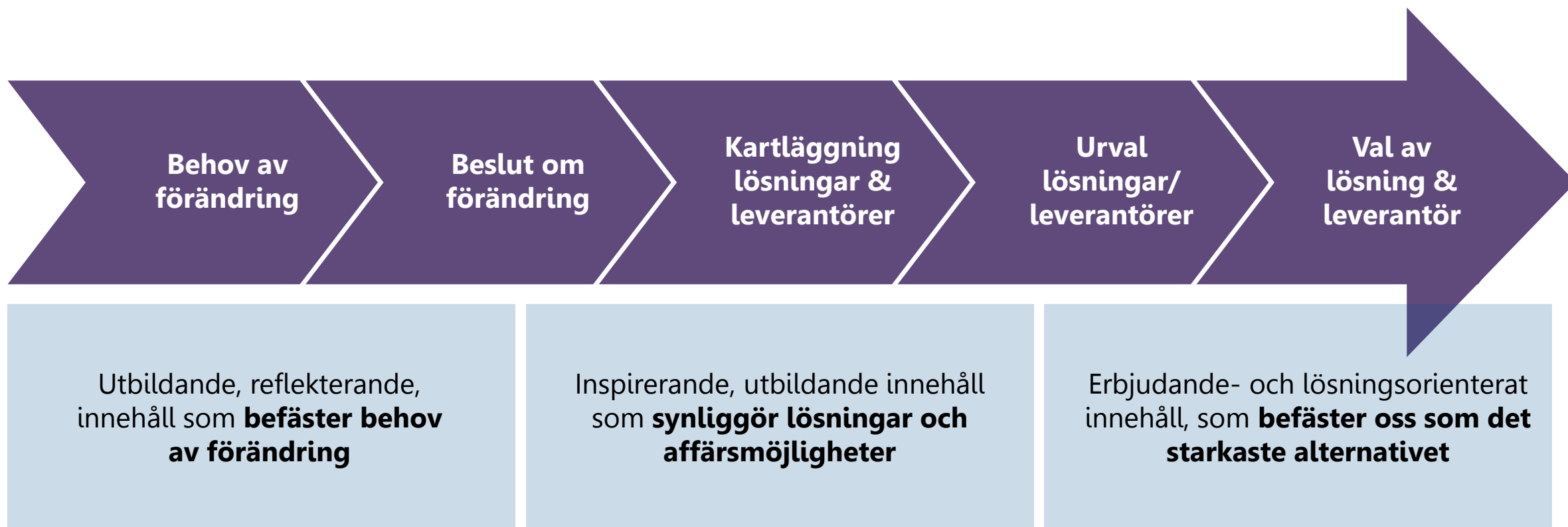
Kundens köpresa



Att urholka en sten



Hjälp på vägen



Lead nurturing för en intressebaserad köpresa

Landningssida



Guide

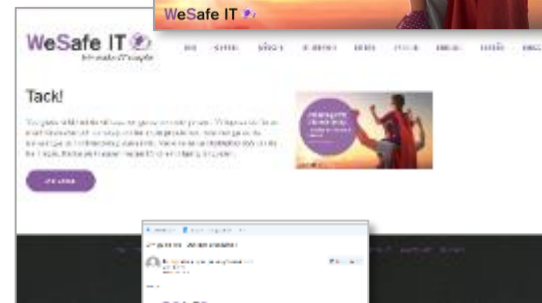


Lead nurturing för en intressebaserad köpresa

Landnings sida



Guide



Tacksida



Lead nurturing för en intressebaserad köpresa

Webb-
artiklar



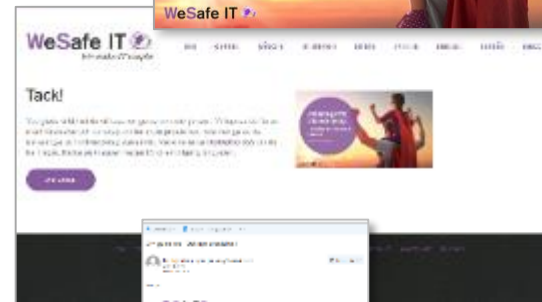
CTA



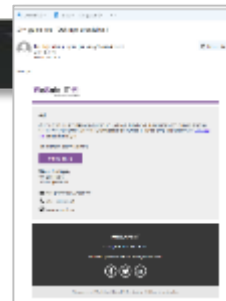
Landningsida



Guide



Tacksida



Lead nurturing för en intressebaserad köpresa

Webb-
artiklar



CTA

Landnings-sida



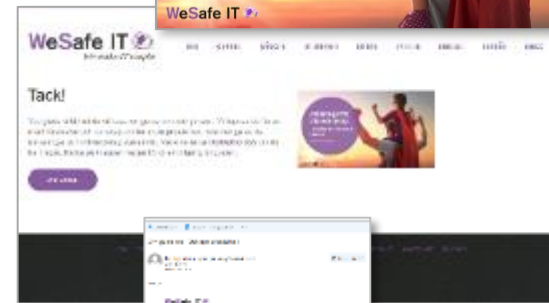
Guide



Sociala
medier

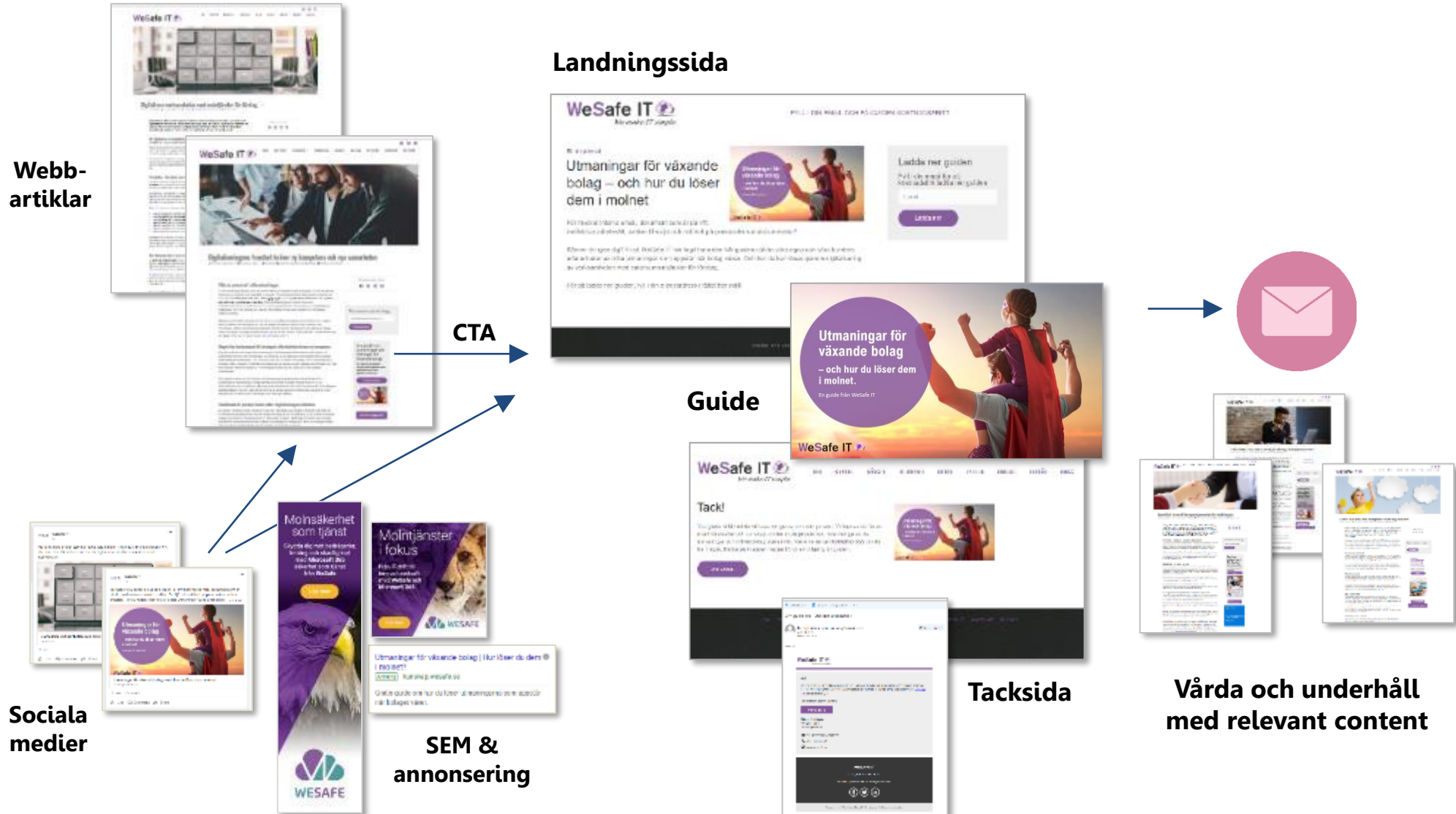


SEM &
annonsering



Tacksida

Lead nurturing för en intressebaserad köpresa



Lead nurturing för en intressebaserad köpresa

Webb-
artiklar

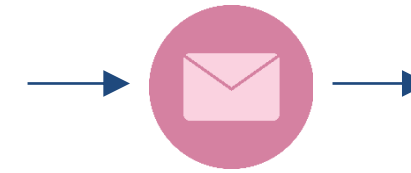


CTA

Landningsida



Guide



Personlig kontakt när
kunden är redo



Sociala
medier



SEM &
annonsering



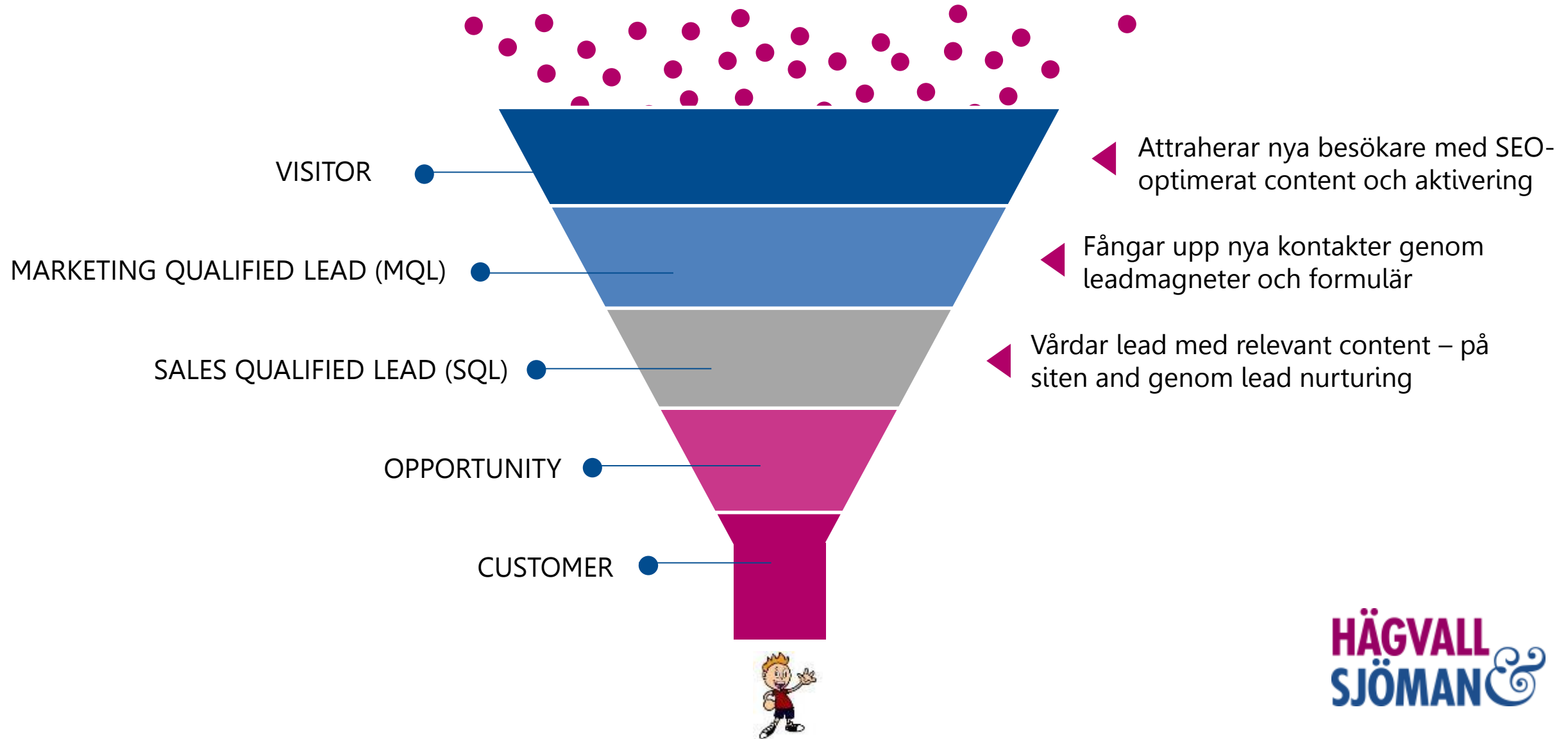
Tacksida



Vårda och underhåll
med relevant content

HÄGVALL
SJÖMAN

Content marketing och säljtratten



A close-up photograph of two bright blue eggs nestled in a bed of dry, brown straw. The eggs are positioned side-by-side. The egg on the left has the text 'Marketing Automation' written on it, and the egg on the right has 'Content Marketing' written on it. The background is a soft-focus view of the straw nest.

**Marketing
Automation**

**Content
Marketing**

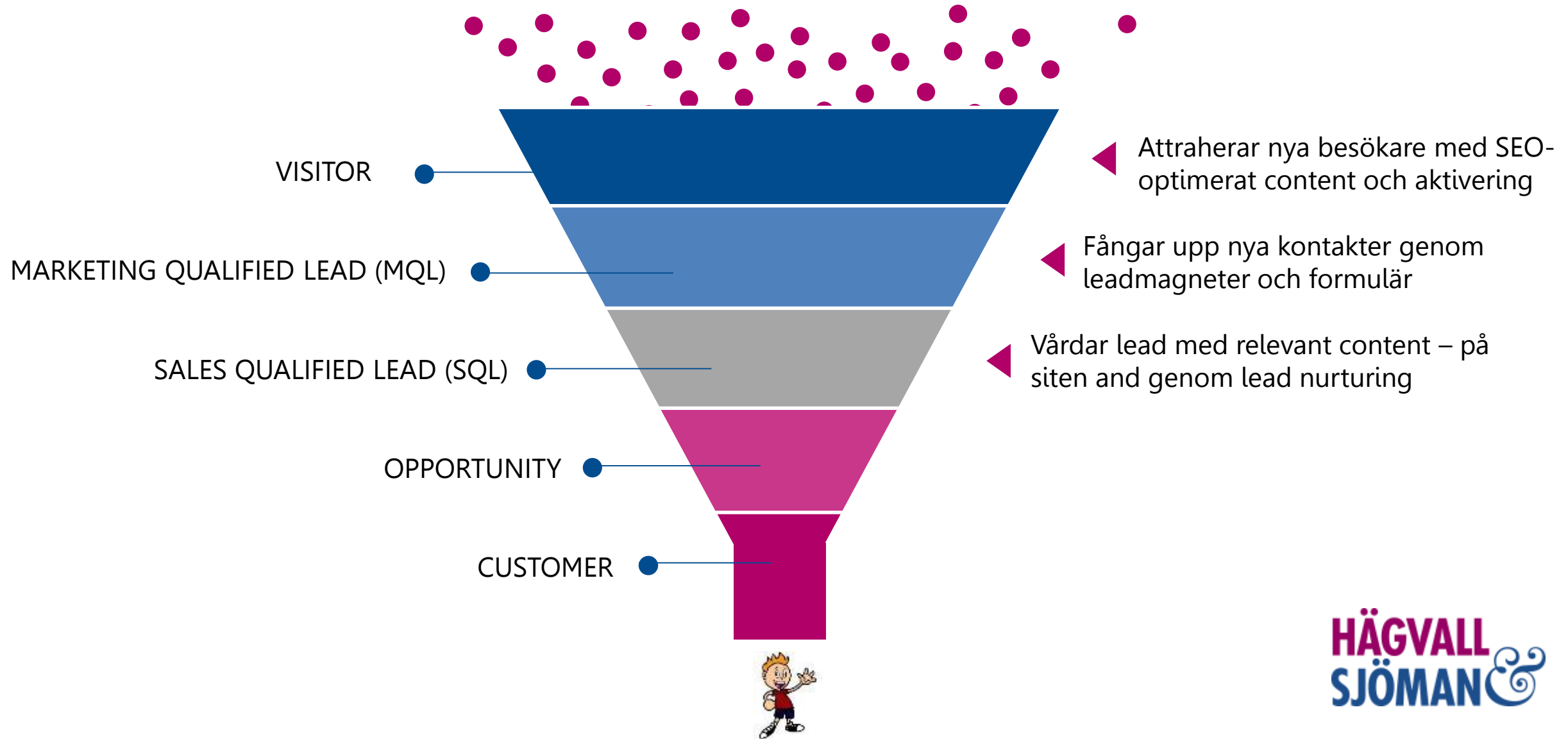
Från kampanj till "always on".

Från kostnad till investering.

DISKUSSION

- Vad krävs för att vi ska kunna se content marketing som en investering, inte en kostnad?

Content marketing och säljtratten



Gapet mellan marknad och sälj



Samarbete mellan marknad och sälj

Marknadsavdelningen

- Definiera när leads är redo att lämnas över till sälj
- Identifiera leads som behöver vårdas mer innan de är redo att överlämnas till sälj
- Mäta mängden leads och mäta förbättring över tid
- Öka kvantiteten leads och identifiera köpare som är "sjävlärande"
- Gemensamt utvärdera kvaliteten på leads till sälj

Säljavdelningen

- Definiera när leads är redo att tas över från marknad
- Prioritera säljarbetet så att de hetaste leadsen kontaktas först
- Starta säljkonversationer baserat på lead score och insikter från lead nurturing-processen
- Hitta dolda försäljningsmöjligheter
- Gemensamt utvärdera kvaliteten på leads från marknad

Marknad och sälj i balans



Vi hörs!

Malin Sjöman | malin@hagvallsjoman.se

[@MalinSjoman](#) | [linkedin.com/in/malinsjoman](https://www.linkedin.com/in/malinsjoman)

[slideshare.net/MalinSjoman](https://www.slideshare.net/MalinSjoman)

hagvallsjoman.se/blog