

EN GUIDE OM

Värdeskapande försäljning

SLUTA SÄLJ - BÖRJA SKAPA VÄRDE



MICHELLE
DANDENELL

Hjälp dina kunder att köpa!

Inbound Marketing är en digital Marknadsföringsstrategi som utmanar traditionell marknadsföring och försäljning och är mer anpassad efter hur våra potentiella kunder själva söker information på nätet för att fatta beslut.

Vad har förändrats mot tidigare?

Idag har vi mycket högre förväntningar att snabbt hitta den information vi behöver och när vi behöver den. Enligt Gartner Group sker idag 83% av köpresan på egen hand, utan kontakt med någon säljare. Marknadsavdelningen har större del av säljansvaret och säljvdelningen har en del i marknadsarbetet. Visst vore det drömmigt om marknad- och säljvdelningarna alltid tog varandra i hand i kundresans alla steg?! Smarketing??

Det handlar ju om att förtjäna uppmärksamhet genom att ge av vår kunskap och erfarenhet – kunderna vill kunna lita på oss, känna att de gör ett bra val - och tillsammans gör vi det bättre.

Ge din målgrupp värde, mer värde ännu mera värde så kommer kunden av sig själv!

...och?

Inbound marketing är en metod för att hjälpa, vägleda och utbilda snarare än att traditionellt sälja. Genom hela köpresan förstärks relationen och dina leads får en större och mer positiv bild av dig som leverantör.

Inbound marketing är metoden som attraherar nya kunder i en digitaliserad värld. Senaste åren har vi sett en stor förändring i hur konsumenter (både B2B och B2C) gör sina köpbeslut. Istället för att ta kontakt med företag och säljare vänder man sig till nätet för att göra sin egen research i ett första skede. Kunden är idag på så sätt mer påläst och kan ställa relevantare frågor.

Hela 70% av ett köpbeslut görs innan man tar kontakt med en säljare. Det betyder att företag inte längre kan göra affärer på traditionellt vis där sälj- och marknadsavdelningarna jobbar i separata silos - där säljavdelningen driver affärerna och marknadsavdelningen ses som en kostnad. Istället behöver man utgå ifrån de frågor, problem och smärta som målgruppen har och möta dessa utmaningar med värdefull content som hjälper och utbildar kunden.

När de väl blivit kunder så ska leverans och service vara i världsklass. Nu gäller det att behålla och utveckla din kund genom att bl. a "wow:a" kunden, dvs du tar fram en plan för att ge riktigt bra kundupplevelser och som genererar ett ökat värde som ger nöjda kunder. Att wow:a sin kund gör det möjligt att kunna erbjuda mer samt få rekommendationer.

Inbound v.s outbound

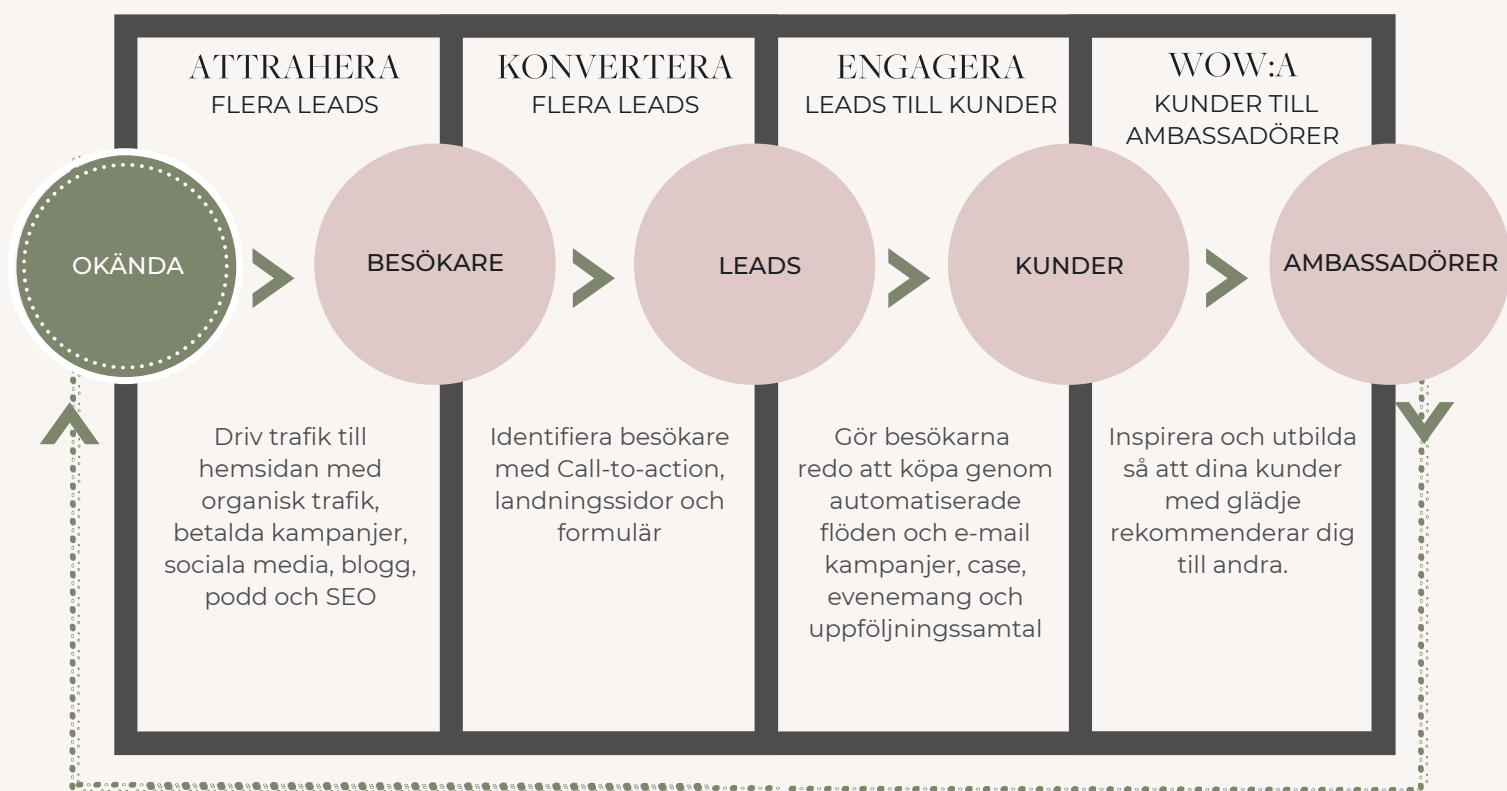


För att lyckas med Inbound Marketing behöver du vända upp och ned på tillvägagångssättet mot vad du tidigare är van vid. Inbound Marketing innebär att du behöver **förtjäna** kundens intresse och att byta ut traditionell reklam mot att erbjuda värde i det ni kommunicerar. Sociala medier, bloggar, guider, video, podcasts och webinarier är viktiga delar i din marknadsföring- och säljstrategi, och tjänar samma syfte: att nå kunden på ett sätt som väcker intresse så att du är top-of-mind när kunden väl är i köpläge.

Med en bra strategi och rätt content kommer du snart att märka att potentiella kunder hittar er och inte tvärtom. Och inte nog med det, de talar om er när inte ni är där! Att skaffa sig ambassadörer är en bra och billig strategi för att få mer synlighet och öka ert förtroende.

Inbound Marketing handlar om att kunden kvalificerar leverantören istället för att säljaren kvalificerar kunden. Det skapar varumärken som människor tycker om och framför allt, som bygger försäljning på ett helt nytt sätt!

De fyra stegen i köpprocessen med Inbound Marketing



Inbound marketing hjälper dig att **förtjäna** kundernas uppmärksamhet, gör företaget **lätt att hitta till** och utbildar kunden genom köpprocessen.

Med hjälp av intressant och **värdeskapande content** som skapar **förtroende och auktoritet** för dig som person och ditt företag. Helt enkelt det som är avgörande för kunden när de är i ett köpläge.

Målsättningen är **fler kunder via varma leads**.

Nya sätt ger nya resultat



Med rätt strategi och genomförande kommer Inbound marketing hjälpa dig att:

1. Få in fler leads som kommer visa sig vara långt in i köpprocessen och därmed mer köpbenägna än i tidigare säljprocess.
2. En effektivare säljprocess. Nu är tiden för "cold-calls" förbi och du har olika strategier i din automatiserade säljprocess för att attrahera in nya leads/kunder.
3. Fokus på att bygga din e-postlista och "äga" dina leads själv.
4. Bättre närvaro och aktivitet i sociala medier.
5. Högre SEO ranking (förutsatt en webbplats är SEO:ad).
6. Fler följare och prenumeranter och en starkare relation till era mest trogna kunder.
7. Sist men inte minst; med hög närvaro i sociala medier och e-mail utskick bygger du ett starkare varumärke och avancerar i förtroende- och auktoritetstrappan. Vad det innebär? Bland annat större tillväxt, nöjdare och klokare kunder!



Tack för att du vill läsa denna guide och jag hoppas att den gav dig nya tankar och idéer.

Du hittar fler guider, bloggar och erbjudanden på min hemsida [här](#).

Lycka till nu!

Michelle

Jag hjälper företag, ledare och entreprenörer att utveckla och transformera starka och vinnande varumärken som får deras affär och person att växa.

**MICHELLE
DANDENELL**