



**B2B MARKETING
THE CONFERENCE**

30. marts 2022

**STÅ
KNIVSKARPT
ELLER
FORSVIND**

nørgård mikkelsen

- Kommunikations- og mediebyureau
- + 80 medarbejdere fordelt på kontorer i Odense og København
- 100 % danskejet
- BtB, BtC, Retail & Finans/service
- Top 3 over danske byureauer

Vækst for brands
Værdi for mennesker





ET UDPLUK AF B2B-KUNDER

netcompany

Schneider
Electric

CHR HANSEN

DAXIOMATIC

Danica Pension



C.C. JENSEN

SKY-WATCH



Unilever

AO

alumeco
Group

Arla Foods Ingredients

EXHAUSTO

BYGMA

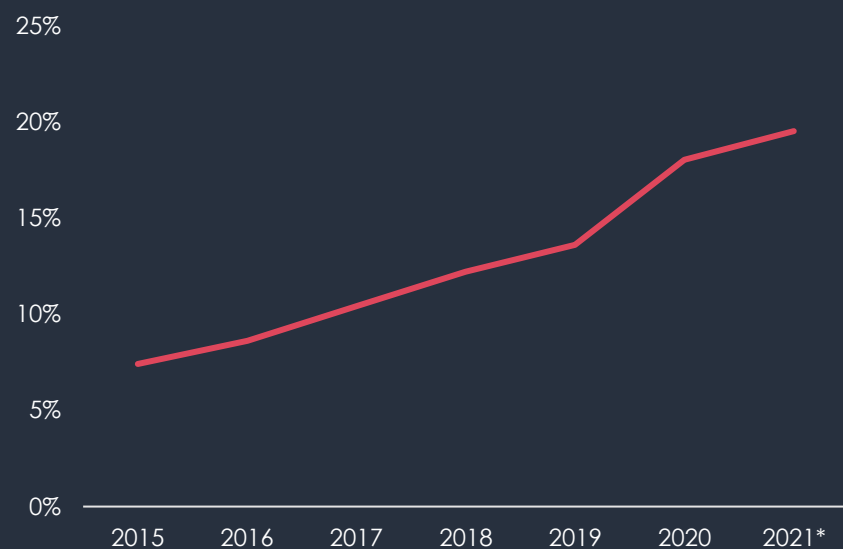


HENRIK REWES, PARTNER

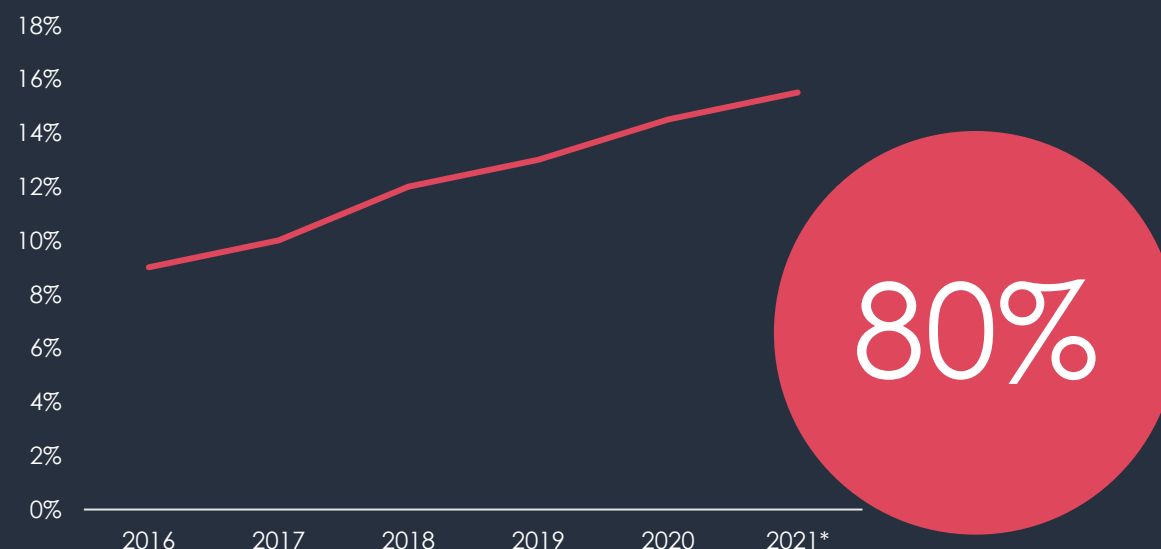
- Direktør for digital strategi og innovation
- Henrik.rewes@nmic.dk
- +45 42 52 22 23
- <https://www.linkedin.com/in/rewes/>

KUNDEREJSEN DIGITALISERES

E-COMMERCE SHARE OF TOTAL GLOBAL RETAIL SALES



E-COMMERCE SHARE OF TOTAL B2B SALES IN THE UNITED STATES

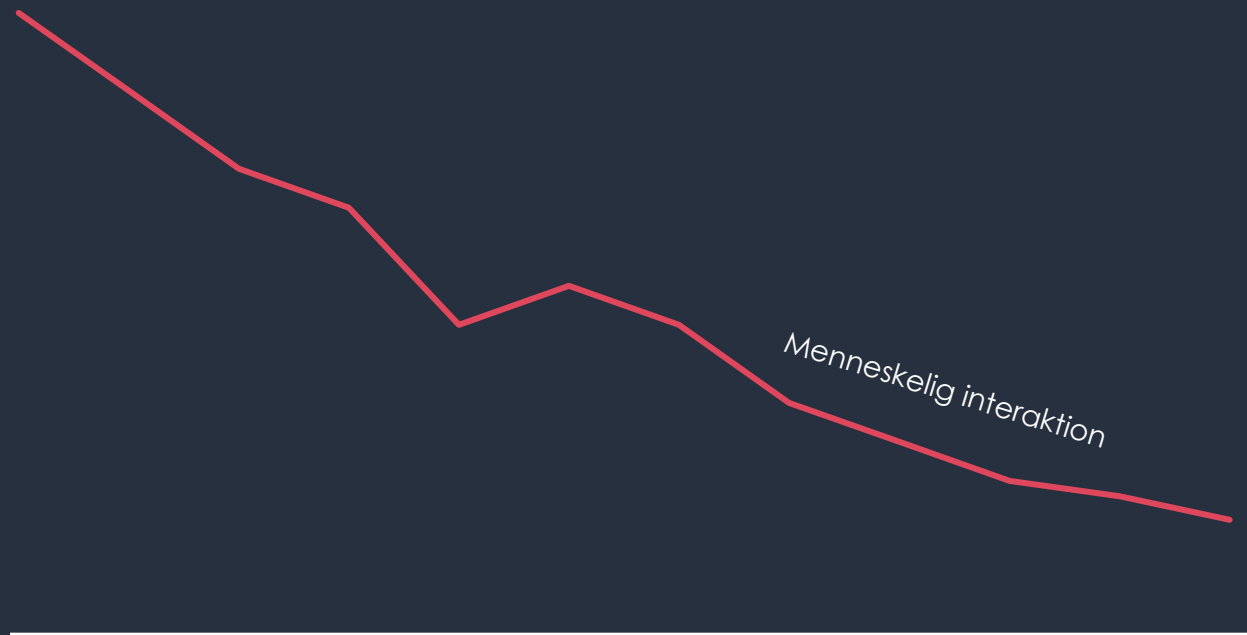


*Estimate. Source: Statista 2021



Graden af menneskelig interaktion falder på tværs af kunderejsen.

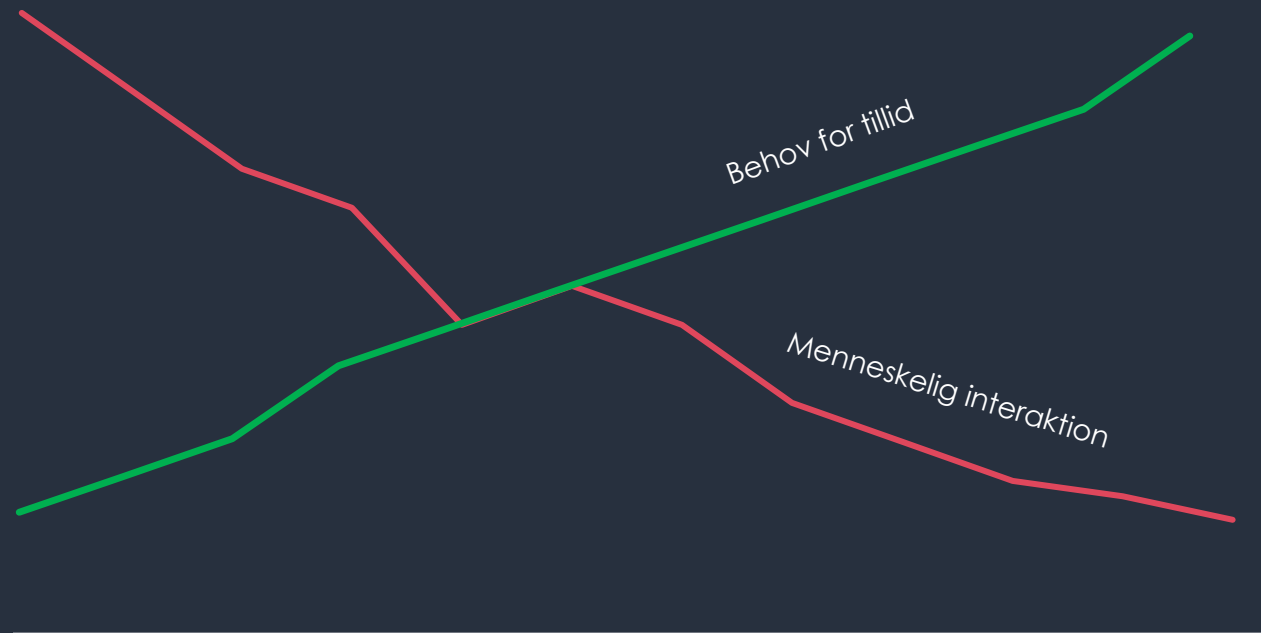
Det udfordrer relationen og tilliden.





Graden af menneskelig interaktion falder på tværs af kunderejsen.

Det udfordrer relationen og tilliden.



KAM'EREN HAR VÆRET BÆRER AF B2B-BRANDET

- Han har været ansigtet, skabt troværdighed og forståelse
- Han har indhentet markedsindsigter
- Han har holdt styr på kundernes modenhed



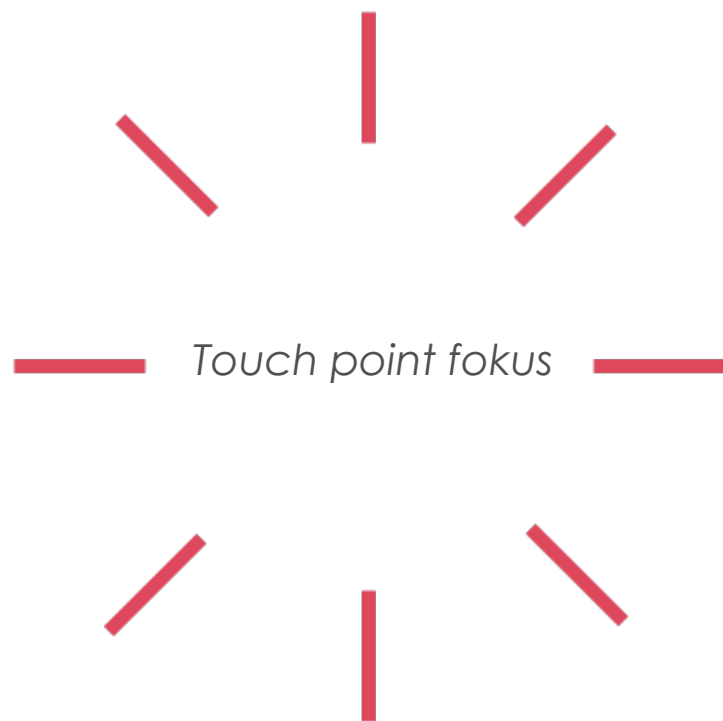
A pair of hands is shown from the bottom, holding a realistic globe of the Earth. The globe is centered on the Atlantic Ocean, showing parts of North and South America on the left and Europe and Africa on the right. The background is a clear, light blue sky. In the top right corner, there is a small red L-shaped logo.

Definition på brand

Brand handler om tillid.

Et udtryk for hvor stærk en relation man har til omverdenen

TOUCH POINT VS SYNERGY





”

TID OG OPMÆRKSOMHED
ER DET VIGTIGSTE,
VI KAN GIVE HINANDEN.

JO MERE TID,
JO STÆRKERE RELATION



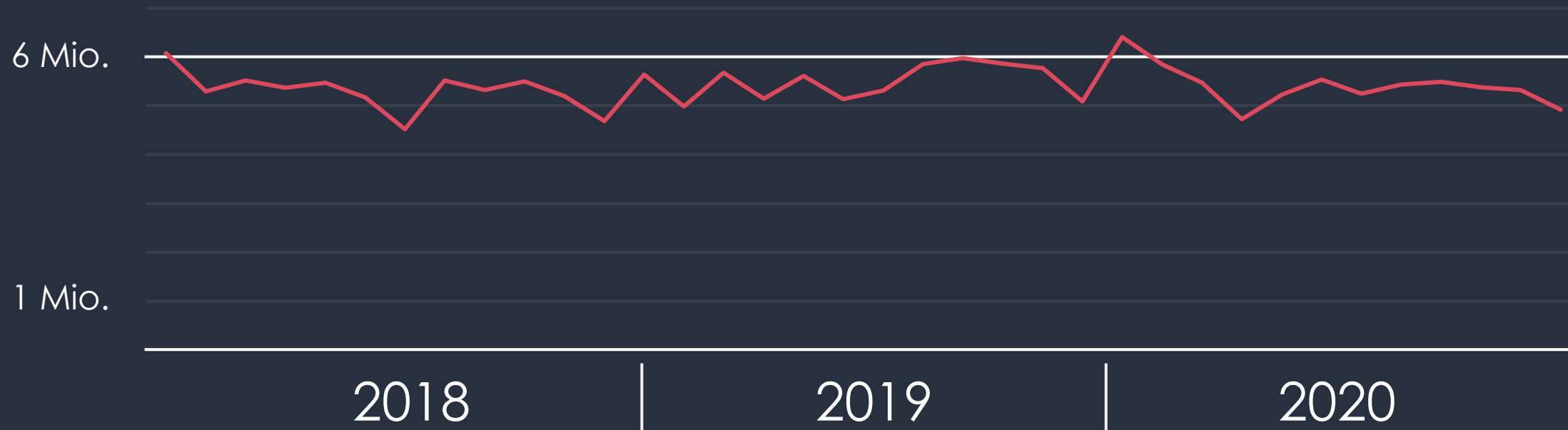
HVAD SKABER TILLID?

1. Kompetence
 2. At man er ordentlig og har høj etik
-



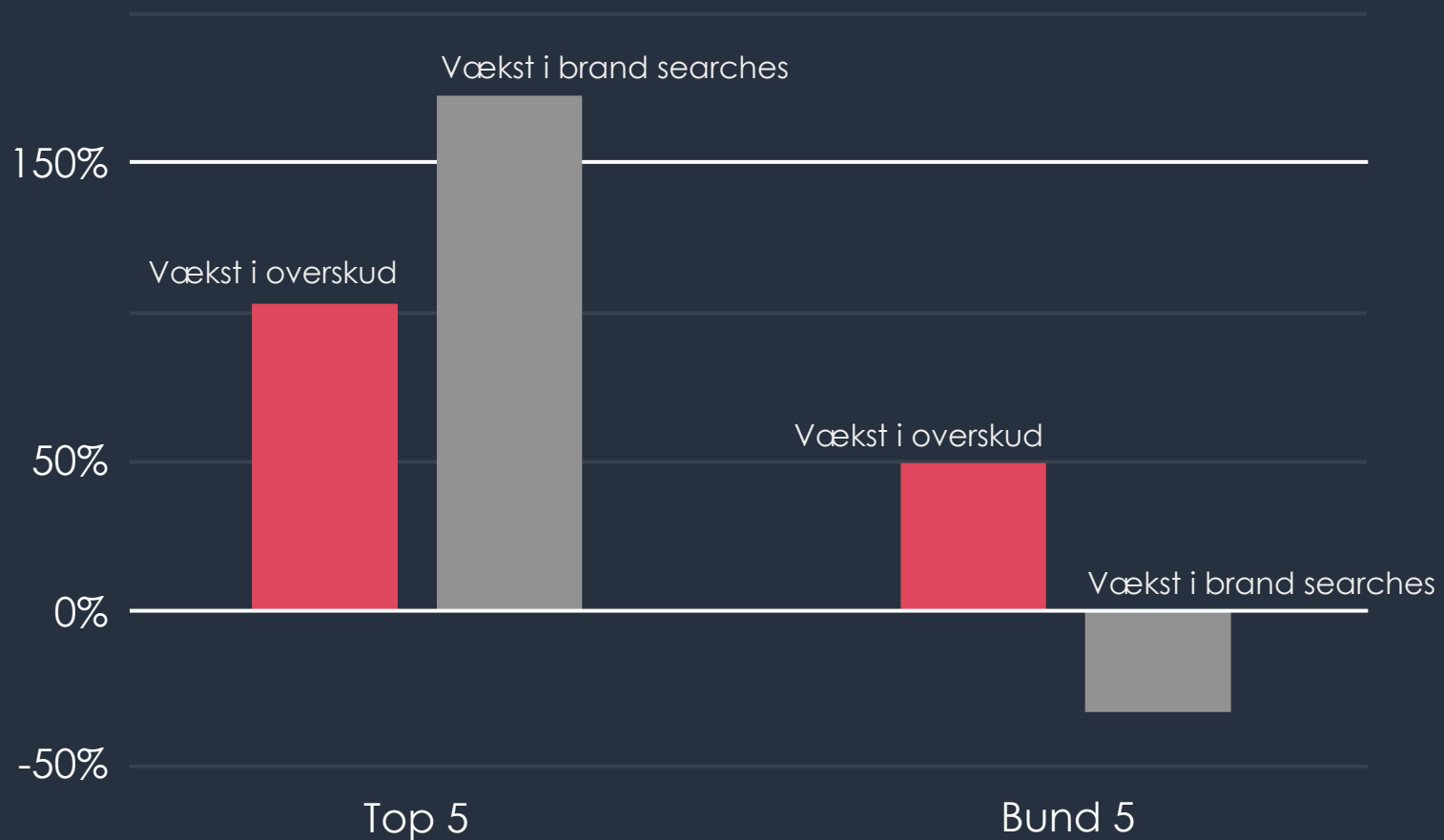
VI HAR IKKE HELT FANGET DEN ENDNU

Månedlige søgninger efter danske B2B-brands i Google



ER DER EN SAMMENHÆNG MELLEM BRAND OG OVERSKUD?

Top 5 brand search udvikling hos 500 største danske B2B-virksomheder 2017-2020





HVAD KAN MAN SÅ GØRE?





POSITIONING

*"Who you are. What you do.
Why it matters"*

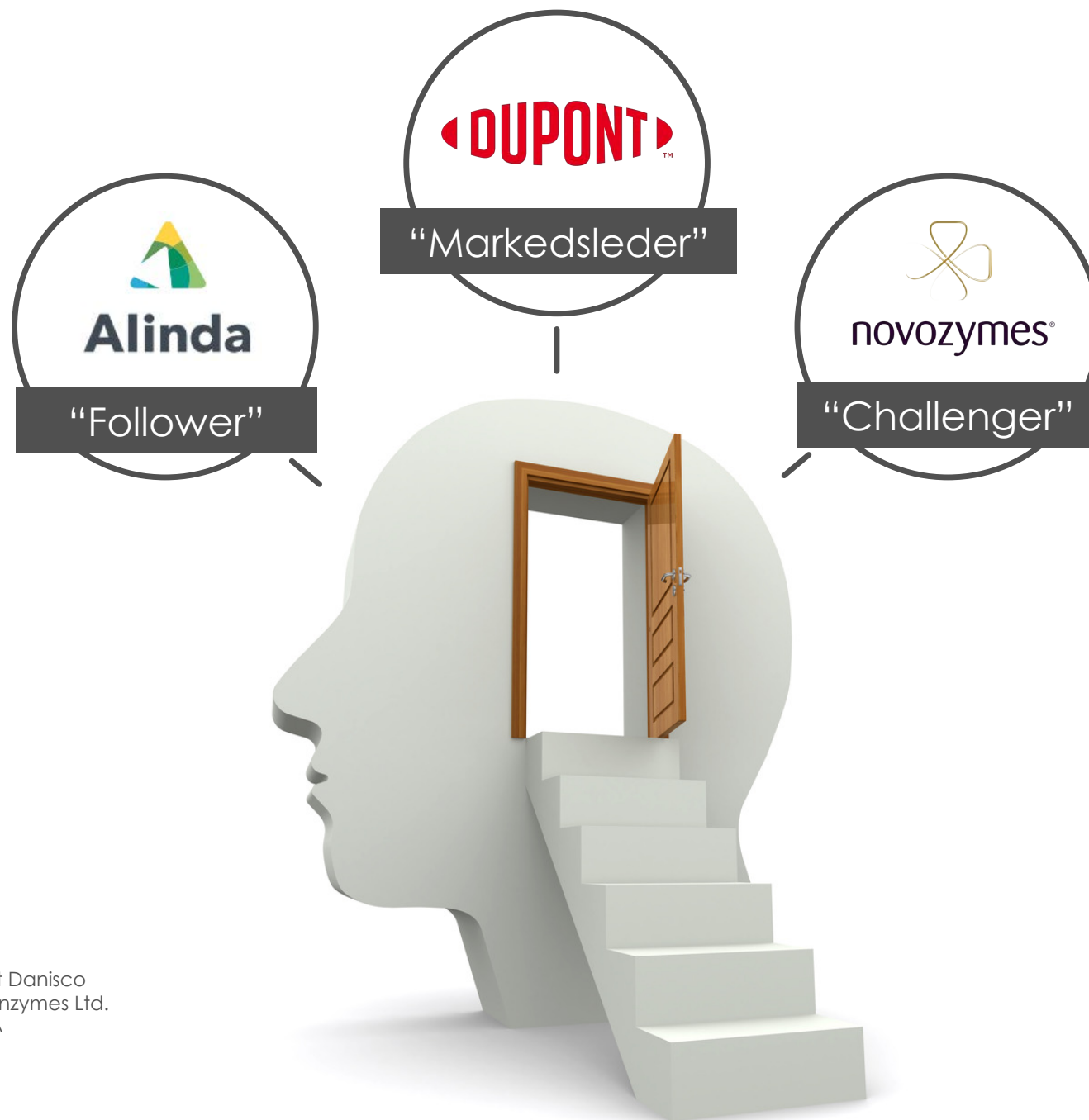


DE 3 OVERORDNEDE POSITIONER

En række internationale studier har vist, at der i enhver given kategori kan skabes 3 klare positioner i indkøbernes bevidsthed.

Food enzyme category

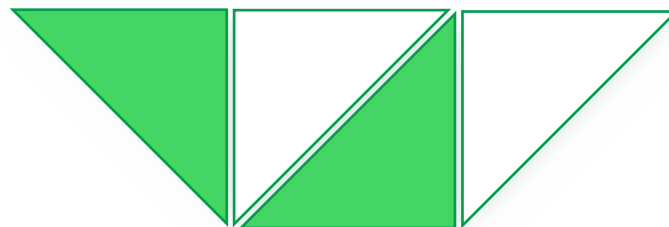
Koninklijke DSM N.V. / Novozymes / AB Enzymes / Aum Enzymes / DuPont Danisco
Amway / Nutritech / AB Enzymes / Roche / Amano Enzyme Inc / Maps Enzymes Ltd.
VEMO 99 Ltd. / Stern Enzym GmbH & Co. KG / Mirpain / Alinda-Velco S.A



MARKET DRIVERS

FLEKSIBILITET

1 Det differentierer vi os på

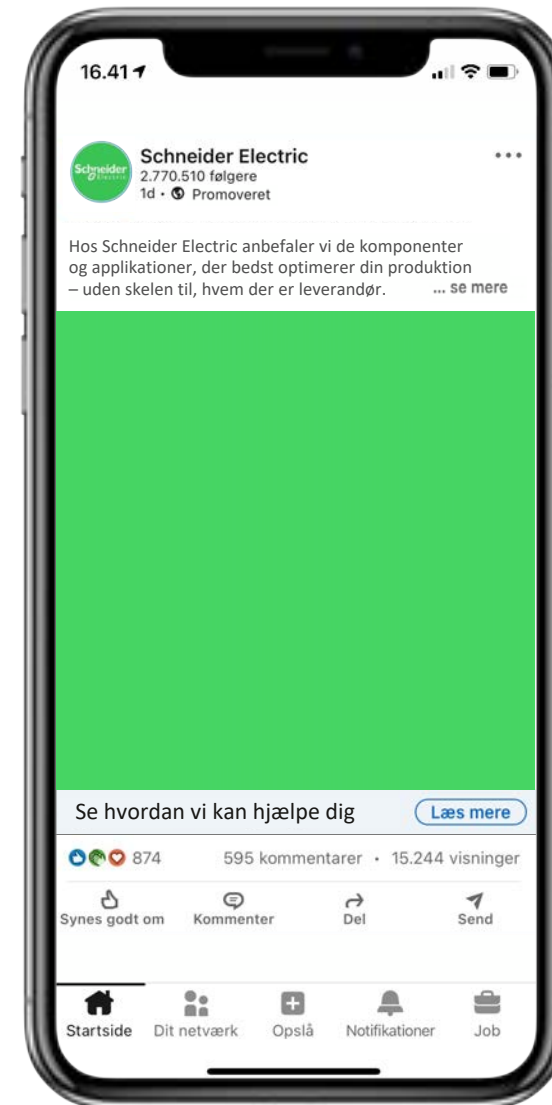
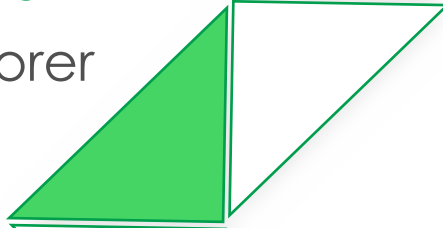


Løsninger, rådgivning,
software, hardware

2 Det konkurrerer vi på

Levering, garanti,
service, bæredygtighed

3 Hygiejnefaktorer



KUNSTEN AT FORENKLE DET KOMPLEKSE OG FORSTÆRKE DET VÆSENTLIGE

*HubSpot: Tech you need
to help your business
grow effectively*



Marketing Hub

Marketing automation software.

[Free and premium plans →](#)



Operations Hub

Operations software. [Free and](#)

[premium plans →](#)



Sales Hub

Sales CRM software. [Free and](#)

[premium plans →](#)



CMS Hub

Content management system

software. [Premium plans →](#)



Service Hub

Customer service software. [Free](#)

[and premium plans →](#)


HubSpot
grow better

VALUE PROPOSITION



A/B testing without tech headaches



Be more productive at work with less effort



The world's No. 1 CRM



Simplified project management



Anyone, anywhere, can start a business





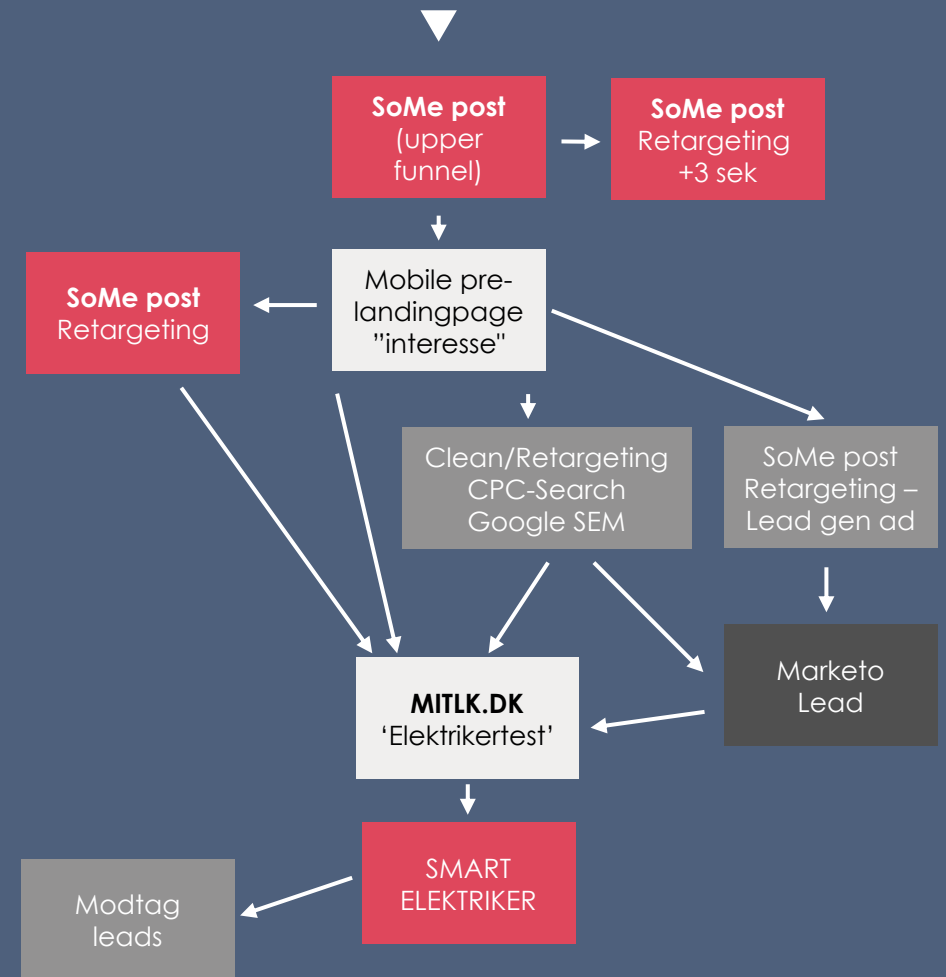
CUSTOMER JOURNEY

*"A brand is a story unfolding
across touch points"*

MINDSETTET



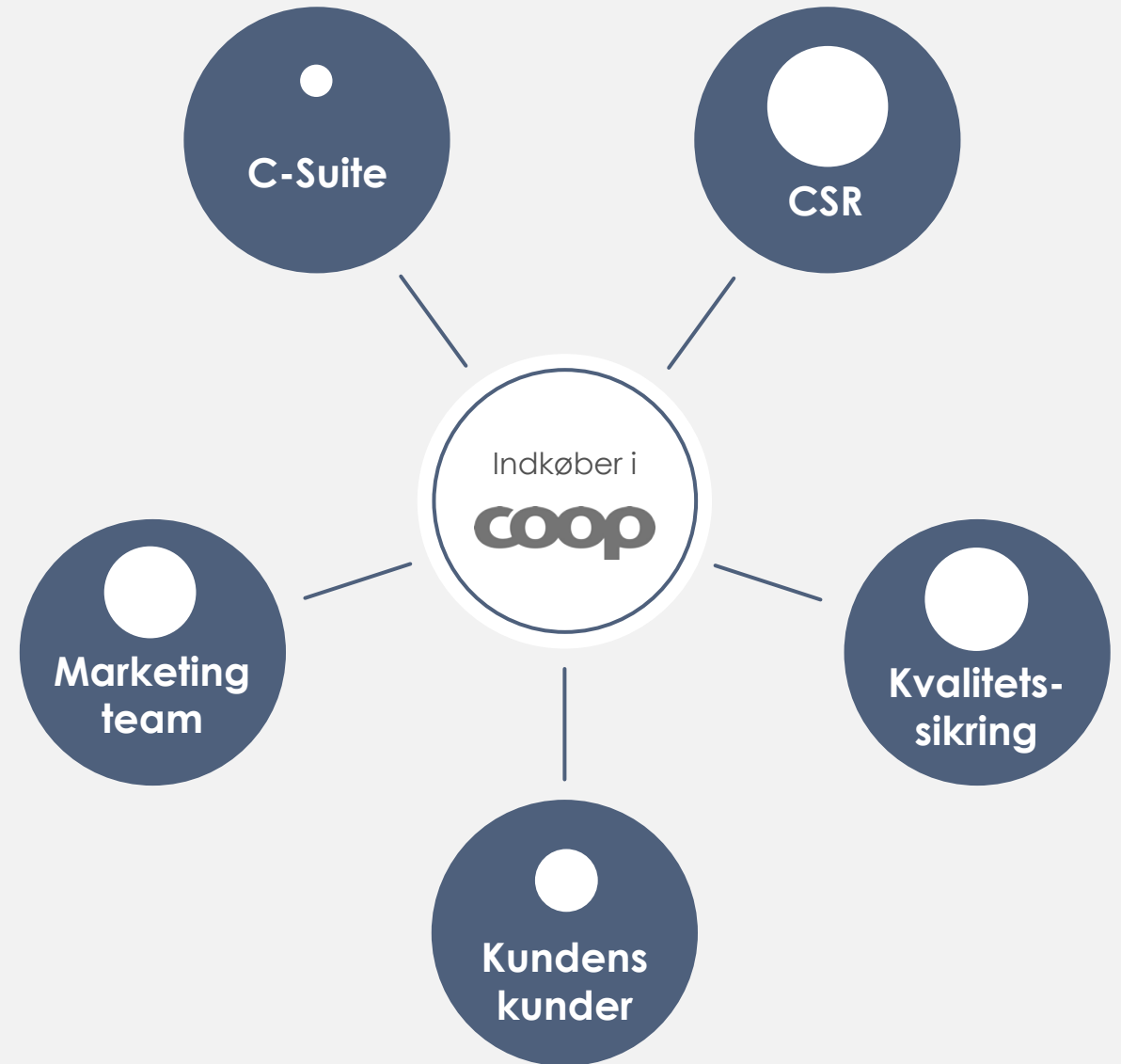
ØKOSYSTEMET



FORSTÅR DU KUNDENS VERDEN OG DAGLIGDAG?



Lenovo™ USERS HAPPEN



BYG PERSONAER



CEO

Hvad skal vi kommunikere?

- Økonomiske fordele ved øget digitalisering og automation i produktionen.
- De "positive bivirkninger".
- Digitalisering som afsæt for den grønne omstilling.
- Cases som viser branchespecifikke fordele ved automatisering og digitalisering (Fx Yield).



CTO

Hvad skal vi kommunikere?

- Innovation indenfor tematikker som digitalisering og automation.
- Cases og beskrivelser af hvordan "min dagligdag bliver nemmere eller smartere".
- Guides og visualiseringer af data, der kan hjælpe med at oversætte tekniske funktioner til værdi for forretningen.
- Historier om den gode support og det gode samarbejde.



Programmørerne

Hvad skal vi kommunikere?

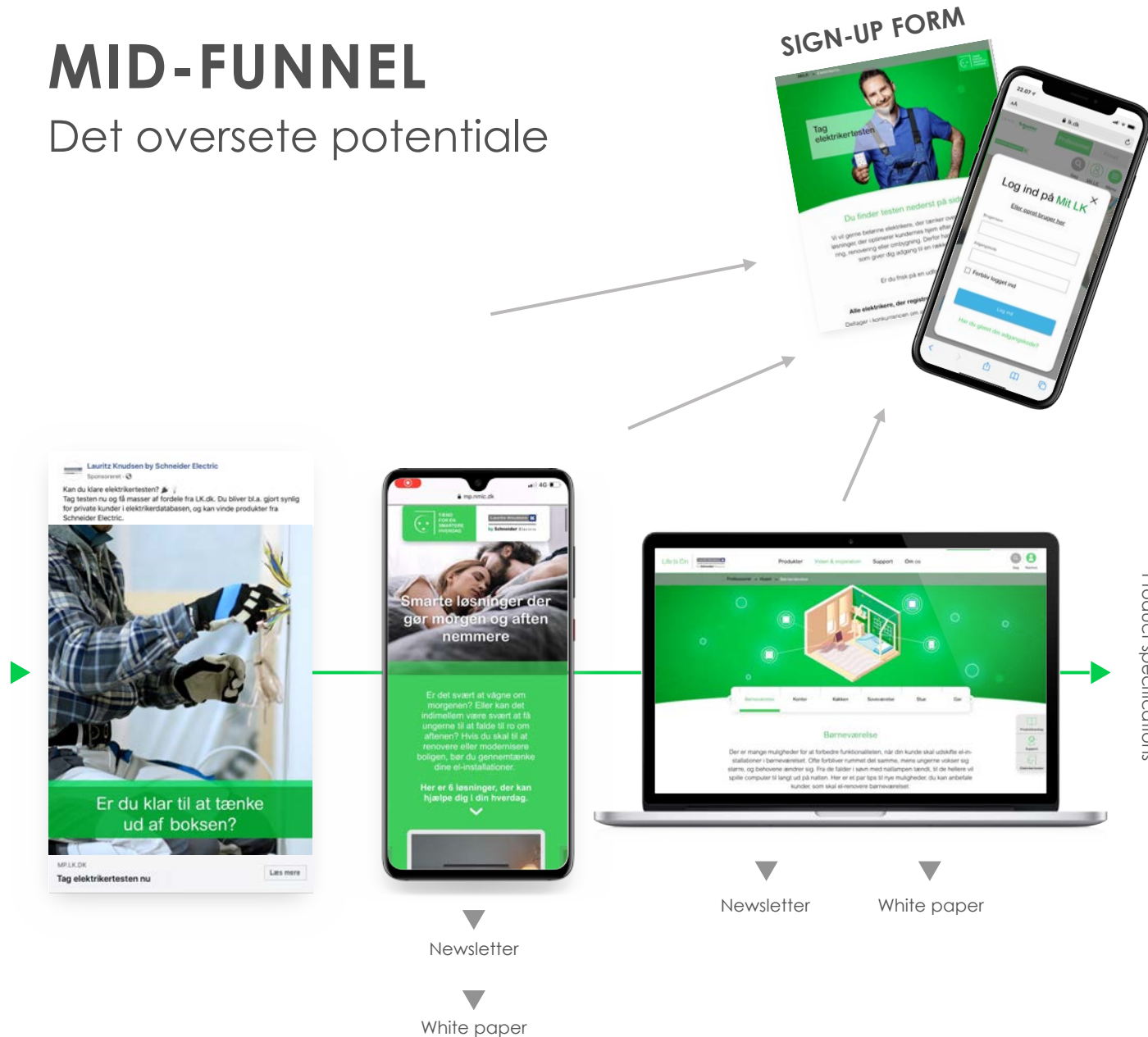
- Historier og cases om hvor nemt det er at tilkoble og arbejde med Schneiders løsninger.
- Dagligdagsfordele ved intelligente løsninger, digitalisering og automation.
- Historier om den gode support og det gode samarbejde.

← Forretningsfokus

→ Teknikfokus

MID-FUNNEL

Det oversete potentiale



A

Indtrækker

Facebook/LinkedIn ads



B

Pre-landing page

Dynamic maturation page



C

Campaign site

Restructuring of existing page



D

Sekundære loops

Newsletter + White paper



E

Sign-up til test

Kampagnens primære KPI

KUNDENS AGEREN SKABER MULIGHEDER

Mød dem hvor og når deres
mindset er mest muligt sporet
ind på din kategori.

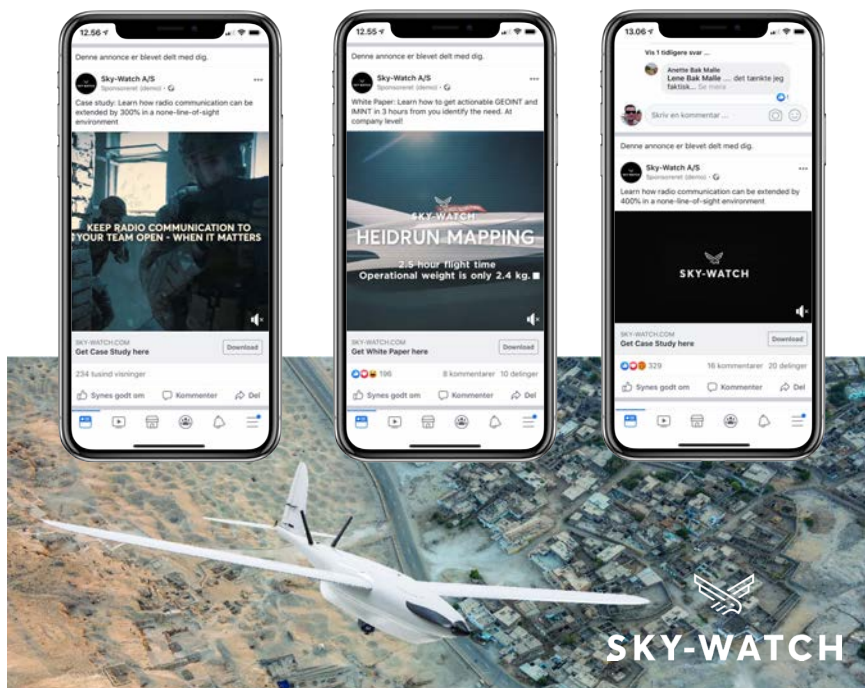


CONFERENCE/EVENT

Defense conferences
mapped geographically



TASK Reach relevant people who
are either going to-, currently at- or
have been at the location



6 TRIN TIL ØGET SAMMENHÆNG I KUNDEREJSEN HER-OG-NU

- 1 Saml/arranger alle rejsens trin i lineær rækkefølge – inkl. retargeting
- 2 Læs dem som et flow og fokusér på synergien – ikke pointerne
- 3 Bemærk den naturlige optrapning af kendskab og kundskab
- 4 Optimer de nødvendige og fjern unødvendige gentagelser
- 5 Lav samme øvelse for alle personaer / kunde profiler
- 6 Flet rejserne når det er muligt med ens story-udgange mod fælles mål



“

**Businesses aren't really B2B or B2C.
They are all H2H - human to human.
Never forget.**



FIND DIT EGET BRAND

www.nmic.dk/brandsearch

SØG GRATIS I FLERE END 13.000 BRANDS

Med udgangspunkt i data fra Google, har vi analyseret danskernes interesse for flere end 13.000 brands. Data rækker fire år tilbage, og giver et godt billede af hvert brands digitale attraktivitet. Det er gratis at søge, men efter tredje søgning vil vi gerne bede om lidt oplysninger fra dig.



SPØRGSMÅL?

nørgård 
mikkelsen