

FIND GULDET I DINE KUNDEDATA

5 TRIN TIL DATADREVET VÆKST
FRA LEADS2PROFIT



leads2profit



KÆRE DELTAGER

**Tusind tak fordi du deltog i workshoppen:
"Guldet ligger i dine kundedata".**

Som lovet får du her en mini-guide med de vigtigste pointer og konkrete skridt til at arbejde videre med segmentering i din forretning.

Har du brug for sparring eller et reality check på din segmenteringsmodel? Så er du altid velkommen til at tage fat i mig.

Charlotte

GÅ I GANG – DER
ER ALDRIG EN
PERFEKT TIMING



HVORFOR SEGMENTERING?

Langt de fleste B2B-virksomheder sidder på værdifuld kundedata – men bruger den ikke aktivt.

Når du arbejder systematisk med segmentering, opnår du:

- Bedre kundeindsigt
- Skarpere prioritering
- Målrettede salgs- og marketingindsatser
- Øget konvertering og kundeloyalitet

Når du ved mere om dine kunder, kan du bruge dine ressourcer smartere – og få mere ud af de kunder, du allerede har.





VI SKAL HOLDE OP
MED AT TRO ...
... VI SKAL VIDE

5 TRIN TIL DATADREVET VÆKST





01

ORGANISÉR DIN KUNDEDATA

Før du kan segmentere, skal du danne dig et overblik:

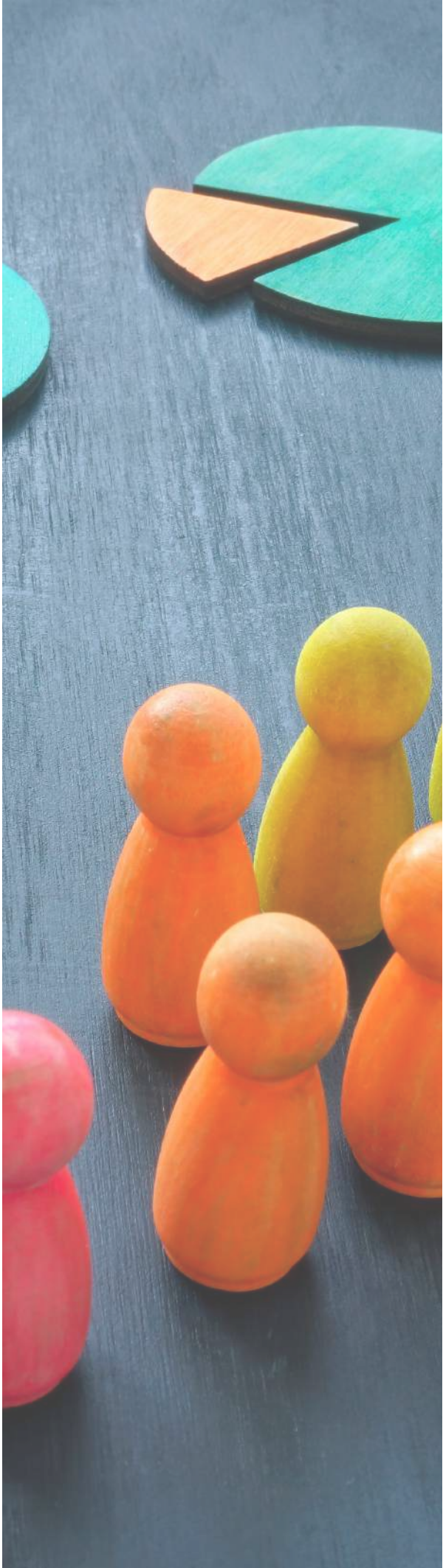
- Hvilken kundedata har du i dag?
- Hvilken kvalitet har dine data?
- Hvad kan du bruge dataen til – og hvad mangler du?

Tip!

Start med at kortlægge dine kundedata i et simpelt ark eller CRM-system. Kig f.eks. på:

- Branche/industri
- Omsætning og ordrehistorik
- Produktinteresse
- Købsadfærd
- Købsparathed
- Kontaktpersoner og relationer

Formålet er at få dine rådata organiseret, så du kan begynde at identificere mønstre og potentialer.



02

SEGMENTÉR DINE KUNDER

Når data er organiseret, kan du begynde at gruppere dine kunder i segmenter med fælles karakteristika.

Det kan fx være:

- Segmenter baseret på branche, størrelse eller produktportefølje
- Købsparathed og fremtidigt potentiale
- Relationens styrke eller modenhed

Spørg dig selv:

- Hvilke kunder ligner hinanden?
- Hvilke kendetegn adskiller dine mest værdifulde kunder fra resten?

Jo bedre du segmenterer, desto lettere bliver det at tilpasse din salgs- og marketingindsats.



03

PRIORITÉR DINE INDSATSER

Alle kunder er ikke lige. Brug en segmenteringsmatrix til at vurdere hver kundes:

- Værdi i dag
- Potentiale fremadrettet
- Købsparathed

Ud fra denne vurdering kan du placere kunderne i tre kategorier:

- **INVESTER:** Kunder med højt potentiale og god timing
- **HØST:** Kunder, der allerede er værdifulde, og hvor du kan øge salget
- **NEDPRIORITER:** Kunder med lav værdi eller dårlig timing

Denne model hjælper dig med at fokusere din tid og dine ressourcer dér, hvor afkastet er størst.

04

DESIGN EN STRATEGI PER SEGMENT

Segmentering i sig selv skaber ikke resultater – det gør strategien og eksekveringen.

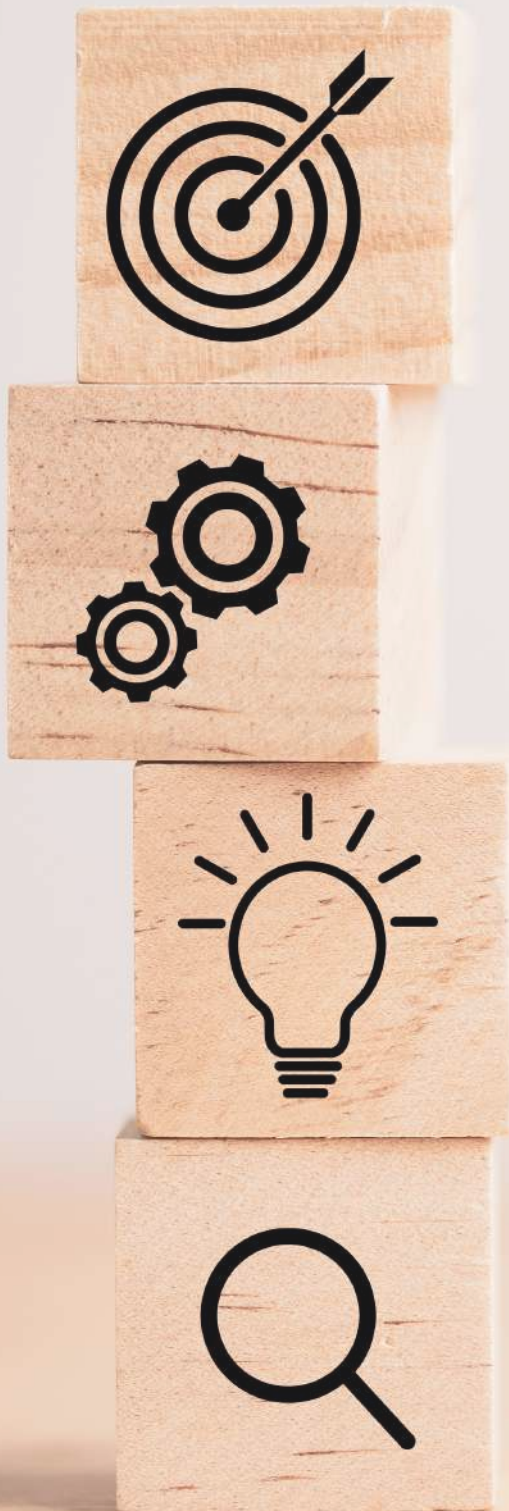
Udarbejd en enkel strategi for hvert segment:

- Hvad er målet med segmentet?
- Hvad tilbyder du dem – og hvordan?
- Hvilke budskaber og kanaler skal du bruge?
- Hvem i teamet har ansvar?

Husk!

En ny kunde kræver noget andet end en tidligere kunde, og en loyal storkunde skal behandles anderledes end et nyt lead.

Segmenterede salgsstrategier gør det muligt at være præcis, relevant og effektiv.





05

EKSEKVER, EVALUER OG JUSTÉR

Nu handler det om at føre planen ud i livet – og løbende justere, når du lærer mere.

- Lav en konkret handlingsplan pr. segment.
- Evaluer jævnligt – virker det?
- Justér strategi og segmentering, når virkeligheden ændrer sig.
- Sørg for, at data holdes opdateret.

Effektiv segmentering er ikke en engangsøvelse – det er en løbende proces, som bliver bedre over tid.

DINE NÆSTE SKRIDT

Her er nogle helt konkrete forslag til, hvordan du kommer i gang:

- Lav en kundeliste med de oplysninger, du har adgang til
- Opdel kunderne i segmenter, der giver mening for dig
- Vurder deres værdi, potentiale og købsparathed
- Design en strategi pr. segment (invester, høst, nedpriorité)
- Sæt handling bag, og følg løbende op

Husk disse tre råd:

- Gå i gang – der er aldrig en perfekt timing.
- Hold det enkelt – og brug den viden, du har.
- Spørg om hjælp – du behøver ikke gøre det alene.



LIDT OM MIG - CHARLOTTE BØGGILD

Jeg tror på, at vækst ikke sker tilfældigt – den skabes med vilje.

Mit mål er enkelt: At hjælpe B2B-virksomheder med at accelerere salget gennem klare strategier, stærk pipeline-generering og en skarp *go-to-market*-eksekvering.

Min erfaring spænder fra salgsstrategi til eksekvering, hvor jeg har hjulpet virksomheder med at opbygge stærke pipeline-strukturer, skærpe segmentering og sikre, at marketing og salg arbejder tættere sammen for at skabe reelle forretningsresultater.

Sådan skaber jeg vækst:

- ✓ *Fra strategi til handling:* Jeg identificerer de afgørende *Must Win Battles* og sikrer, at strategien ikke blot forbliver planer, men bliver til konkrete handlinger.
- ✓ *Salg og marketing i sync:* Succes sker, når vi skaber fælles mål, tydelig eksekvering og en fælles forståelse af, hvordan vækst opnås.
- ✓ *Stærk pipeline-generering:* Vi skaber en skalerbar og målrettet salgsproces, hvor de rette kunder identificeres, udvikles og konverteres til langsigtede samarbejder.
- ✓ *Account-Based Sales (ABS):* Ved at arbejde hyperfokuseret med segmenter og vækstplaner sikrer vi, at de rette kunder udvikles i værdiskabende partnerskaber.

Har du brug for sparring, rådgivning og en skarp metode til at skabe vækst?

Kontakt mig for en uforpligtende snak:

Mobil: 51555010

Mail: cb@leads2profit.dk

CHARLOTTE BØGGILD CV



- Leder i store og små virksomheder i **+30 år**.
- Hands on erfaring med **digital transformation** i B2B virksomheder.
- Ekspert inden for den digitale **B2B købsrejse, lead-generering og effektiv konvertering**.
- Har designet den **kommercielle operating model** der skaber et **kollektivt salgsmindset**.
- Har udviklet en metode til, hvordan marketing bliver et **datadrevet profitcenter**.
- Har udviklet og driver the **leads2profit Academy**.
- Er kommerciel business **advisor og sparringspartner**.
- Har bestyrelses- og advisoryboard poster.
- Er i gang med at skrive en bog.

ESTÉE
LAUDER
COMPANIES

Ferrøsan

gsk
GlaxoSmithKline

oticon
life-changing technology

VISIO PHARM

leads2profit

ET UDVALG AF VIRKSOMHEDER, JEG HAR HJULPET

Qmed

 **dmeo**
Where the answers live

 **FREDERIK VI's HOTEL**
ODENSE

Better^{BY PANA}



AAK

BI+VICA

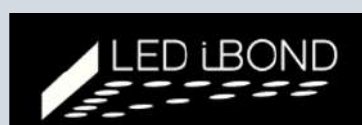
 **BioSystems**

 **CELL BIOTECH**


Freehand
COFFEE COMPANY



probi.



 **key2COMPLIANCE®**



 **SCHMERSAL**
THE DNA OF SAFETY







 **DanskeKonferencecentre.dk**

 **dktv**
stærkere sammen

TAK!

-Jeg håber, denne guide har givet dig inspiration og konkrete værktøjer, der kan styrke din forretning.

Har du spørgsmål, eller vil du gerne have sparring, er du altid velkommen til at kontakte mig.

De bedste hilsner,
Charlotte Bøggild
Leads2Profit



TELEFON +45 51 55 50 10
cb@leads2profit.dk
[LINKEDIN](#) | [WEBSITE](#)