

INBOUND MARKETING

Tid

1/2 dag

Investering

35000 kr exklusive moms

Eventuella rese-/boendekostnader för konsulten tillkommer.

Så här går det till

För att förstå hur vi ska nå våra kunder behöver vi veta vilka problem de försöker lösa. Vi behöver även förstå hur de söker information i de olika köpfaserna innan beslut.

Genom att göra en contentgenomgång och mappa content mot målgrupp och fas i köpresan, kan du antligen få rätt förutsättningar att nå dina kunder med rätt budskap vid rätt tillfälle.

Om Structsales workshops

Structsales anlitas ofta kring utmaningar inom marknad och sälj. I våra workshops tar vi med oss best practice från våra andra kunder som jobbar på samma sätt.

Kontakt & bokning

Oliver Lopez

0767-836400

oliver.lopez@structsales.se

[Oliver på LinkedIn](#)

"Inbound Marketing

handlar om att kommunicera värdeskapande, mot rätt målgrupp, i rätt skede"



Börja skapa leads idag!

Inbound Marketing, Content Marketing, Marketing Automation. Kärt barn har många namn. Inbound Marketing har till syfte att hjälpa oss att positionera varumärket på ett sätt som gör att vi får fler affärer med de företag vi vill jobba med.

Alla dessa begrepp är delar av trenden inom marknadsföring just nu. Vi håller på att göra en förflyttning från det traditionella till det nya. Hänger du med? Inbound Marketing är en stor del till framgången för många företag som idag försöker få ihop marknads och säljavdelningen.

För att förbli relevant som säljorganisation behöver vi förstå hur kunder söker information, tar beslut och till slut köper de produkter och tjänster som vi säljer. Genom att analysera hur ni positionerar företaget och era tjänster utifrån ett upplevt kundvärde kan vi hjälpa er att effektivisera marknadsföringen för att anpassa dessa till kundens köpprocess och på så sätt kunna påverka kundens beslut.

Vi måste vara pålästa och kunniga innan vi tar kontakt med våra kunder. Inbound Marketing ger oss möjlighet att visa oss som experter redan i researchfasen.

Detta får du

- ♦ Full koll på dina köpare och hur dessa rör sig innan beslut
- ♦ Mappning av ditt innehåll mot rätt målgrupp i rätt skede
- ♦ En beprövad process för hur du skapar affärer med hjälp av digitala verktyg
- ♦ En plan för hur du jobbar med sociala medier
- ♦ En mall för att skapa din egen contentplan
- ♦ Tips och idéer på hur du skapar kundnytta och värde med hjälp av din marknadsföring
- ♦ Verktyg och förutsättningar för att kunna prata med säljavdelningen och få den involverad i Inboundprocessen.