

Webinar

Sådan skaber du en målbar salgsindsats

Anders Boelt

Head of Growth



Agenda:

- 1 Hvad er formålet med dagens webinar?
- 2 Min rejse fra marketing til salg
- 3 Salgsrammen, der skaber succes
- 4 **2025 i kvartaler**
– Sådan skabte vi en målbar salgsindsats
- 5 Konklusion



Kommercielt B2B konsulenthus

Mindmill Denmark ApS

- Kommercielt B2B konsulenthus
- B2B salg og marketing
- 30 specialister/konsulenter
- Kontor i Viby, Århus
- Komplekse B2B salgsprocesser
- Ram de rigtige virksomheder og stakeholders
- Forbinder synlighed, leadgenerering og fremdrift i salgsafdelingen

Hvad kan vi?

- Go-to-market strategi
- Telemarketing & Outbound sales
- Hubspot CRM
- Online annoncering
- Offline markedsføring
- Webinars & Events
- Content creation

Udelukkende B2B kunder

Danske og internationale virksomheder inden for:

- Industri
- SaaS/ IT
- Rådgivning



Hvad er formålet?

- At vise, hvordan du kan måle din kommercielle indsats gennem pipeline.
- At dele konkrete erfaringer fra virkeligheden, ikke teori og modeller.
- At vise dig hvordan du skaber et overblik over din salgsindsats, der kan hjælpe dig med at træffe bedre beslutninger
- At vise, hvordan måling kan bruges aktivt og i real time.
- At vise dig det setup, der virker for os



En salgschef med marketing baggrund

- Min måde at måle salg på er formet af en baggrund i e-handel og marketing.
- I e-handel er marketing og salg samme disciplin og måles samlet.
- Rådgivende B2B konsulent - forståelse for forskellene mellem B2B og B2C
- Overgang til salg - udfordringer, afvisninger og forståelse for, at det er meget vanskeligere end det kan lyde
- **Forståelse for begge "kamre" og behov for overblik for at kunne træffe den rigtige beslutning**



Fundamentet skal være på plads

- ICP (ideelle kundeprofil)
- Værditilbud
- Stærkt brand og positionering
- Salgsproces: Værdibaseret salg & Solution selling
- Sales Playbook



Playbook

Kvalificeret lead #1:

Høj interaktion med digitalt indhold

Besked eksempler målrettet

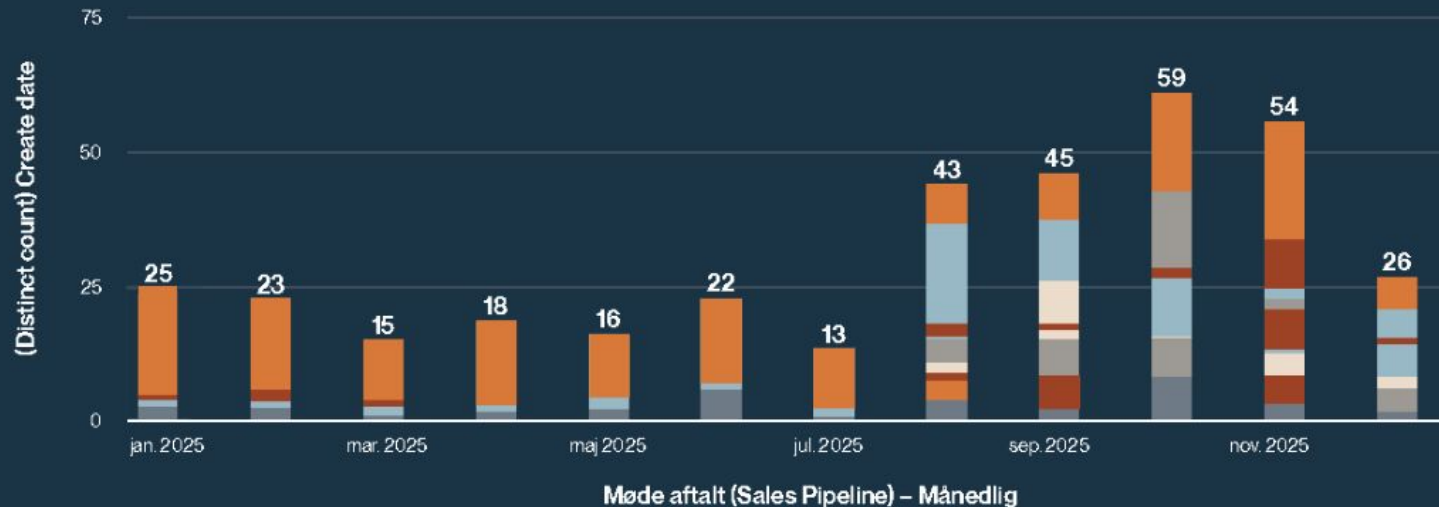
Stakeholder #1: **CEO**

**Vi er pt. i prospecting mode og skal forsøge at etablere kontakt med virksomhedens kommercielle afdeling.*



Målbar udvikling og læring i 2025

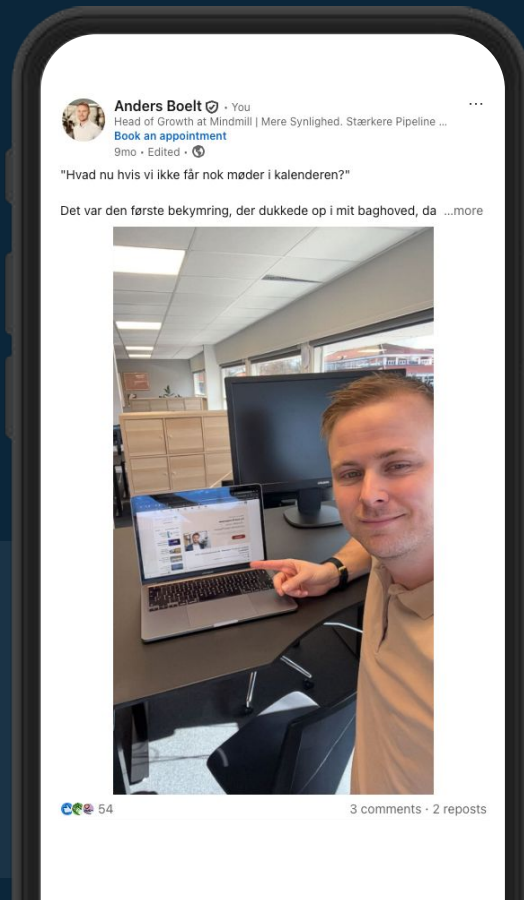
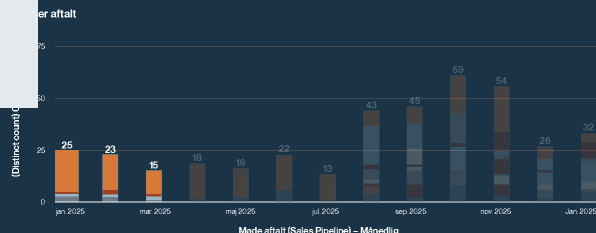
Møder aftalt



Pipeline opbygning

- Stort fokus på aktiviteter
Tidl. kunder/dialoger, leads og ICP
- Igangsætning af ramme for måling,
der viser vores fremdrift
- Ekstra ressource til outreach
- Sikre deal berigelse og minimal friktion
- Aktivitets logging sikrer opfølgning

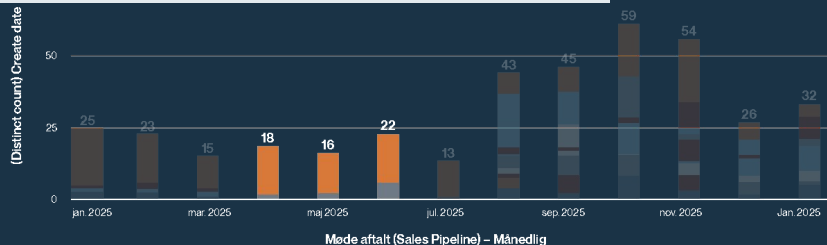
Primær læring: Aktivitet = pipeline



Eksekvering og rekruttering

- Den øgede pipeline går ud over aktiviteterne
- Pipelinen stagnerer
- Der skal endnu mere tryk til
- Rekruttering starter

Primær læring: Vi skal skalere og brede salget ud



H1 i tal

- Stabil mødestrøm
- Der er åbenhed i markedet og interesse i at høre om hvad vi kan
- Med aktivitet kommer der pipeline
- Pipelinen er 6 måneder gammel, men vi skal arbejde på vores konverteringsrate
- Vi skal genbesøge vores salgsproces og vores salgfilosofi for at finde de ekstra procenter

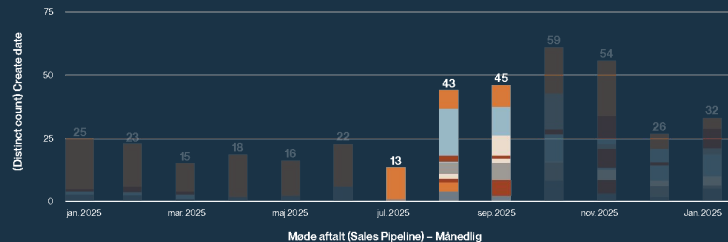
Next step		Stage total	Total conversion to stage	Skipped stage
Møde aftalt	131		100%	0
Behovsafdækning	54		41,2%	14
Konkret oplæg	37		28,2%	0
Kontrakt	16		12,2%	2
Accepteret tilbud	15		11,5%	(No value)

Flere sælgere – flere aktiviteter

- Stor vækst i aktiviteter, bedre opfølgning og større tilstedeværelse
- Mængden af møder fordobles
- Stiller større krav til struktur, playbook og vidensdeling
- Nye sælgere kræver støtte
- Indførsel af Solution Owner / Teknisk sælger

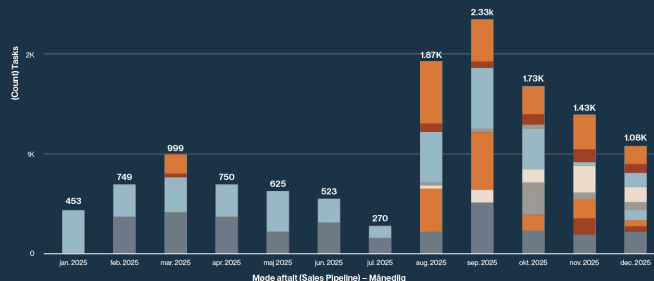
Primær læring: Vi skal konvertere mere pipeline

Møder aftalt



Møder aftalt (Sales Pipeline) – Månedlig

Møder aftalt



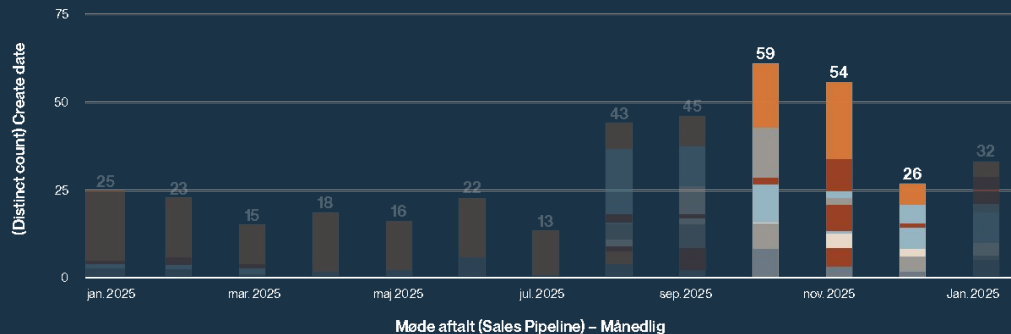
Møder aftalt (Sales Pipeline) – Månedlig



Øget fokus på konvertering og forecast

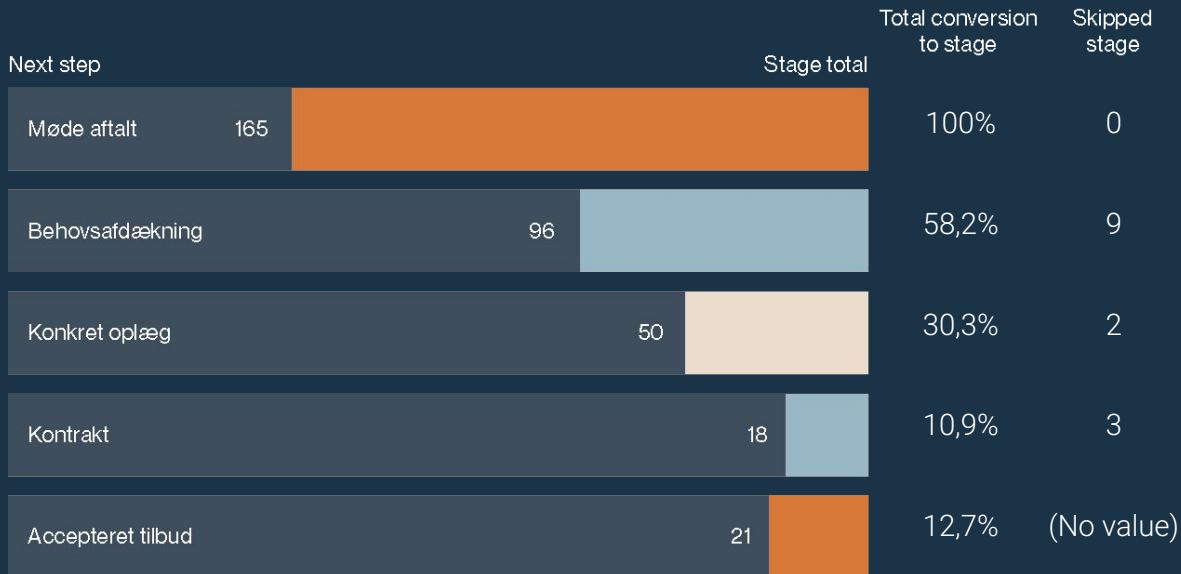
- Vi slår møde rekorder
- Vi får flere leadkanaler og øger synligheden
- Vi skaber individuel måling af konverteringsrater, for at kunne sætte ind der, hvor der kan optimeres
- Vi indfører ny pipeline forecasting

Møder aftalt



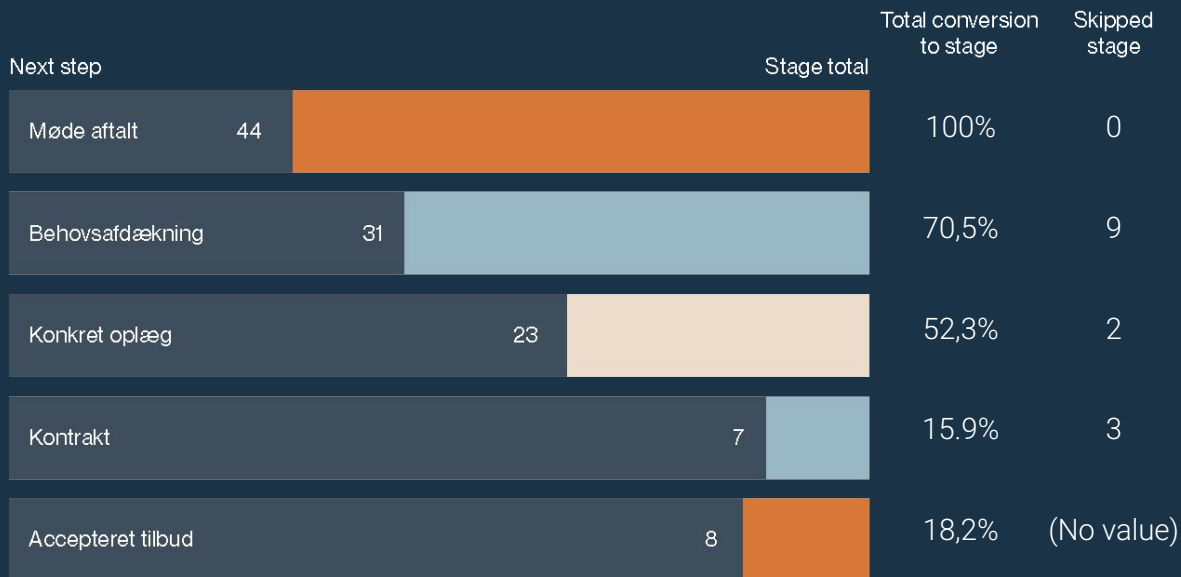
Deal Owner konverteringsrater

- Viser den enkelte sælgers styrke og udfordringer
- Bliver brugt til forbedring og Potentiale - ikke mikromanagement



Solution Owner Konverteringsrater

- Viser den enkelte sælgers styrke og udfordringer
- Bliver brugt til forbedring og Potentiale - ikke mikromanagement



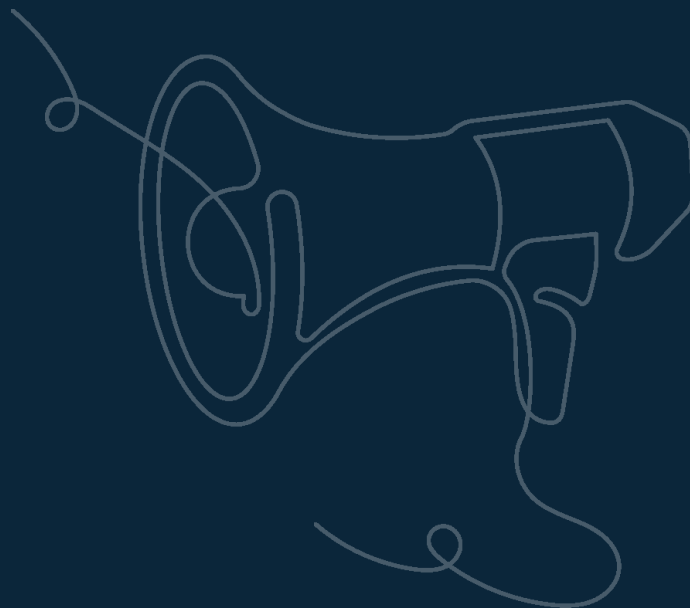
2025 i tal

- Markant vækst i antallet af møder i andet halvår
- Andet halvår bød på 240 møder og en konverteringsrate 13.75%
- De igangsatte initiativer virkede efter hensigten - nu skal der bygges yderligere på
- Fremadrettet: Fokus på at frigøre tid til salgsaktiviteter, så vi ikke "mister" pipeline

Next step		Stage total	Total conversion to stage	Skipped stage
Møde aftalt	367		100%	0
Behovsafdækning	184		50,1%	37
Konkret oplæg	123		33,5%	4
Kontrakt	48		13,1%	10
Accepteret tilbud	53		14,4%	(No value)

Det skal du tage med herfra

- Du skal have styr på din salgsproces og din ICP for at få det maksimale ud af dine indsatser
- **Byg din playbook** og en proces med aktivitetsmåling, som du kan måle i CRM
- Data giver dig ikke løsningen, men det giver dig et bedre beslutningsgrundlag
- **Lær at analysere på dine tal**, optimere og tage beslutninger, der har rod i virkeligheden og flytter din forretning
- **Forudsigelighed** gennem pipeline forecasting



mindmill