

2025

Salgsteamet 2025:

Sådan sætter du proces og mennesker op til succes

25. september | 10:00 - 11:00

mindmill
Strategisk indsigt. Målbare resultater

TALENTX

Velkommen

Dagens program:

1 Hvem er Mindmill og TalentX

2 GTM og infrastruktur

3 Talent og organisation

4 Mindmill som case

5 Afslutning

6 Spørgsmål

Kort præsentation af Neno

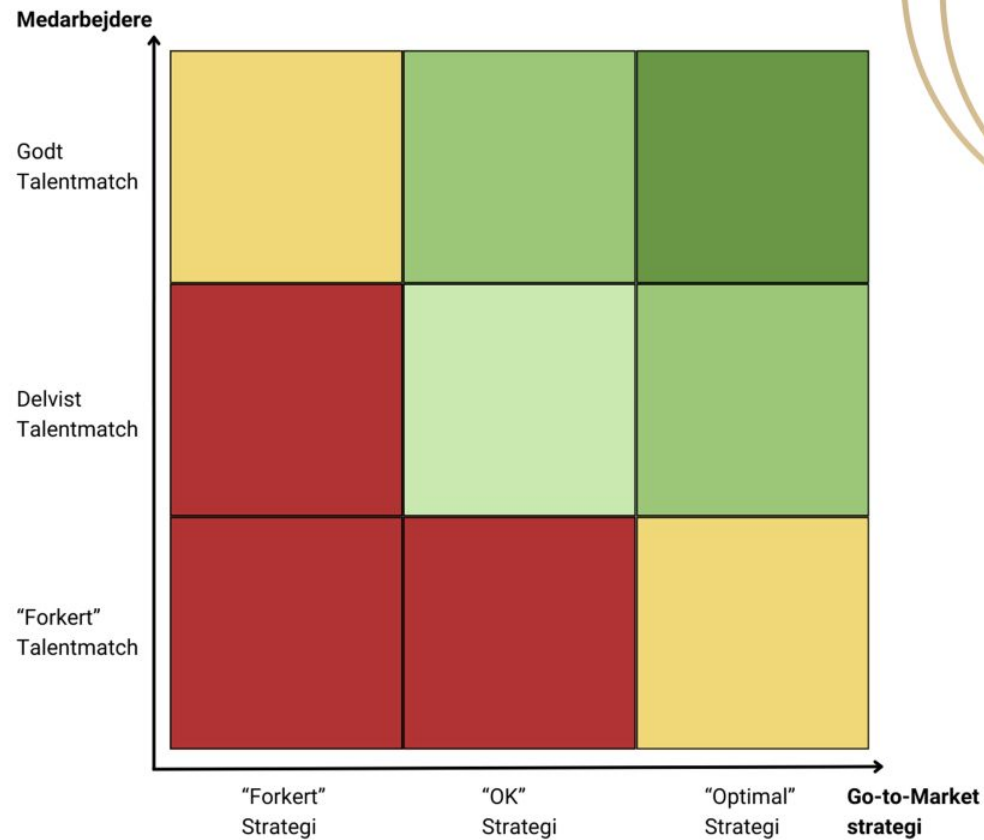
CEO & Partner hos Mindmill



HVEM ER KENNETH BO JENSEN?

- 42 år
- Talenthacker, strateg og CEO i TalentX
- Kæreste med Gitte - Bor i Aalborg
- Elsker teori & data - men er mere en praktiker!
- Arbejdet intensivt med talent i snart 10 år - både som konsulent og i testhus
- Hjælper virksomheder med at omsætte talent til bundlinje
- Booster sælgeres performance ved indsigt i deres mønstre.
- Skaber match mellem processer og de medarbejdere der skal arbejde med dem.
- Hjælper med at sammensætte de rette teams.
- Rekruttering hvor vi finder de sælgere der matcher konteksten
- Tidligere Performance coach for Tricked Esport Pro CS:GO hold #37 i verden







Fundament, GTM og infrastruktur

En stærk GTM og solid infrastruktur

Målgruppe og værditilbud

- Hvem er vores kernemålgruppe?
- Hvordan er deres købscenter?
- Hvad er vores værditilbud mod denne gruppe?

Salgsfilosofi og kunderejse

- Hvilken salgsfilosofi passer til vores løsning?
- Hvordan ser vores kunders købsrejse ud, og hvordan tilpasser vi os den?
- Hvilke opgaver ligger i salgsprocessen?

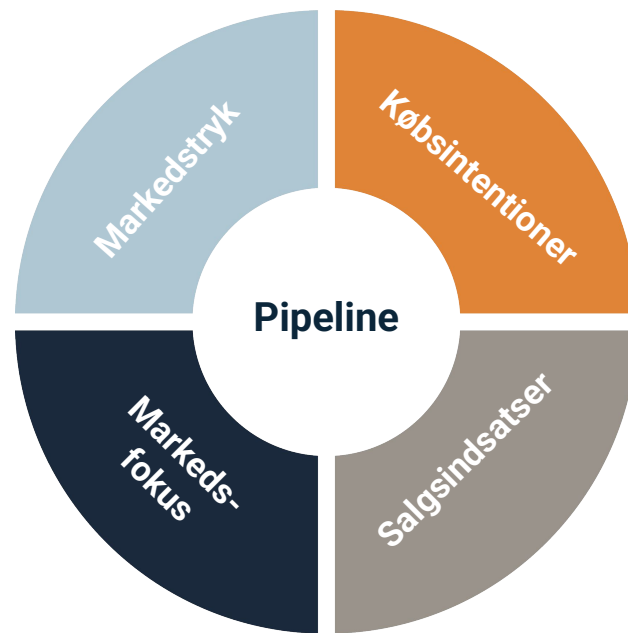
Processer og måling

- Hvordan laver vi et kontinuerligt tryk mod vores marked?
- Hvordan dokumenterer og måler vi på indsatser, resultater og konverteringsrater?

Mål: Pipeline og newbizz-kunder

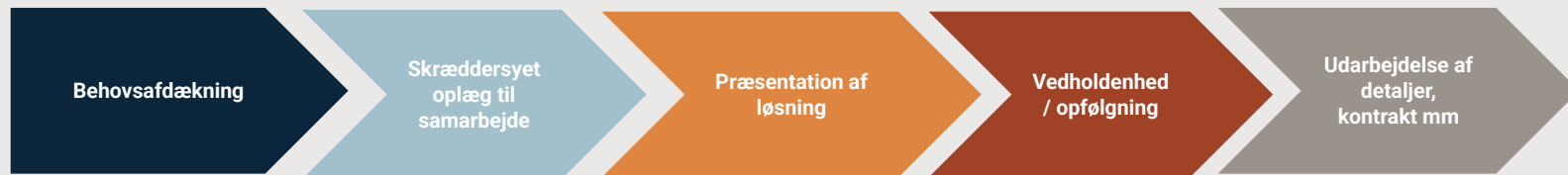
Processen fra A - Z:

1. Mapping af **key accounts**
2. Mapping af **stakeholders** og persona-beskrivelse
3. **Value proposition** definition
4. Taktisk planlægning af **markedstryk**: kanaler, online/ offline mm.
5. **Infrastruktur**-opbygning (annoncestruktur, segmentering, måling af påvirkning, CRM system og pipeline management)
6. **Content**-plan og produktion af grafik, tekster, video mm.
7. Løbende **optimering**, drift og vedligeholdelse
8. Løbende overvågning af interesse, berigelse af leads og **overlevering til salg**
9. **Pipeline** management og salgsproces



Filosofi: Værdibaseret salg

- Workshop med Intenz
- Workshop med TalentX
- Salgsproces opdelt i 5 trin



**Vi fik salgsproces på plads
... men hvad med før mødet?**

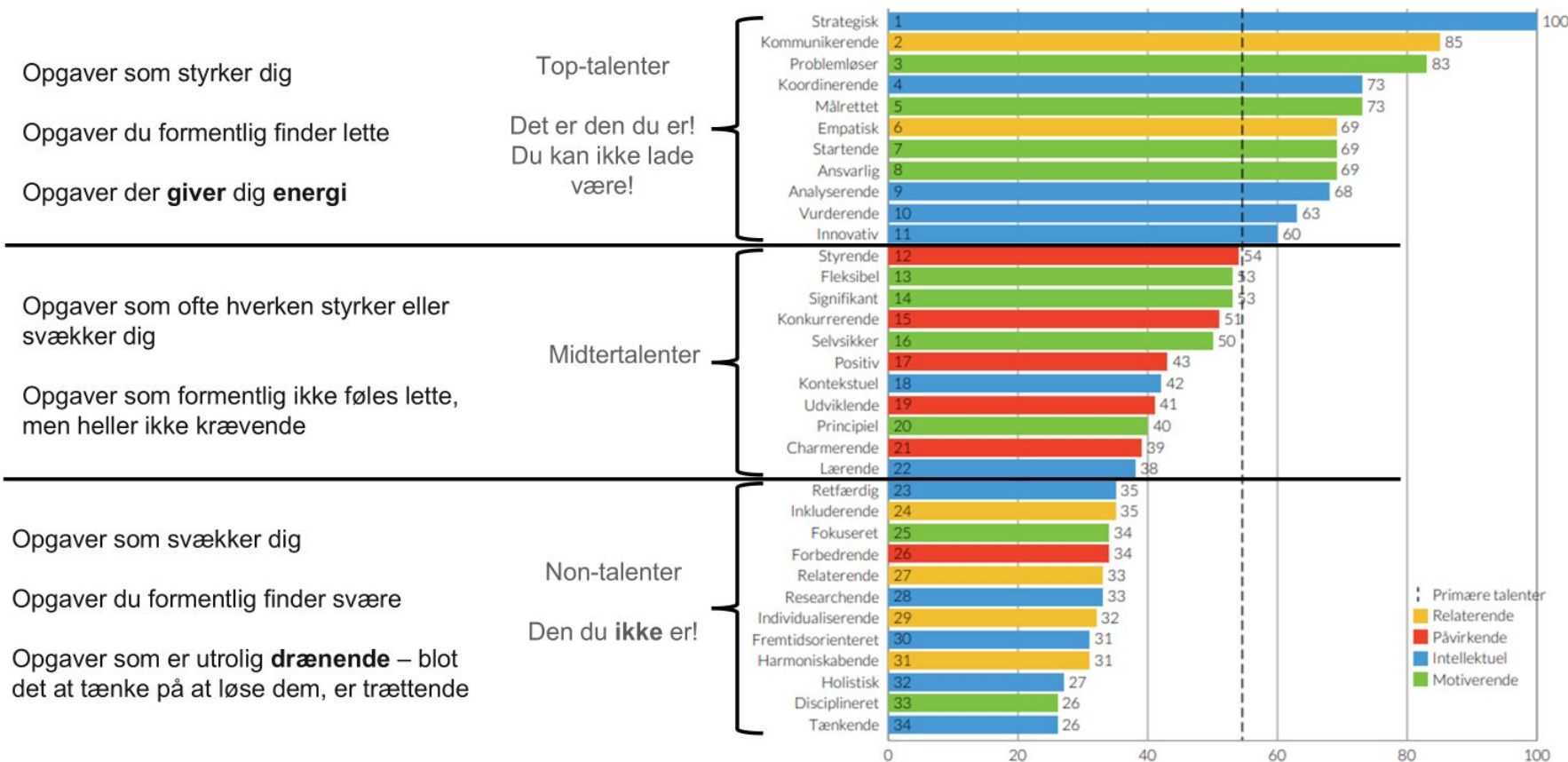
Strømlinet lead-proces

- Salgsprocessen var defineret
- Vi ønskede at skalere antallet af møder
- Derfor tegnede vi også den ideelle lead-proces



**Vi vender tilbage,
først Kenneth..**

INTRODUKTION TIL TALENTPROFILER OG STYRKER



HVORFOR FOKUSERE PÅ STYRKER?

Gallup har lavet en metaanalyse af 43 studier (Asplund et al, 2016) – resultatet af en styrkebaseret tilgang.

- ✓ 43 studier
- ✓ 45 lande
- ✓ 49.495 teams
- ✓ 1.2 mio. medarbejdere

Resultaterne viste:

Medarbejder engagement	9 - 15%	forøgelse
Kunde engagement	3,4 - 6,9%	forøgelse
Salg	10,3 - 19,3%	forøgelse
Fortjeneste	14,4 - 29%	forøgelse
Ulykker	22 - 59%	færre
Medarbejderomsætning	5,8 - 16,1%	fald i virksomheder med lav M.Oms
Medarbejderomsætning.	26 - 71,8%	fald i virksomheder med høj M.Oms

Fit modellen - Den vigtigste analyse

Modellens formål:

- Hvad leder vi efter hos kandidaten? (succesprofil)
- Hvordan undgår vi fejlansættelser?

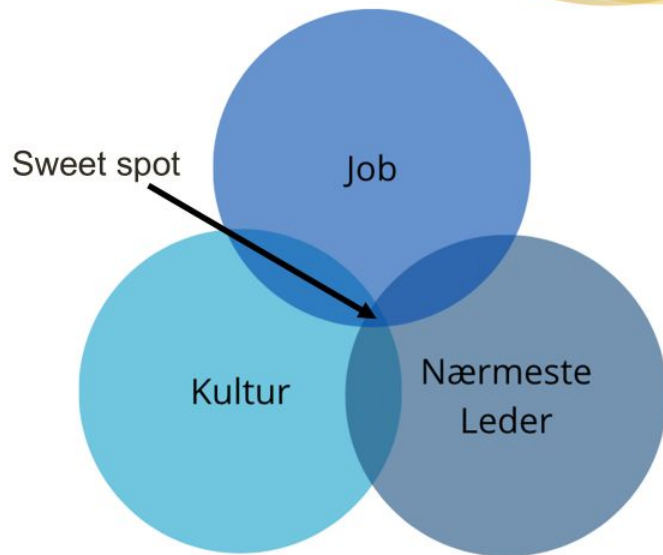
Efter ansættelsen:

- Hvordan iscenesætter vi bedst muligt teamets unikke styrker?
- Hvor har vi ressourcerne til at supportere hinanden?
- Hvordan sikrer vi høj trivsel og performance, og forebygger stress?

Talent forløses nemlig altid i en kontekst

"FIT" modellen:

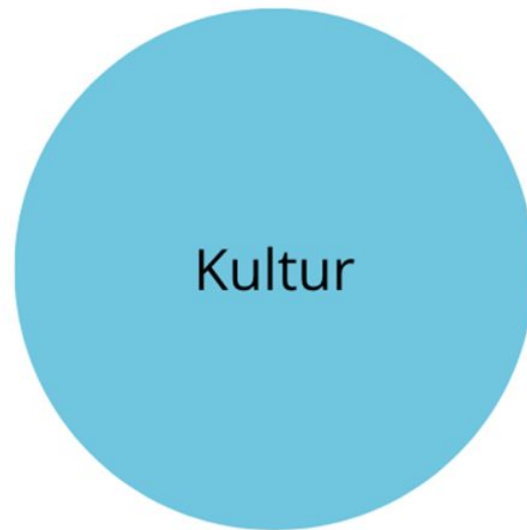
- Person - Job fit
- Person - Nærmeste leder fit
- Person - Kultur fit



Fit modellen - kulturen

"Kulturens" formål:

- Hvordan er teamets kultur i dag?
- Er der noget i teamets kultur, vi gerne vil udvikle på?
- Hvilke fælles værdier har du med teamet?
- Hvad bidrager du med til teamet?
- Hvad skal vi kulturelt være opmærksom på?



Fit modellen - Nærmest leder

"Lederens" formål:

- Hvilke værdier har lederen?
- Hvad kræver det af en medarbejder for at der er et match?
- Hvad er ledelsesstilen?
- Hvilke ligheder og forskelle er der mellem medarbejder og leder?
- Hvordan er kommunikationen fra lederen?

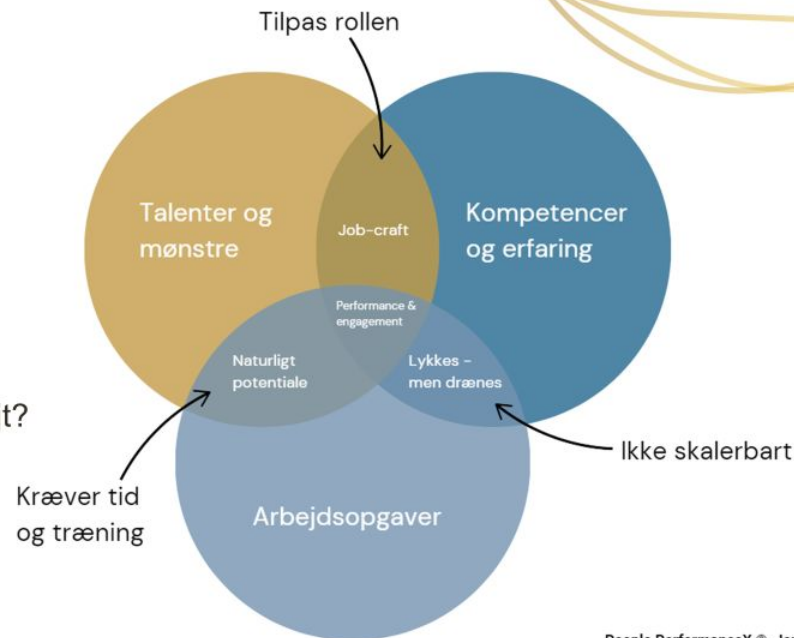


Nærmeste
Leder

Fit modellen - Jobbet

"Jobbets" formål:

- Hvilke kompetencer og færdigheder kræver jobbet?
- Hvilke styrker kræver arbejdet?
- Hvordan skal vedkommende arbejde?
- Hvad kræver jobbet for at holde engagement og motivation højt?
- Hvilke erfaringer vil være gode i jobbet?



People PerformanceX ©, Jensen 2025





STRATEGY AND PEOPLE

Hvor står vi som virksomhed i dag?

- Hvad er vores største styrker?
- Hvad er vores position?
- Har vi konkurrencefordele?



STRATEGY AND PEOPLE, ©2021, TALENTX





STRATEGY AND PEOPLE

Hvad skal der til for at opnå drømmen/målet?

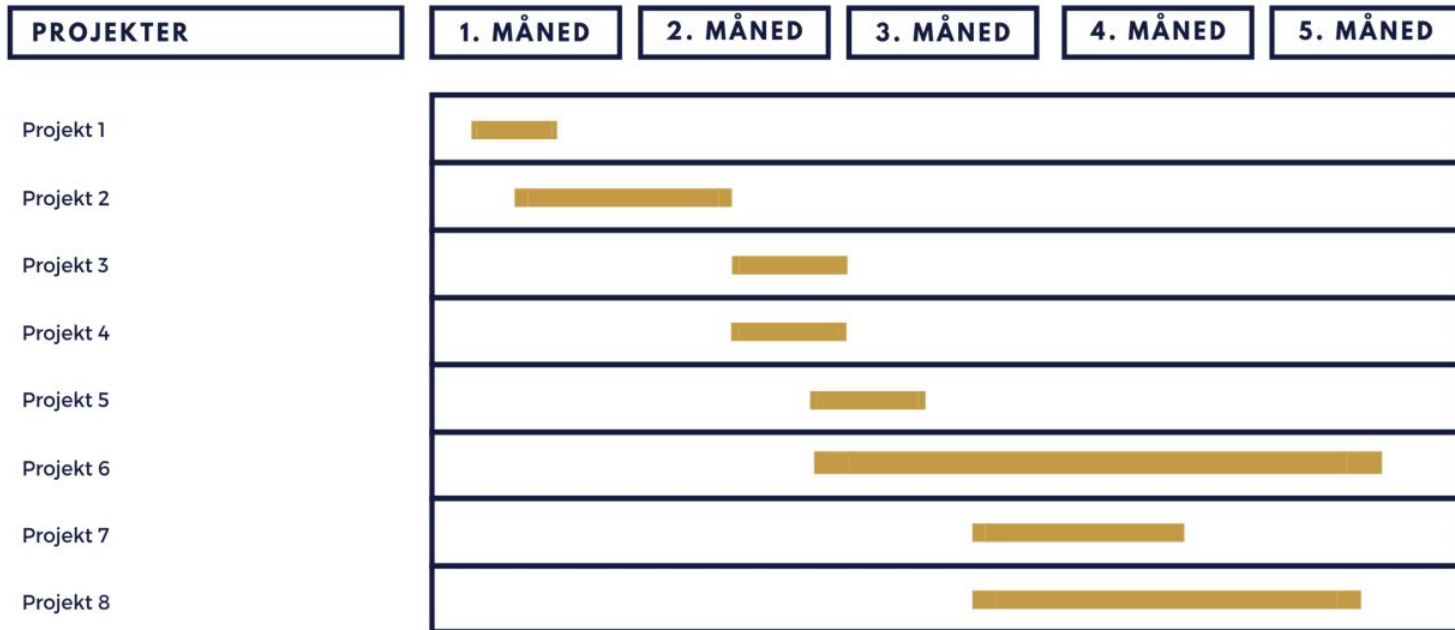
- Hvilke projekter skal vi lykkes med?
- Hvordan ser salgsprocessen ud?
- Hvad er vores must-win battles?
- Hvordan skal vi kommunikere indsatserne?



STRATEGY AND PEOPLE, ©2021, TALENTX



PROJEKTER ELLER OPGAVER





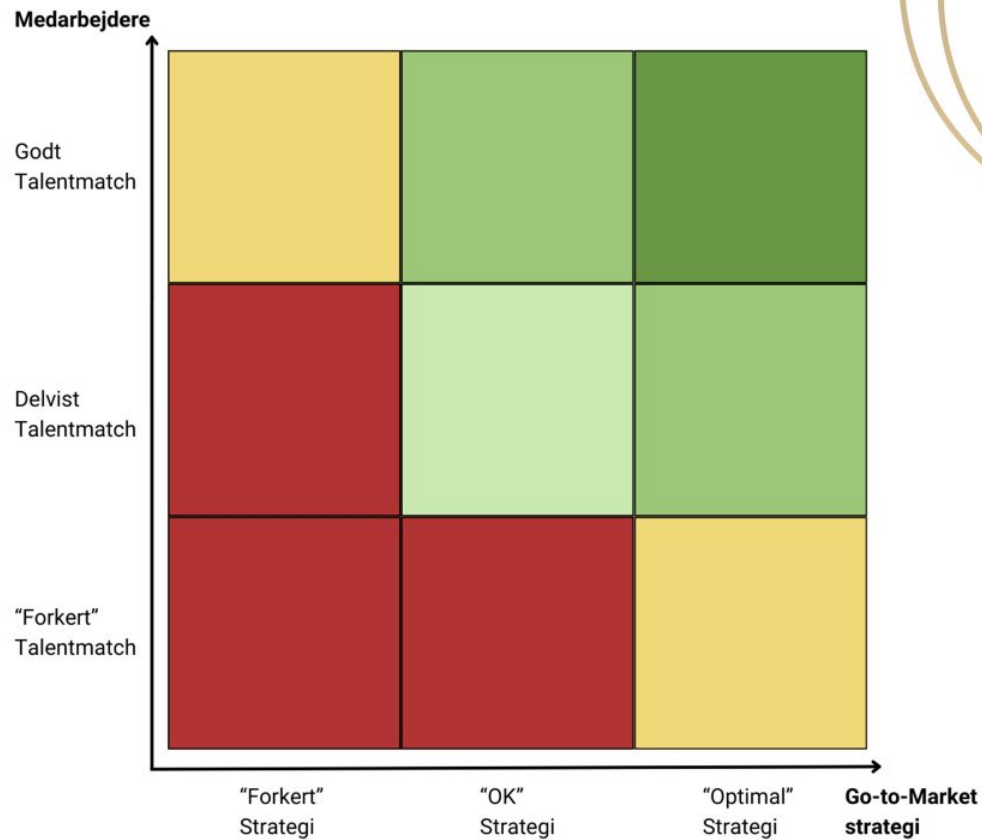
STRATEGY AND PEOPLE

Hvem skal der til?

- Hvilke talenter skal vi bruge for at lykkes?
- Hvordan skal teams sammensættes?
- Hvordan skal teamet ledes?
- Hvordan skal der kommunikeres og motiveres?

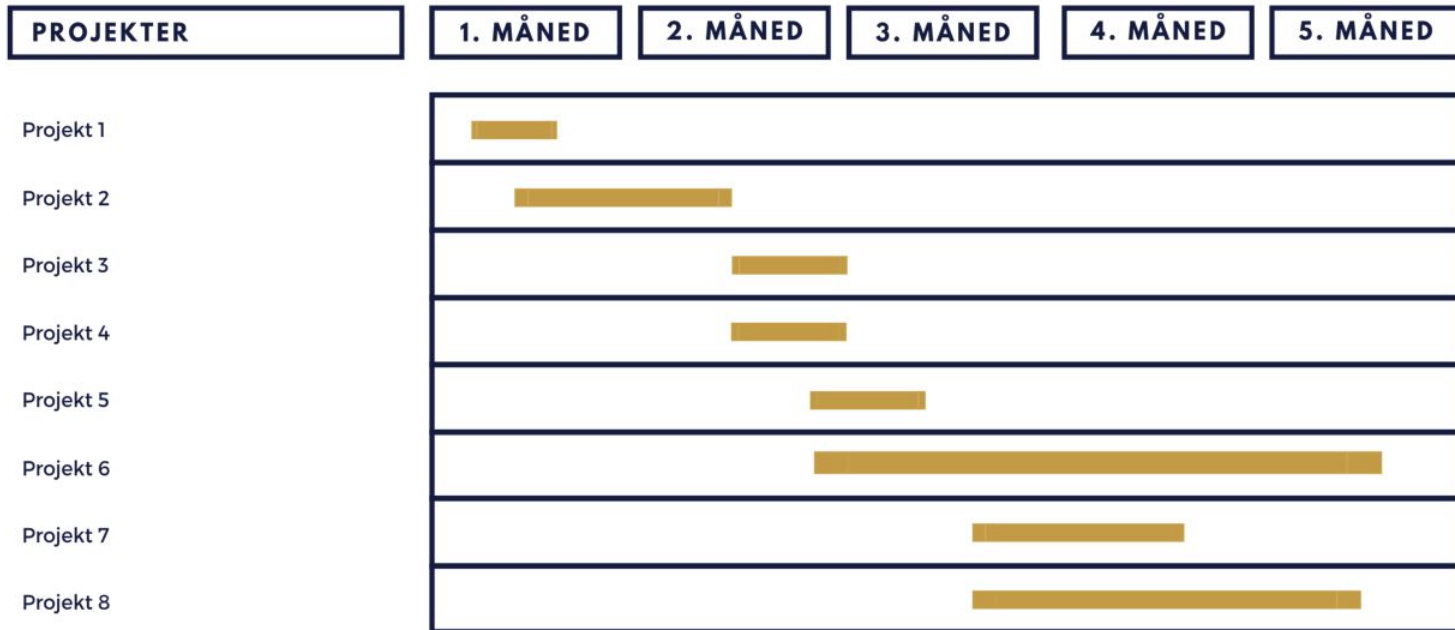


STRATEGY AND PEOPLE, ©2021, TALENTX





PROJEKTER ELLER OPGAVER





Hvem skal der til?

- Skal vi ansætte nye medarbejdere?
- Skal vi ændre processer og opgaver?
- Skal vi omfordele opgaverne?
- Skal vi lave et mix af ovenstående?



Mindmill som case

Lead-processen

Strømlinet lead-proces

- Vores proces for salget var defineret
- Vi ønskede dog at skalere antallet af møder
- Derfor tegnede vi også den ideelle lead-proces



Struktureret lead-proces

Prioritering af leads

- Analytisk vurdering af interesse, potentiale, leadscore, branche, størrelse og fit i forhold til vores ICP. Det kræver forretningsforståelse, en hurtig beslutning og en evne til at prioritere ud fra logik.

Research & berigelse

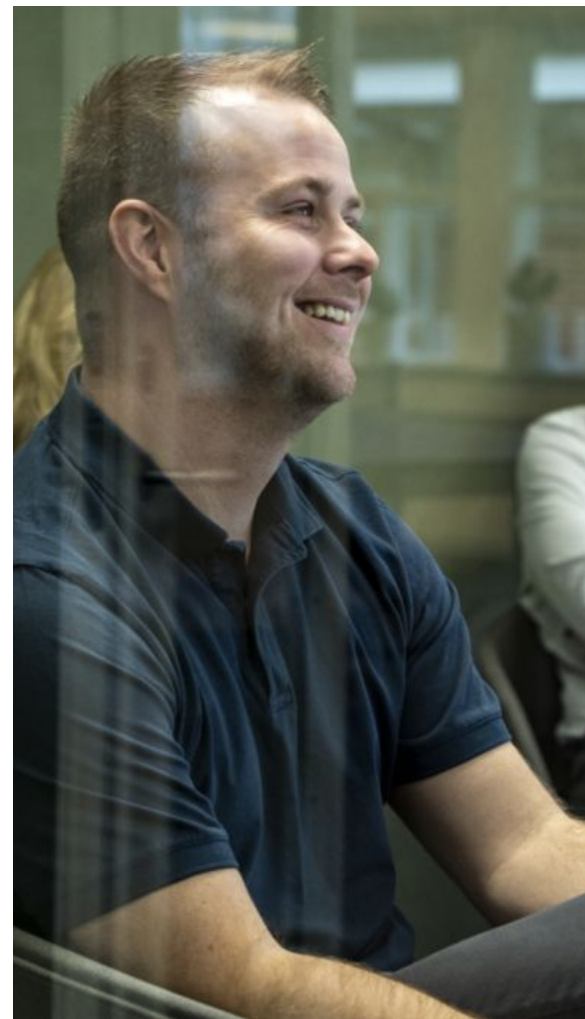
- Dybdegående research i virksomhedens økonomi, strategi, organisation og beslutningstagere. Det kræver en naturlig nysgerrighed og kritisk sans.

Outreach & dokumentation

- Formulering af korte, relevante og engagerende beskeder via mail, LinkedIn og telefon. Kreativitet kombineret med vedholdenhed og professionel dokumentation.

Struktureret opfølgning

- Organiseret arbejde med pipeline stages og opfølgning. Det kræver struktur, tålmodighed, systemforståelse og situationsfornemmelse.



Kvalificerede leads i pipelinen



KlimaEnergi A/S - Lead



Note



Email



Call



Task



Meeting



More

Opportunity information

Actions -

LinkedIn impressions

422

LinkedIn Engagements

14

LinkedIn Clicks

4

Seneste hjemmesidebesøg

09.06.2025



Contacts (2)

+ Add

Peter Lux

KlimaEnergi A/S

klimaenergi.dk

+45

Kasper Schmidt

CEO at KlimaEnergi A/S

klimaenergi.dk

+45

[View associated Contacts](#)

Companies (1)

+ Add

Primary

KlimaEnergi A/S

klimaenergi.dk

Phone: --



Note by Nikolaj Fynbo

Actions - 9. juni 2025 at 11:44 GMT+2

Kvalificeret lead:

- Target account: Ja
- Seneste website visit: 09/06
- Antal website visits: 15
- Impressions (seneste 90 dage): 422
- Engagements (seneste 90 dage): 14

Om virksomheden:

Klima Energi arbejder med grøn energi og hjælper virksomheder og private med at optimere deres energiforbrug gennem solceller, varmepumper og bæredygtige løsninger. De leverer både rådgivning og installation, så kunderne kan reducere deres CO₂-aftryk og energiomkostninger.

Stakeholders at prioritere

- CEO: Kasper Schmidt - strategiske beslutninger, investeringer og overordnet retnings.
- Salgschef: Peter Lux - ansvarlig for at skabe vækst og sikre en stærk pipeline.

Forslag til første besked

CEO:

Høj Kasper,

Vi hjælper B2B virksomheder med at bygge en stærk pipeline med de kunder, de allerhelst vil levere til.

Vores team hjælper med at lande flere drømmekunder og skabe struktur i salgs- og marketingarbejdet - især i brancher med lange kunderejser.

Er det værd at tage en snak?

Salgschef:

Høj Peter,

Vi hjælper B2B virksomheder med at skabe en stærk pipeline og få marketing til at levere kvalificerede leads til salg.

Vores team arbejder med segmentering, markedsdruk og CRM/pipeline management, så salget kan lukke flere rigtige kunder.

Kunne det være interessant at tage en snak?

Next step

Følg op efter 3 dage hvis ingen respons.

Salgsprocessen

Behovsafdækning

- **Aktiv lytning:** Evne til at kunne lytte uden afbrydelser og opsnappe relevante nøgleord og følelser
- **Spørgeteknik:** Stille åbne og uddybende spørgsmål for at finde den reelle pain
- **Forretningsforståelse:** Hurtig forståelse for kundens branche og værdikæde
- **Tillidsskabelse:** Skabe tryghed gennem ærlighed og fokus på kundens virkelighed



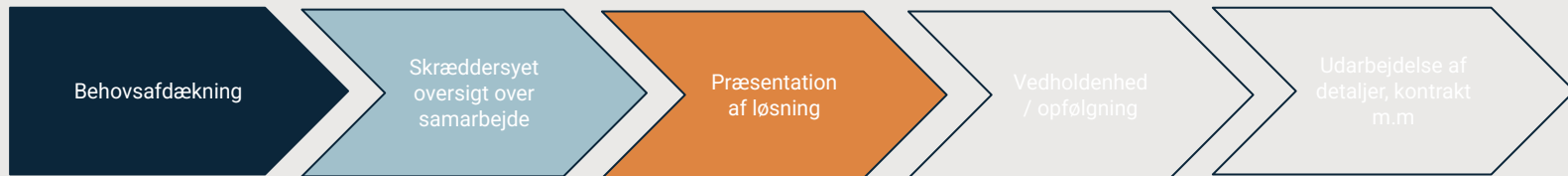
Skræddersyning af oplæg

- **Analytiske kompetencer:** Omsætte kvalitative input til kvantitative data og ROI-beregninger
- **Projektledelse:** Bygge logiske, gennemførlige tidsplaner med realistiske deadlines
- **Logik/konkretisering:** Oversætte behov til konkrete skræddersyede løsninger



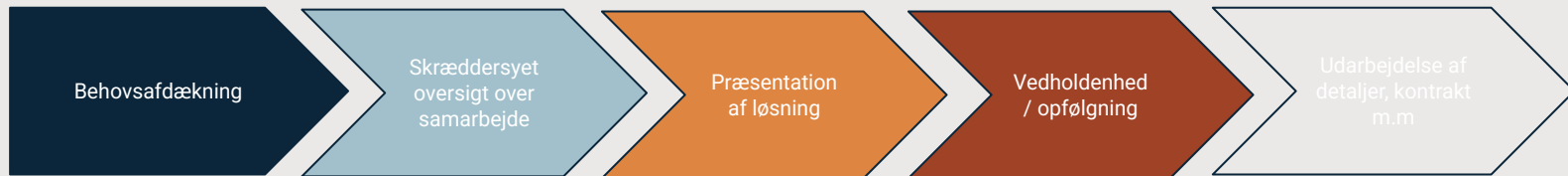
Præsentation

- **Storytelling:** Gøre komplekse planer enkle gennem narrative rammer
- **Tilpasning:** Differentiere præsentationen efter målgruppe og beslutningstagere
- **Thought leadership:** Positionere sig selv som rådgiver frem for sælger + Autoritet



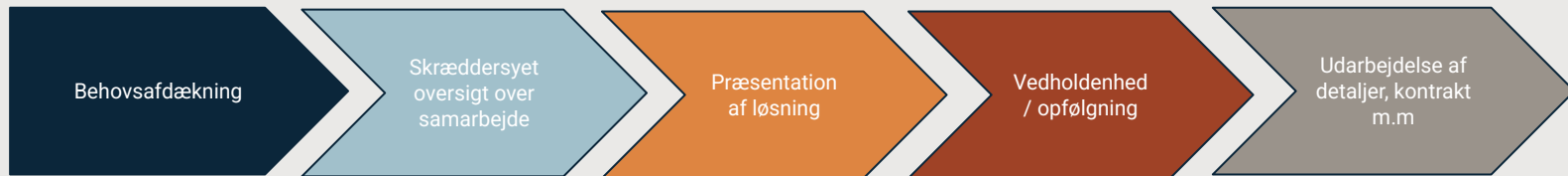
Vedholdenhed og opfølgning

- **Timing og situationsfornemmelse:** Vide hvornår man skal rykke, og hvornår man skal give luft til beslutningsprocessen
- **Relationel vedholdenhed:** Følge op værdiskabende, frem for at "jagte" kunden, gennem små check-ins og relevant indhold
- **Værdiforankring:** Gentage og forstærke de vigtigste pointer omkring ROI og forretningsværdi



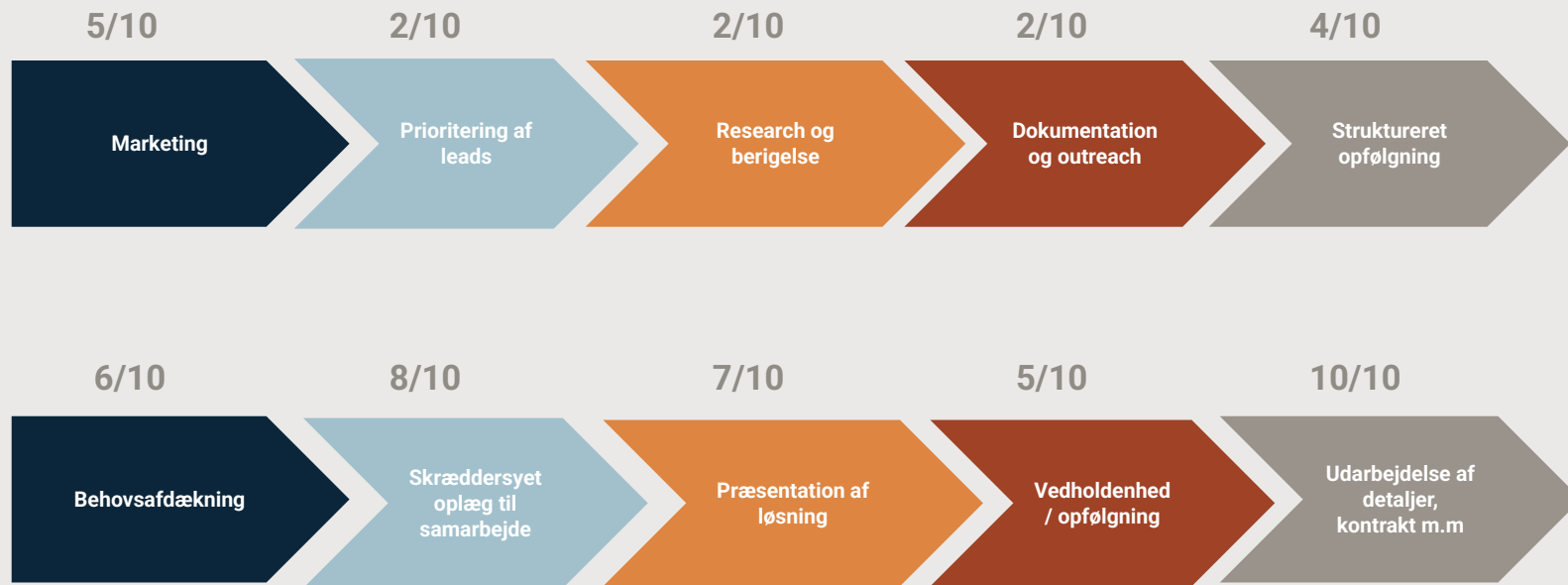
Udarbejdelse af kontrakt

- **Høj detaljegrad:** Sikre korrekt beskrivelse af leverancer, priser, tidsplaner og betingelser
- **Forhandlingsevner:** Finde kompromisser og skabe win-win følelse for begge parter
- **Juridisk forståelse:** Kende vigtigste elementer og kunne koordinere med specialister



Subjektive ratings

Hvad er vurderingen af vores ICP'ere?



Mindmill

Vi hjælper hele den kommercielle afdeling

Ledelse

- Overblik: Måling af pipeline, konverteringsrater og lead time
- Indsigt: Hvad koster en ny kunde?
- Effektivisering: Bedre udnyttelse af newbizz- ressourcer
- Fokus: Forbedre indsats dér, hvor potentialet er størst

Sælgere

- Skarpere dialog med større kunder
- Færdigserverede emner inkl. kontaktdata
- Højere sandsynlighed for korrekt timing
- Undgår at blive "irriterende" i markedet

Marketing

- Klar rolle i salgsprocessen
→ bidrag til omsætning
- Nye kompetencer i samspillet salg/ marketing
- Kreative kompetencer aktiveres proaktivt
- Skaber reel forretningsværdi via content

TalentX

Vi hjælper hele den kommercielle afdeling

Ledelse

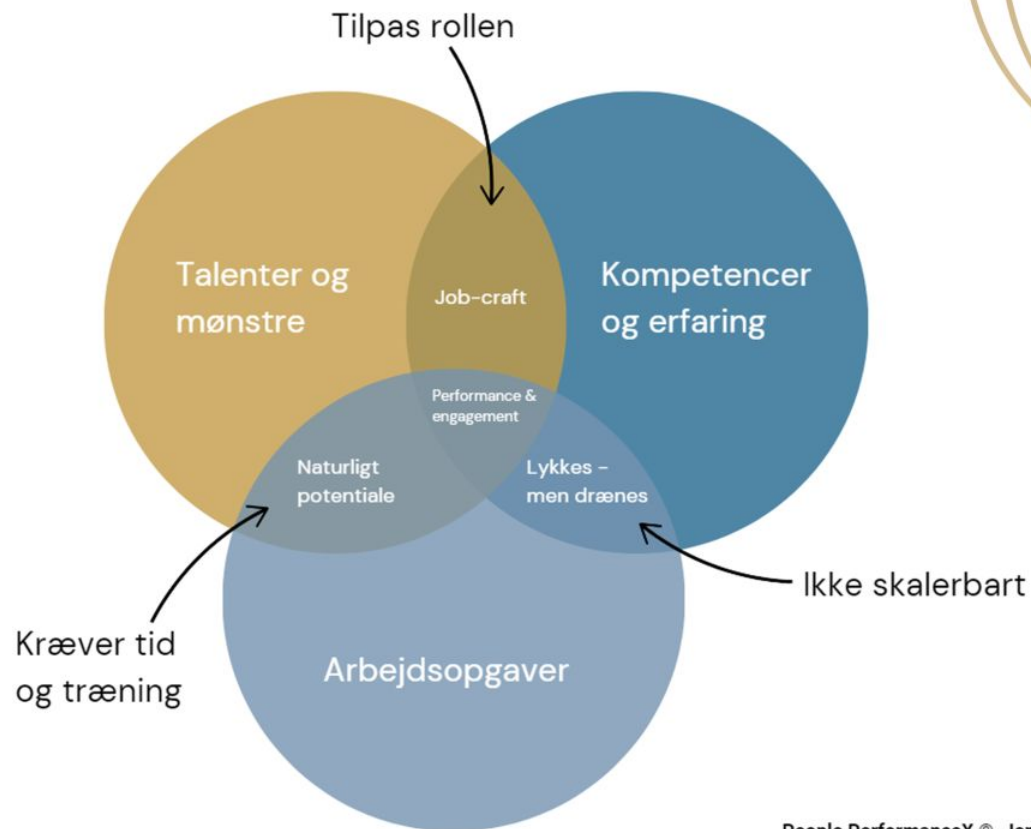
- Kortlægning af salgsteamets styrker og udfordringer?
- Hvordan skal de forskellige folk ledes?
- Leder du ud fra dine styrker? Kommer du forbi dine bias?
- Overblik over kulturen og forstærket samarbejde i teamet

Sælgere

- Indsigt i hvor de spænder ben for dem selv i salget.
- Rekruttering af top-performere.
- Bedre brug af synergier i salgsteamet.
- Performance-boost af sælgernes indsatser.

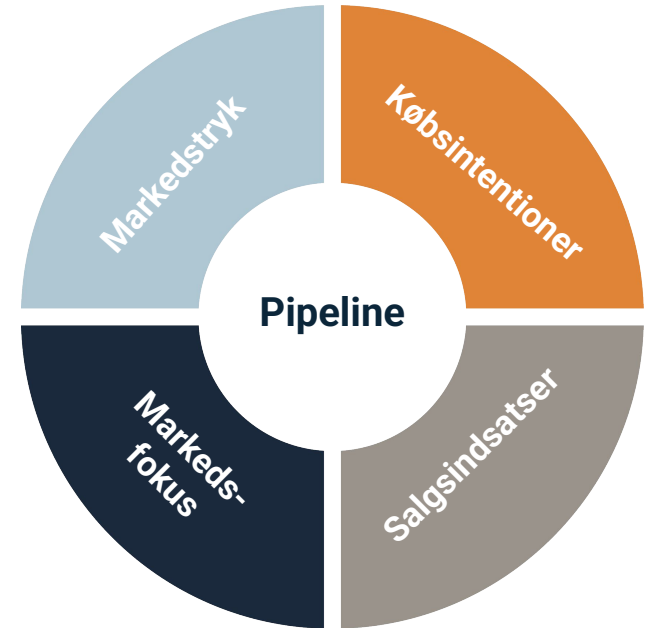
Marketing

- Skarpere intern rollefordeling mellem medarbejderne
- Rekruttering af medarbejdere.
- Bedre intern forståelse af hinanden.
- Bedre samarbejde mellem marketing og salg.



Dagens pointer

1. Få styr på jeres overordnede GTM-strategi
2. Få defineret hvordan I bedst lander nye kunder
3. Få defineret arbejdsopgaverne i hvert step i salgsprocessen
4. Match det op imod den eksisterende organisation (talenttests)
5. Bliv klogere på, hvad I evt. misser pga. nuværende talent-bias
6. Omfordel opgaver, så det matcher talenter
7. Priorité ansættelser de steder, der mangler profiler til at løse opgaver
8. Få mere ud af eksisterende ressourcer





DAGENS POINTE!

For at få et team der top-performer skal du huske:

Hver gang du siger ***"Hvad skal der til"?***

Så skal det følges op af et ***"Hvem skal der til?"***

Med et tilhørende: **"Hvad kræver det af fit?"**