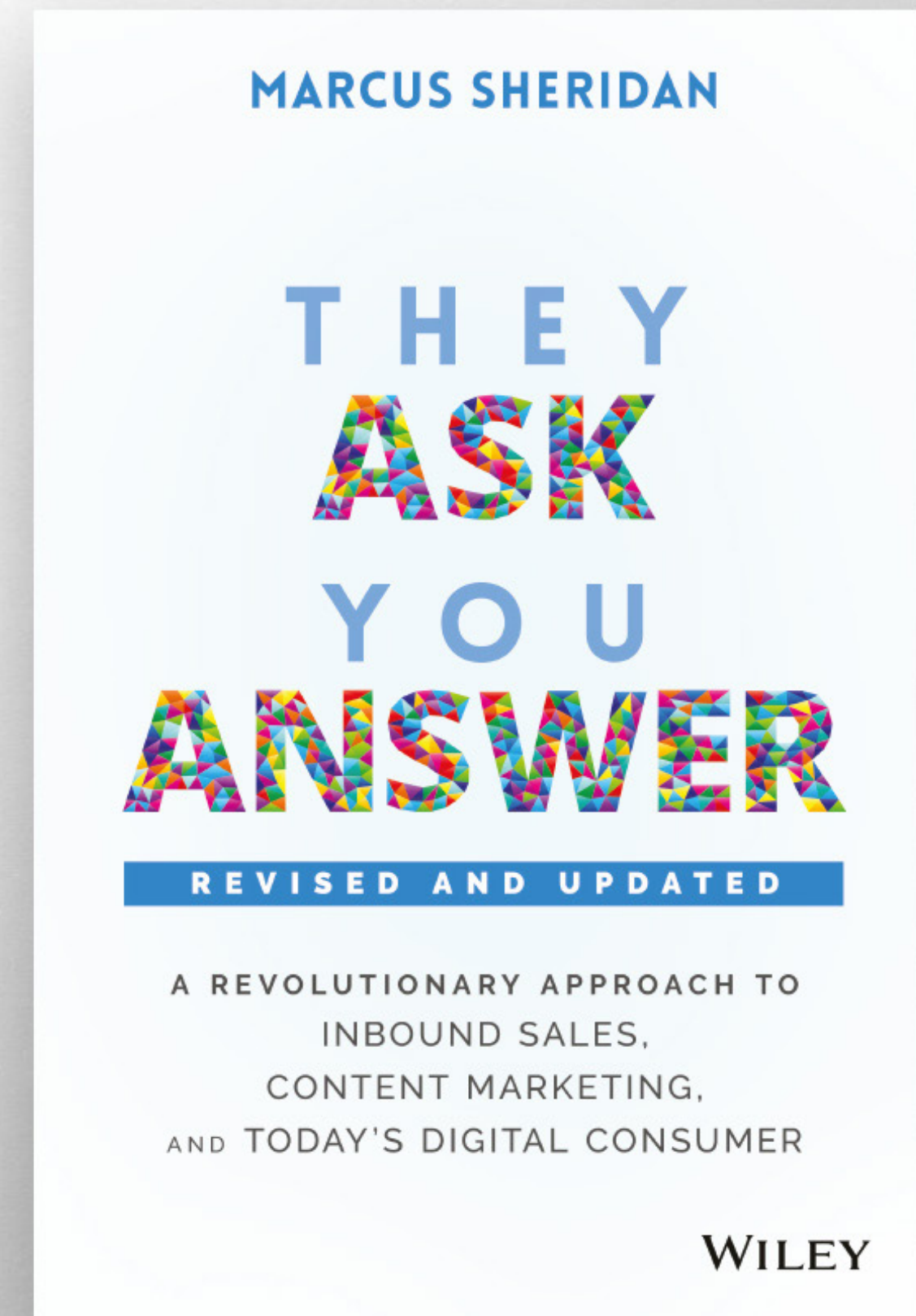


Linjera dina sälj- och
marknadsteam

Inbound- workshop

Transformera din företagskultur till en
som bygger förtroende hos dina köpare
och ger dig nöjdare kunder, snabbare
säljcykler och ökad försäljning.



En workshop som bygger på den bästsäljande boken They Ask, You Answer – ett revolutionerande förhållningssätt till inkommande försäljning, content marketing och dagens tidigitala köpare.

Sättet vi gör affärer har förändrats radikalt de senaste åren

Studier visar att dagens köpare fattar 80% av sina beslut innan de kontaktar en säljare på ett företag.
(Källa: Forrester & Google ZMOT Study)

För att framgångsrikt lyckas sälja till den digitala moderna köparen behöver sälj och marknad jobba tätare tillsammans än någonsin tidigare.

Med en gemensam workshop om hur en inboundkultur skapas, enas sälj, marknad och ledning kring filosofin, strategin och metodiken. De hör samma ord, samma uppmaningar och de bakomliggande orsakerna, samtidigt.

Ledningen kommer att förstå vad som krävs för att lyckas och varför det måste prioriteras

Säljteamet kommer att lära sig hur bra innehåll hjälper dem att sälja mer på kortare tid och vikten av att de hjälper marknadssteamet att skapa innehållet.

Deltagarna kommer att förstå hur köparna har förändrats och hur det påverkar ditt företag – inte minst om workshopen hålls av någon utanför företaget.

Efter den här workshopen kommer varje person i ditt företag att fullt ut förstå och köpa in på:

- Hur den digitala köparen påverkar din försäljning och marknadsföring och varför ett samarbete teamen emellan är viktigt.
- Hur båda avdelningarna kan jobba effektivt tillsammans för att bygga en väl fungerande innehållsdriven strategi.
- Vilka ämnen du bör adressera först.
- Vilka steg du behöver ta internt för att bygga en framgångsrik sälj- och marknadsfunktion.

Vem bör delta i workshopen?

Vi håller ofta den här workshopen som en del av ett företags kick-off, konferens eller event där alla på företaget är med. Det lämpar sig bra eftersom den här workshopen är till för att skapa en företagskultur.

Om det inte är möjligt rekommenderar vi att åtminstone följande personer/roller är med:

- Hela säljteamet inklusive säljchefer
- Hela marknadsteamet
- Företagsledningen inkl vd
- Utmärkande ämnesexperter på företaget
- Alla som är involverade i arbetet med att generera intäkter och innehåll

Vi förstår att det kan vara svårt att få med alla anställda i ett rum en hel dag, men det är viktigt att alla dyker upp för att den här workshopen ska bli framgångsrik. Ledningens involvering signalerar vilken prioritet workshopen bör ha.



Principer och fokusområden

Princip 1: Köparnas förväntningar är inte längre desamma

De senaste tio åren har vi förändrats radikalt som köpare.

Att förstå hur och varför vi idag är mer självständiga som köpare och hur det påverkar köpresorna är grundläggande för din digitala marknadsföring och försäljning.



Princip 2: Hur köpare använder Google och sociala medier

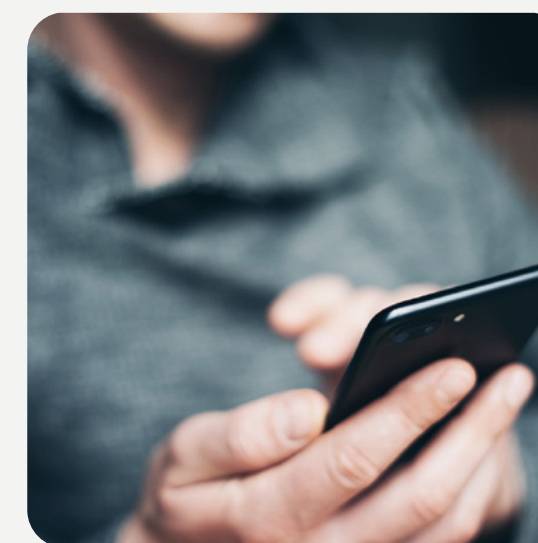
Även om troligen alla känner till Google och LinkedIn är det inte alla som förstår hur dessa plattformar fungerar, och än mindre hur de används av köpare.

Att förstå hur köparna använder digitala kanaler för att kunna fatta sina köpbeslut är en viktig del i att maximera din närvaro online.

Princip 3: Hur köpare gör research och The Big Five

The Big Five är de fem grundstenarna i affärsramverket They Ask, You Answer. Ett ramverk vi på Grown coachar och vägleder våra kunder i.

Det handlar om de fem frågor alla köpare vill ha svar på – men som de allra flesta företag ändå inte besvarar på sin hemsida.



Princip 4: Brainstorma content-idéer

Att tillsammans med de övriga avdelningarna och mötesdeltagarna brainstorma fram content-idéer kommer att leda till ökat engagemang och hundratals uppslag till content.

Nyckeln ligger i att utgå från frågorna dina kunder ställer och vill ha svar på. Idéerna utgör sedan ett perfekt underlag för starten eller fortsättningen av er innehållsproduktion.

Forts.

Princip 5: Vilken påverkan innehåll kan ha på säljprocessen och affärerna

Många missar hur bra innehåll kan ha stor påverkan på företagets försäljning och underskattar köparens vilja att utbilda sig på egen hand, även efter att en säljare kommit in i bilden.

Med rätt innehåll, använt på rätt sätt, kan du korta ner dina säljcykler och öka antalet stängda affärer avsevärt. Dessutom ser dina säljare nyttan med innehållet direkt.



Princip 6: Varför allas röster och kunskap är nödvändigt för framgång

Det enklaste sättet att misslyckas med inbound marketing är att se det som en uppgift för marknadsavdelningen. Om en medarbetare inte ser sin egen roll i innehållsproduktionen är det ett problem.

Sälj, kundservice och ledningen har alla olika insikt och perspektiv på hur en kund behöver och kan få hjälp.

Princip 7: Era redaktionella riktlinjer

Väl fungerande inbound är beroende av innehåll i form av både text och video, som håller bra kvalitet och kommer ut i en hög takt.

Med hjälp av smidiga processer och smarta tillvägagångssätt kan ni skapa ert innehåll löpande utan avbrott, med mindre budget.

Rätt utfört kan ni snart bli den mest betrodda rösten i er bransch.



Princip 8: Med blicken mot framtiden

Att hela bolaget har rätt inställning kring ert innehåll är viktigt. Men, det är också viktigt att ni alla förstår vad som krävs för att ni faktiskt ska nå ert mål – och hur ni kan sätta käppar i hjulet för er egen framgång.

Genom att blicka framåt kan ni tillsammans se vad som kommer att krävas av var en och en som är involverad för succé, och vad som kommer att förhindra en framgång.

Exempel på agenda

De flesta av våra workshops består av 2–3 olika delar där första delen är strategisk och de senare mer operativa. Den sista delen anpassas särskilt efter deltagarna men tar avstamp i någon eller några av principerna från They Ask, you Answer som t.ex. The Selling 7 (video) eller Assignment Selling (försäljning).

Fysisk workshop på plats hos er eller hyrd lokal

Den här typen av workshop kan hållas fysiskt eller online. Detta är endast ett exempel på agenda. Innan du bokar in en workshop för ditt företag kommer vi diskutera dina mål och göra eventuella justeringar utifrån det.

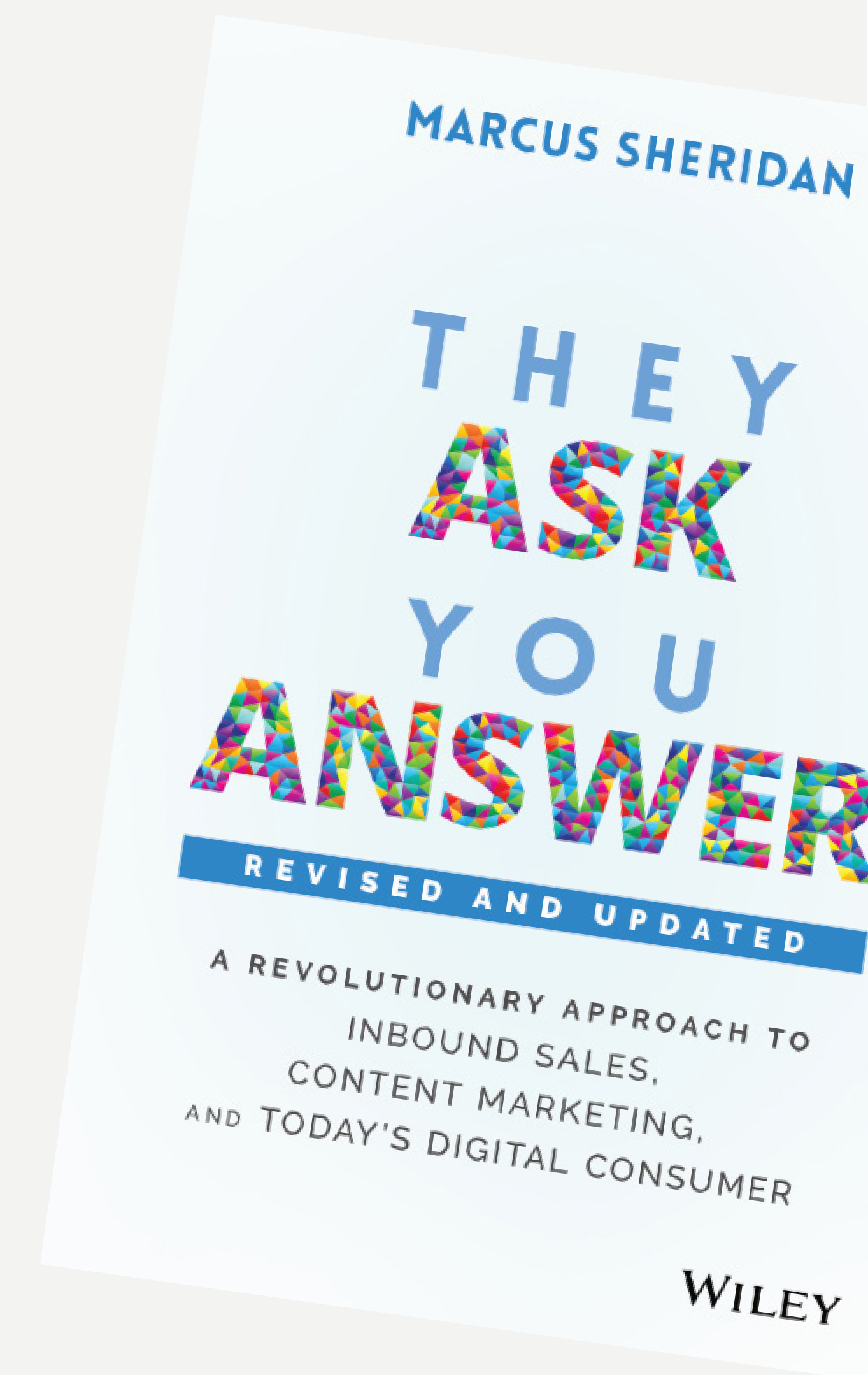
8:30 – 9:00 Frukost
9:00 – 9:15 Förväntningar på workshopen
9:15 – 10:45 Del 1: Den digitala köparen
10:45 – 11:00 Paus
11:00 – 12:30 Del 2: The Big 5 (Innehåll)
12:30 – 13:30 Lunch
13:30 – 15:00 Del 3: The Selling 7 (Video)
15:00 – 15:30 Paus
15:30 – 17:00 Återkoppling med ledningen

Digital Workshop

För digitala workshops rekommenderar vi att vi delar upp den i två 3-timmars sessioner fördelat över två dagar inom samma vecka (t.ex. tisdag och onsdag). På så sätt håller vi fokus och behåller energin.

Dag 1
9:00 – 9:15 Förväntningar på workshopen
9:15 – 10:45 Del 1: Den digitala köparen
10:45 – 11:00 Paus
11:00 – 12:30 Del 2: The Big 5

Dag 2
9:00 – 9:15 Check-in
9:15 – 10:45 Del 3: The Selling 7
10:45 – 11:00 Paus
11:00 – 12:30 Återkoppling med ledningen



Möt din certifierade workshopledare

Digital coach, strateg, keynote speaker



Magnus Brynestam är en av Sveriges internetpionjärer och är idag en frekvent anlita digital coach, keynote-talare och strateg.

Magnus drivs av att skapa insikt och förändring hos publiken. På ett pedagogiskt och inspirerande sätt, med människan i fokus, motiverar han dagligen företagsledningar, marknadschefer och säljteam till kloka initiativ och satsningar inom modern digital marknadsföring.

”När jag var 20 år blev jag kontaktad av Björn och Benny från ABBA.

– Vi har sett din hemsida om Kristina från Duvemåla och vill att du gör vår officiella, sa dem.

Jag köpte en kavaj, satte mig på tåget från Blekinge till Stockholm och har sedan dess hjälpt 360+ företag och varumärken inkl. ABBA, Roxette, Universal Music, Ericsson, Telia, Semcon och Atlas Copco att bli bättre på att möta sina kunder digitalt.”

Magnus är idag VD och coach på strategibyran Grown

och har tidigare talat på både privata och publika events bl.a. Internet i fokus, Internet Marketing Conference, Internetdagarna, IMC Executive Training Day, Biblioteket Live m.m.

Magnus är personligt tränad, coachad och certifierad av Marcus Sheridan, författare till boken They Ask, You Answer, att hålla denna workshop.

*”Magnus gjorde en fantastisk presentation på IMC. Publiken sa Aha, ja och nickade frekvent. Han fick mycket goda omdömen efter sin session”
Lennart Svanberg, IMC Stockholm*

*”Magnus har förmågan att lyfta företags sätt att se på de digitala kanalerna som möjligheter och hitta nya sätt att bli marknadsledande”
Dennis Axné, Digital Strateg*

*”Magnus är utan tvekan den smartaste internetstrateg jag någonsin haft nöjet att arbeta med”.
Mikael Palmér, Head of Digital Strategy, TietoEvry*

”En riktig vildhjärna, i ordets mest positiva bemärkelse.”

Investering

Workshopen innebär en engångsinvestering om 45 000 kr + moms.

För fysiska workshops tillkommer en fast rese- och logikostnad på 5 000 kr inom Sverige.

Anpassningar av workshopen kan innebära justeringar uppåt eller nedåt. Exempelvis genomför vi workshopen även som 2–3 heldagar (bootcamp).

Många väljer också att köpa till kompletterande coaching där Grown stöttar marknads- och säljteamen under en period av 8–12 veckor efter workshopen.

Därefter kan ni som företag välja om ni vill fortsätta att implementera principerna ni lärt er på egen hand eller om ni vill ha fortsatt stöd och vägledning av oss på Grown.

Om Grown

Bygg förtroende och vinn stort i dagens digitala kunddrivna värld.

Grown jobbar tillsammans med dina sälj- och marknadssteam för att hjälpa er ta kontroll över er egna digitala marknadsföring. Vi frigör potentialen hos dina team genom att lära er hur ni snabbar upp säljcyklerna, ökar kvaliteten på era leads och hur ni når era försäljningsmål – utan att sitta i knät på externa byråer.

Vi har en något annorlunda syn på vad inbound marketing handlar om. Vi pratar dagligen med företag som delar med sig av sina upplevelser:

”Vi tror verkligen på inbound marketing, men våra tidigare erfarenheter har inte gett oss de resultat vi förväntade oss”.

Problemet är oftast inte inbound marketing, utan genomförandet.

På Grown anser vi att företag bör ta hand om majoriteten av sina marknadsaktiviteter inhouse – särskilt

innehållsproduktion – och att deras byrå bör stötta den satsningen och finnas där som coach och rådgivare på resan mot de önskade resultaten.

Därför skriver vi inte längre våra kunders bloggartiklar, skapar deras videor eller schemalägger deras e-postutskick.

Vi lär dem hur de gör det själva och jobbar tillsammans med företagets ledning, sälj- och marknadssteam för att ge dem kompetensen, strategin och självförtroendet de behöver för att nå sina försäljnings- och tillväxtmål.

Grown är certifierad i affärsramverket **They Ask, You Answer** som är det mest använda och bevisade ramverket för inbound marketing i världen. Det innebär att vi har tillgång till några av världens mest beprövade strategier och metoder.

Läs mer om oss på grown.se

