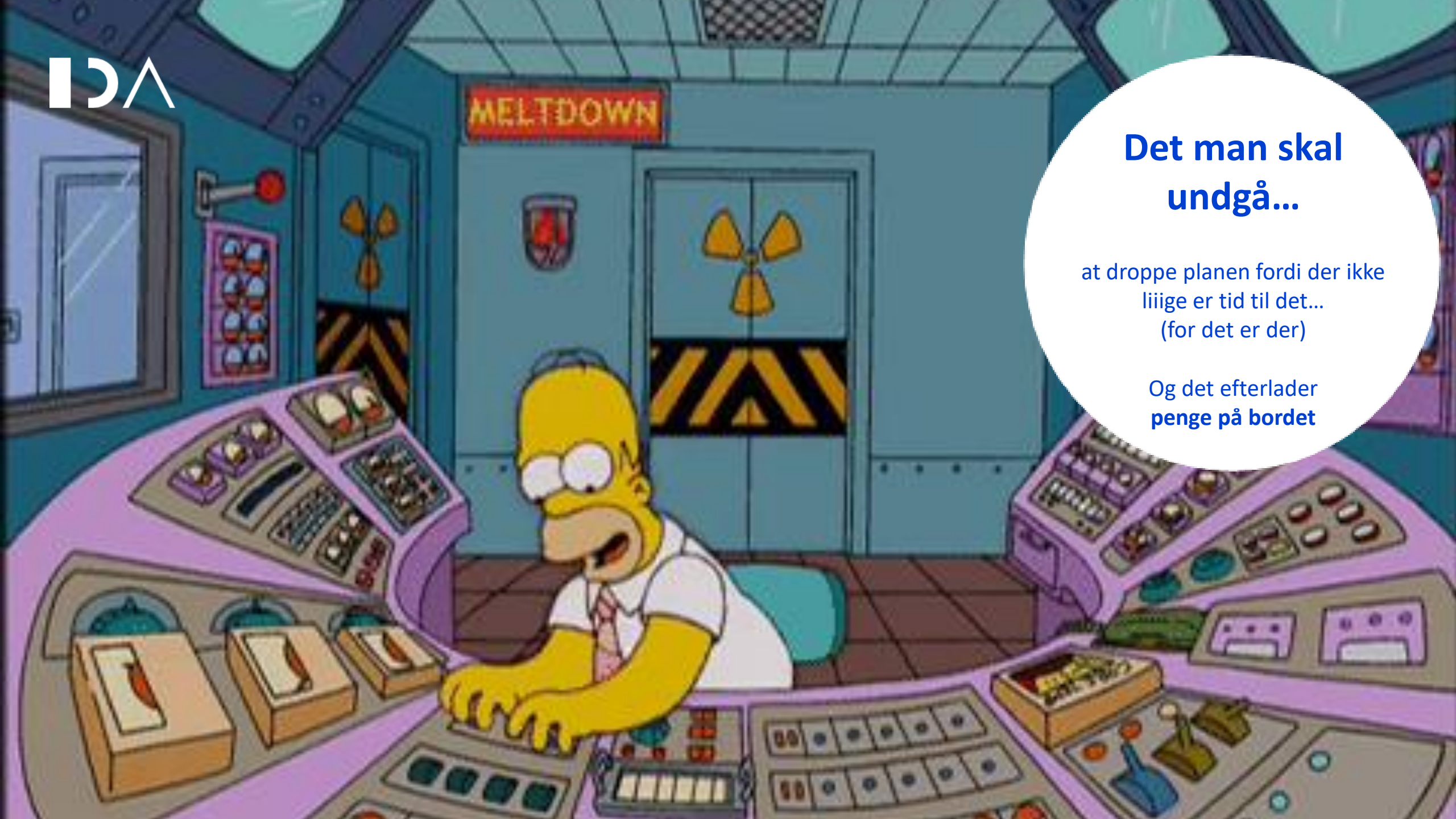




# Fra spredelhagl til præcision

Hvordan man fanger menneskers opmærksomhed i en Informationsmættet virkelighed – og konverterer dem til kunder





## Det man skal undgå...

at droppe planen fordi der ikke liige er tid til det...  
(for det er der)

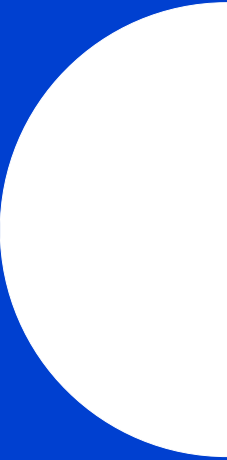
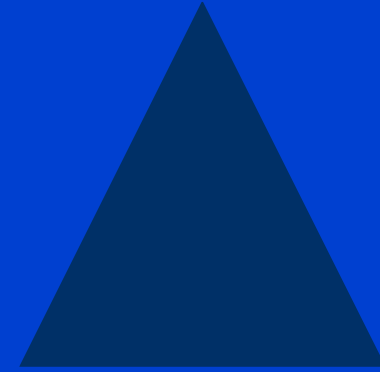
Og det efterlader penge på bordet

A man with long, curly brown hair and a beard, wearing a dark jacket over a patterned shirt, is holding a large, glowing torch aloft in his right hand. He is also holding a handgun in his left hand. The background is a blurred industrial or construction site with various pipes and structures.

## Det man skal undgå...

At være alle steder (dårligt)  
uden at overveje formål

Det er  
**spild af ressourcer**



# Men først noget om brugere...

Og hvorfor du har brug for at inddrage det i både din content- og kanalplan







## Dine kunder er begge dele

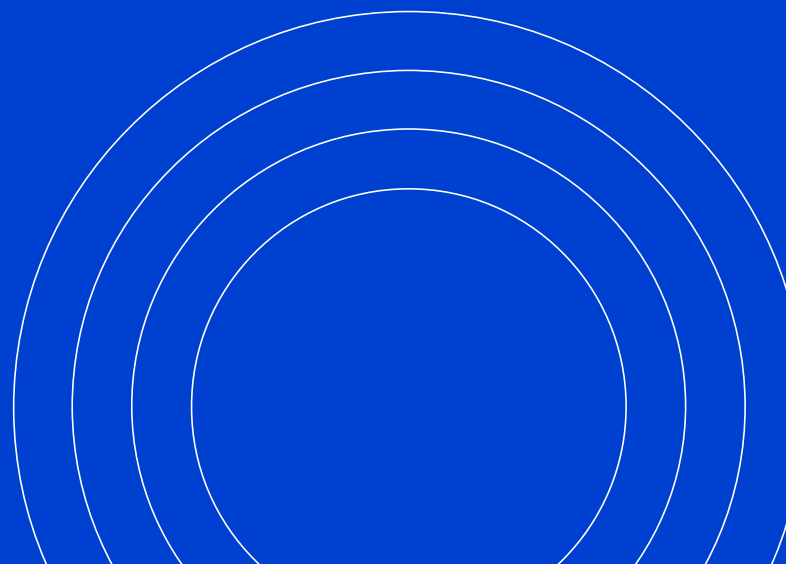
De har både erkendte og  
ikke-erkendte behov

Og måden du kommunikerer på  
**skal tage højde for det**

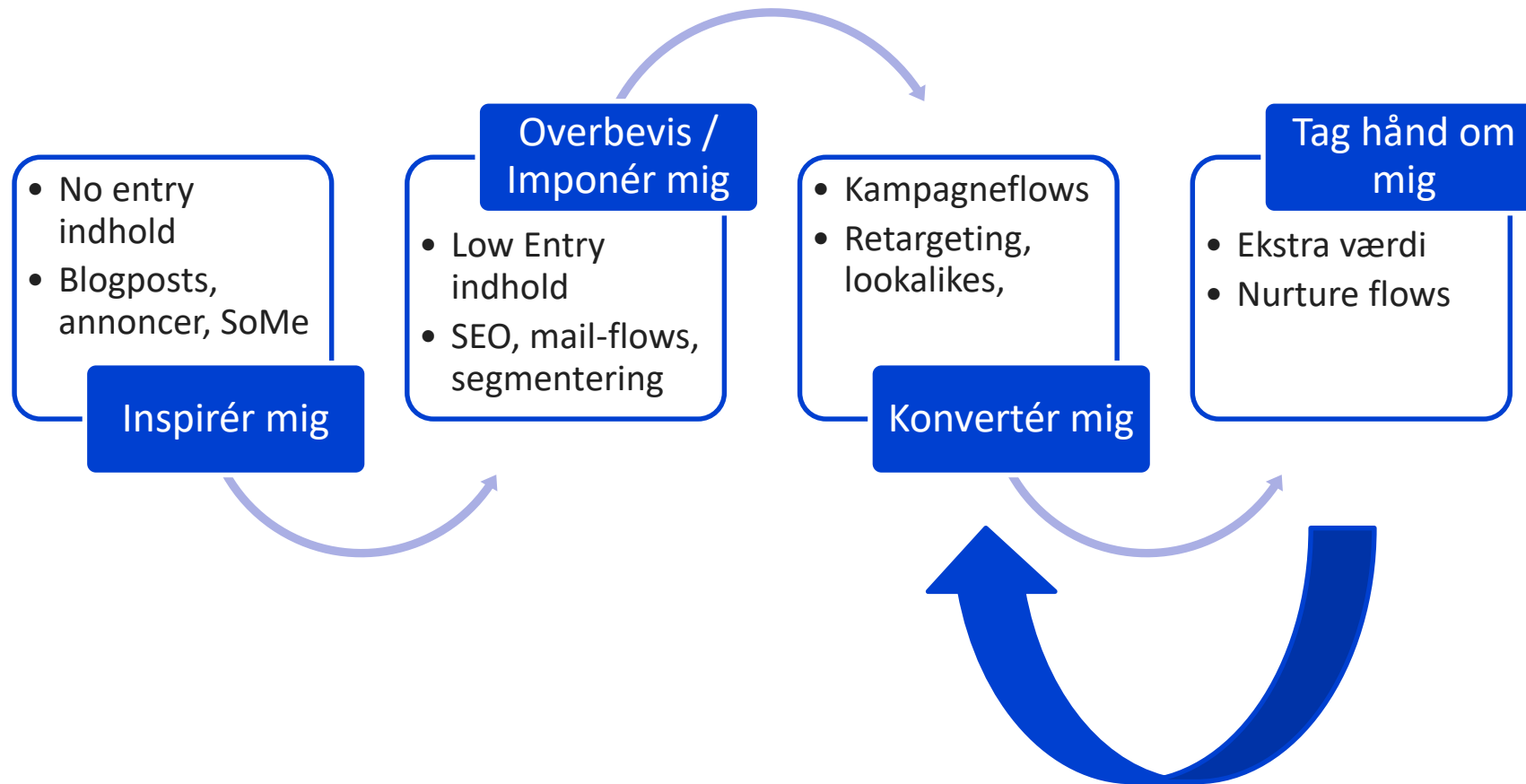


# Og så tilbage til planen...

Og de fire trin, som du altid bør indtænke, hvis du gerne vil optimere dit salg



# Men hvordan tilrettelægger man det så?



Det handler om at skabe et loop...





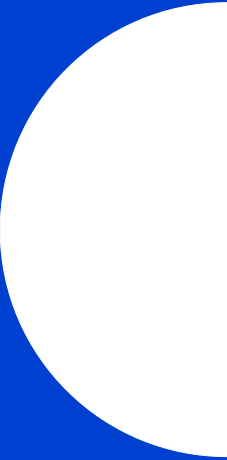
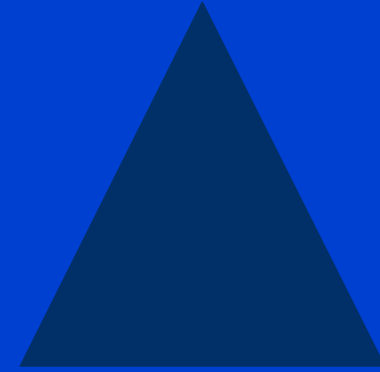


## Det man skal gøre...

Opstil målsætninger og planlæg  
kundernes konverterings-rejse

Det vil sikre  
**optimale betingelser for salg**

*And I love it when a plan comes together.*



# Tak for i dag!

Hvis du vil fortsætte diskussionen digitalt:  
LinkedIn: Lasse Schelbeck

