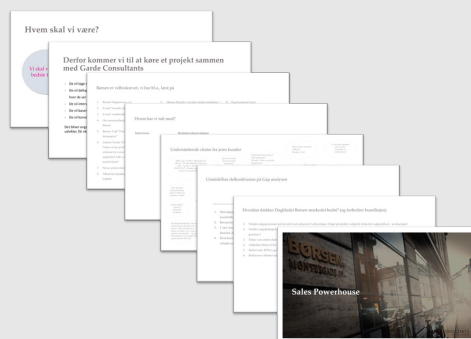


HVORDAN DAGBLADET BØRSEN VENDER SALGSKURVEN I SVÆRT MARKED GAP ANALYSE AFDÆKKER POTENTIALER OG MULIGHEDER

BØRSEN

- Udgangspunkt**
- Ambitionen er at være bedst til salg, sætte kunden først og agere professionelt
 - Abonnement & Annoncesalg skal transformeres ift. pipeline, digital omsætning
 - Velbeskrevet og analyseret afdeling med salgsproces, værditilbud mfl.
- Udfordring**
- Google/FB æder annonceomsætning og fyldt ordrebog kræver ny adfærd
 - Stor performancevarians i aktivitetsniveau og resultater
 - Mange forbehold for ny adfærd (administration, marketing, produkter, pris...)
- Proces**
- Deep Dive i strategi, analyser, segmentering, bonusmodel, NPS, Native, 'pitch' onboarding af kunder og medarbejdere, tool-box osv.
 - Dybdeinterview af ledelse, support, kommunikation, journalister mfl.
 - 16 dages observation 'live' af 4 ledere/12 sælgere efterfulgt af kundeinterviews
 - Bearbejdning af al indsamlet data samt afrapportering til ledelse og 3 afdelinger
- Resultat**
- Indsigter konsolideret 'udefra-ind' fx reelle købsmotiver, bagvedliggende årsager til aflysningsprocenter, barrierer i samarbejde/kultur mm.
 - anbefalinger 'der virker fra på mandag', om 3-6 mdr. og om 6-12 mdr. fx kvalitativ segmentering, organisering, kortere salgscyklus, mindre 'churn', nye KPI'er mfl.
 - Kortlægning af kopierbare 'succesopskrifter' for Annonce & Abonnement samt beskrivelse af transformationen 'As-is' og 'To-be' for ledelse og de to afdelinger
- Tipping points**
- Mod hos ledelsen til at også selv at blive observeret 'live'
 - Oprigtig nysgerrighed på forbedringspotentialer internt og eksternt
 - Stringent koordinering af 'realtime' kundebesøg
- Slutprodukt**
- Stort mersalgspotentiale identificeret (SoW) samt styrkepositioner bekræftet
 - Lavthængende frugter fx team sammensætning, målepunkter, priser, rabatter...
 - Data, fakta og beslutningsgrundlag til 'hvordan' Børsen vender salgskurven



“
TUSIND tak for et rigtig godt stykke arbejde. Som Bjarne (Corydon) sagde: "Ofte får man for lidt eller det forkerte ud af denne slags projekter, men det er faktisk ikke tilfældet for dette projekt". Og jeg er enig. Salgsteamet tog rigtig godt imod det og var meget positive bagefter – hvilket er stort cadeau til jer for de var meget skeptiske inden 😊
”

- Mette Overbeck
CCO - Brands

GARDE CONSULTANTS
CHANGE CAPABILITY