

LAZZAWEB

Få kvalificerede leads på autopilot



FÅ KVALIFICERED LEADS PÅ AUTOPILOT

Reality check for dansk leadgen i 2025



Stigende annoncepriser

Det bliver dyrere at annoncere, så hver en krone tæller, hvis vi skal fortsætte med at vækste.



Hårdere konkurrence

Konkurrencen om købernes opmærksomhed er hårdere end nogensinde. Et stærkt brand slår hurtigere leadgen-tricks.



AI i marketing er ikke længere "nice to have"

AI er en direkte fordel, inden for content creation, data-analyse, marketingstrategi mv. De fleste har bare ikke set potentialet endnu.

**Vi skal bevise ROI hurtigere,
mere effektivt – og med
færre ressourcer**

Introduktion



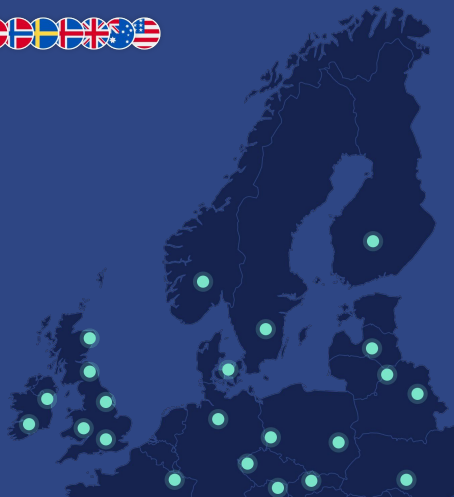
Ellen O'Connor

CLIENT MANAGER

ET PRISVINDENDE MARKETING POWERHOUSE

Hvem er LAZZAWEB?

Kunder i 50+ markeder



1.500+ brands

BESTSELLER

*Design Cykler**Lukstas* BABY
L'ETHEREAL BABY
1800-888-8888**Plusbog**

SINNERUP

C aalborg portland

WINTER
STUDIOWATERY
ALT TIL VANDSPORT**bundgaard**
EST. 1966

TROMBORG

**DEN SIESTE
PLASKE**BEIERHOLM
VI SKABER BALANCE

VIAMAJA

Agria
DyreforsikringAALBORG
zoo

RISMA

LUCCASHERO

inMobile

Erling Christensen Møbler

RADIANT



45+ awards



Marketing Agency of the Year



Large Paid Media Agency of the Year



Best Global Integrated Search Agency



Integrated Search Agency of the Year



Best Large Integrated Search Agency



Paid Social Media Campaign of the Year



Best Global Integrated Search Agency



Best Integrated Campaign

I dag gennemgår vi 3 budskaber

Skab kvalificerede leads på autopilot

- 1 Hvis jeres leadstrøm stopper, når budgettet stopper – så har I en kampagne, ikke en leadmotor.
- 2 Marketing og salg er som et ægteskab – uden alignment ender vi i skilsmisse.
- 3 De vigtigste KPI'er er dem, der kan mærkes på bundlinjen.

Budskab 1

Hvis jeres lead-strøm stopper, når
budgettet stopper – så har I en
kampagne, ikke en leadmotor

95% af dine potentielle kunder er
ikke i markedet lige nu – kun 5% er
klar til at købe

1. Unaware

60 %

2. Problem aware

20 %

3. Solution aware

10 %

4. Product/service aware

7 %

5. Most aware

3-5 %

1. Unaware

60 %

Kører økonomiopgaverne
som altid – uden at stille
spørgsmål.

2. Problem aware

20 %

De synes,
revisionsopgaven er blevet
tung internt

3. Solution aware

10 %

Ønsker at outsource
opgaven

4. Product/service aware

7 %

Overvejer Beierholm eller
PwC

5. Most aware

3-5 %

Er klar til at underskrive

1. Unaware

Marketingkanaler



Content-strategi

Thought leadership Problemmuere historier
 Branding-videeer uden hård CTA
 Brancheindsigter

Datapunkt



Fokus på at skabe top funnel awareness og gøre målgruppen nysgerrig

2. Problem aware

Marketingkanaler



Content-strategi



Datapunkt



Få målgruppen til at erkende og prioritere problemer, som jeres produkt/løsninger kan løse

3. Solution aware

Marketingkanaler



Content-strategi



Datapunkt



Fokus på at positionere jeres virksomhed som ekspert inden for jeres branche

4. Product/service aware

Marketingkanaler



Content-strategi



Datapunkt



Skaber varme leads med produkt- eller servicepræsentation

5. Most aware

Marketingkanaler



Content-strategi



Datapunkt



Induktion og direkte salgsbevægelse

Campaign Group Name	Off/On	Status	Spent	Impressions	Average CPM
☐ Top Funnel spotlight ID: 714278624 • Website Conversions		Paused	€104.29	538,422	€0.19

1. Unaware

Marketingkanaler



Content-strategi

Thought leadership Problemnære historier
Branding-videoer uden hård CTA
Brancheindsigter

Datapunkt

Fokus på at skabe top funnel awareness og gøre målgruppen nysgerrig

2. Problem aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Blogindlæg/Artikler Lead Magnets
Infomail-flows Infografikker

Datapunkt

Få målgruppen til at erkende og prioritere problemet, som jeres produkter/tjenester kan løse

3. Solution aware

Marketingkanaler



Content-strategi



Datapunkt

Fokus på at positionere jeres virksomhed som ekspert inden for jeres branche

4. Product/service aware

Marketingkanaler



Content-strategi



Datapunkt

Fokus på at skabe leads med produkt- eller serviceoplysninger

5. Most aware

Marketingkanaler



Content-strategi



Datapunkt

Fokus på at skabe leads

90% af B2B-købere ender med at vælge en leverandør, de allerede havde i tankerne, før de startede research.

1. Unaware

Marketingkanaler



Content-strategi

Thought leadership Problemløser historier
Branding-videoeer uden hård CTA
Brancheindsigter

Datapunkt



Fokus på at skabe top funnel awareness og gøre målgruppen nysgerrig

2. Problem aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Blogindlæg/Artikler Lead Magnets
Infomail-flows Infografikker

Datapunkt



Få målgruppen til at erkende og prioritere problemet, som jeres produkter/tjenester kan løse

3. Solution aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Case-studier Webinar Guides
Remarketing indhold Mail nurture flows

Datapunkt



Fokus på at positionere jeres virksomhed som eksperter inden for jeres branche

4. Product/service aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Case-studier Webinar Guides
Remarketing indhold Mail nurture flows

Datapunkt



Fokus på at positionere jeres virksomhed som ekspert inden for jeres branche

5. Most aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Case-studier Webinar Guides
Remarketing indhold Mail nurture flows

Datapunkt



Fokus på at positionere jeres virksomhed som ekspert inden for jeres branche

1. Unaware

Marketingkanaler



Content-strategi

Thought leadership Problemnære historier
Branding-videoer uden hård CTA
Brancheindsigter

Datapunkt

Fokus på at skabe top funnel awareness og gøre målgruppen nysgerrig

2. Problem aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Blogindlæg/Artikler Lead Magnets
Infomail-flows Infografikker

Datapunkt

Få målgruppen til at erkende og prioritere problemet, som jeres produkter/tjenester kan løse

3. Solution aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Case-studier Webinar Guides
Remarketing indhold Mail nurture flows

Datapunkt

Fokus på at positionere jeres virksomhed som eksperter inden for jeres branche

4. Product/service aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Demovideoer Gratis prøver
Deep-dive content Remarketing indhold

Datapunkt

☒ Aktivér varme leads med produkt- eller servicespecifik viden

5. Most aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Thought leadership Problemnære historier
Branding-videoer uden hård CTA
Brancheindsigter

Datapunkt

Fokuser på at skabe top funnel awareness og gøre målgruppen nysgerrig

Har I call-center på, som ringer ud
til potentielle købere, så hjælp med
at nudge dem

Upload lead-listerne til
LinkedIn/Meta og målret
selvsamme personer

1. Unaware

Marketingkanaler



Content-strategi

Thought leadership Problemnære historier
Branding-videoer uden hård CTA
Brancheindsigter

Datapunkt



Fokus på at skabe top funnel awareness og gøre målgruppen nysgerrig

2. Problem aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Blogindlæg/Artikler Lead Magnets
Infomail-flows Infografikker

Datapunkt



Få målgruppen til at erkende og prioritere problemet, som jeres produkter/tjenester kan løse

3. Solution aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Case-studier Webinar Guides
Remarketing indhold Mail nurture flows

Datapunkt



Fokus på at positionere jeres virksomhed som eksperter inden for jeres branche

4. Product/service aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Demovideoer Gratis prøver
Deep-dive content Remarketing indhold

Datapunkt



Aktiver varme leads med produkt- eller servicespecifik viden

5. Most aware

Marketingkanaler



Content-strategi

Onboarding-materiale
Successhistorier Implementationsguides

Datapunkt



Luk aftaler og skab advocacy

Budskab 2

Marketing og salg er som et
ægteskab – uden alignment
ender vi i skilsmisse

IP-tracking

IbakkeAutopilotEksportTriggerRapporteringLeadbot

 | Partner-portal  |  Laz

Virksomhedsnavn	Medarbejdere	URL	Telefonnum...	Sider	Sessioner	Varighed	Linkedin
 Novo Nordisk A/S	33,090	novonordisk.dk	45 88 08 00	18	10	7m	https://www.link...
 Vestas Wind Systems A/S	14,365	vestas.com	97 30 00 00	22	12	11m	https://www.link...
 Scania Danmark A/S	13,801	scania.com	33 32 70 44	36	11	6m	https://www.link...
 Flsmidth A/S	13,496	fls.com	36 18 10 00	5	2	2m	https://www.link...
 SAS Institute A/S	12,411	sas.com	33 96 95 54	2	2	2m	https://www.link...
 Cbre Investment Managemer	10,103	cbre.com	+44 161 442 68...	8	1	2m	https://www.link...
 LEGO System A/S	8,516	lego.com	79 50 60 70	2	2	1m	https://www.link...
 Rederiet A. P. Moller A/S	7,789	maersk.com	33 63 40 00	28	9	9m	https://www.link...
 Aero Sense Technologies Ho	7,246	siemens.com	+44 1234 567890	10	5	4m	https://www.link...
 Bestseller Logistics A/S	4,410	bestseller.com	99 42 39 41	17	10	10m	https://www.link...
 Bestseller A/S	4,410	bestseller.com	99 42 39 41	21	18	11m	https://www.link...
 Jysk A/S	2,815	jysk.dk	89 39 75 00	2	2	30s	https://www.link...

Leadscore

Score udløser handling



Score **75+** = direkte til sælger



Score **45-74** = nurture flow



Score **<45** = ingen handling



ICP-fit

+50



Branche



Størrelse



Tech-stack



Geografi



Engagement

+15



Besøg



Tid på site



Downloads



Email-åbning



Intent

+35



Pris-side



ROI-kalkulator



Demo-request



Kontaktform

Marketing hjælper hele vejen

**Ellen Alice O'Connor Bak | LAZZAWE**
to f [redacted] 16. jun 2025 at 10:42 GMT+2
> ● Opens: 10 Clicks: 0

Hej [redacted]

Jeg vil gerne række ud helt uforpligtende, da jeg synes, at [redacted] er yderst interessant.

Vi har igennem de sidste 10 år hjulpet mange virksomheder med at øge deres bundlinje gennem digital marketing, og ofte starter det hele bare med en uformel dialog.

Derfor: Hvis du har lyst, tager vi gerne 20-30 minutters sparring, hvor vi kigger ind i:

- Hvilke vækstmuligheder vi ser i markedet for jer (Vores seneste analyse viser, at **51%** af ad spend **bruges uprofitabelt**)
- Hvordan andre virksomheder har grebet det an (Vi har hjulpet Spar Nord, Beierholm, BESTSELLER, Luksusbaby)
- Konkrete learnings I kan tage med, uanset hvad næste skridt bliver

Hvis det har interesse, så skriv endelig retur – jeg lover, det bliver både skarpt og værdifuldt.

Hej Ellen,

Tak for din mail – og for din interesse.

Vi har netop lanceret Campaignbuilder og bruger de kommende måneder på at finjustere platformen baseret på den feedback, vi allerede har modtaget.

Derfor er vi endnu ikke klar til den store marketingindsats. Du er dog meget velkommen til at tage kontakt igen efter sommerferien. På det tidspunkt forventer vi at være klar med den nyeste version af platformen og kan tage dialogen videre :)

Rigtig god sommer

Mvh

Hej Ellen,

Tak for tilbuddet.

Jeg er klar på en måneds tid at tale med dig. Lige nu retter jeg selv med google ads til, og skal lige se hvordan det virker.

Mange hilsner

Marketing hjælper hele vejen

9 leads

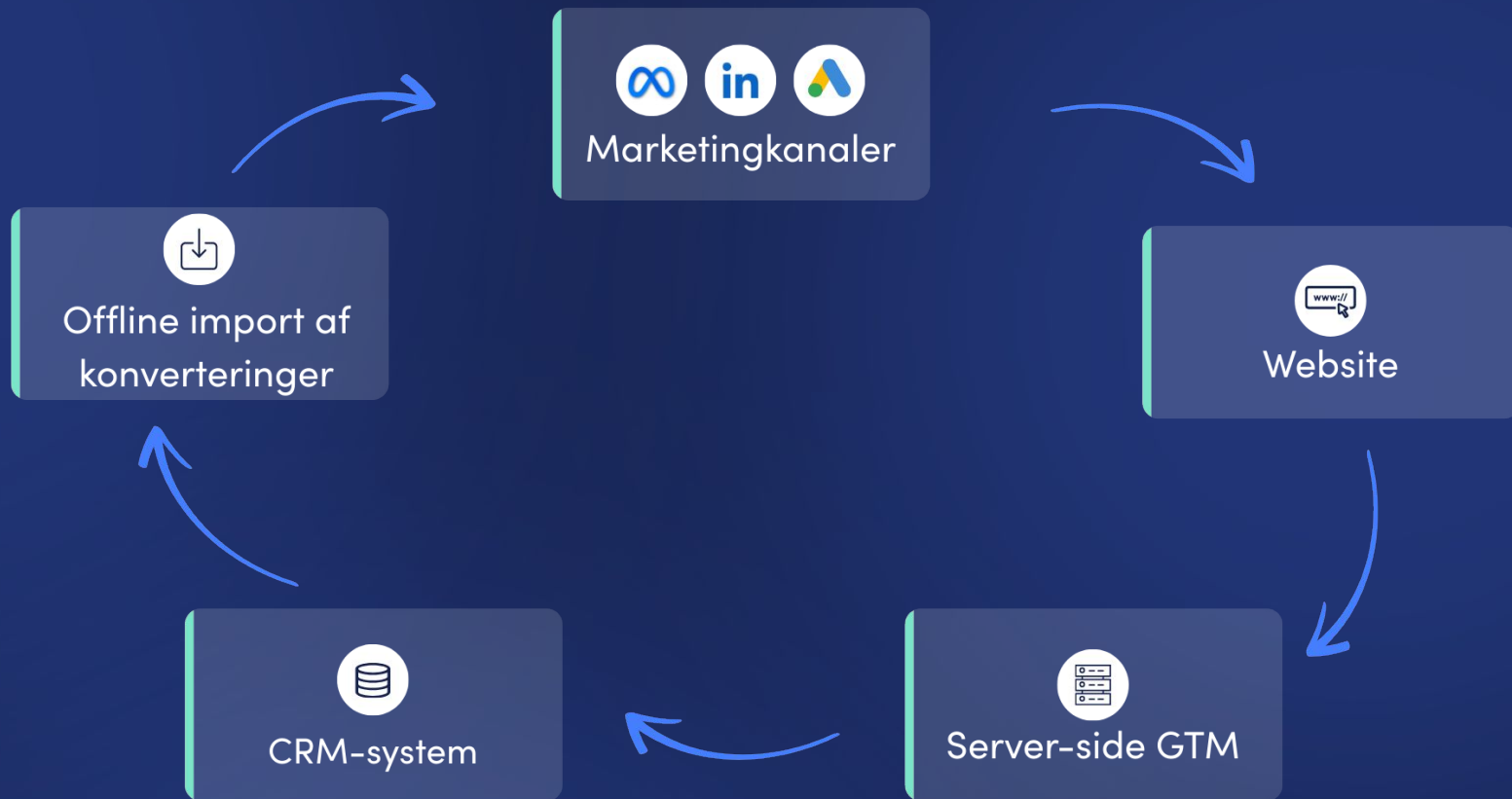
```
graph TD; A[9 leads] --> B[5 møder]; B --> C[2 kunder];
```

5 møder

2 kunder

Budskab 3

De vigtigste KPI'er er dem, der
kan mærkes på bundlinjen



Betaler du for leads – eller for resultater?

ROI-drevet marketing

Uden fokus på lead-kvalitet bliver leads bare en udgift. Med værdibaseret stages bliver de en investering.

Leads

Opportunities

Proposal sent

Won

Eksempel:

- Annoncebudget: 15.400 kr

Cost per lead:
154 DKK v. 100 leads

Cost per Opportunity

Cost per Proposal:

Cost per Acquisition:
350 DKK. v 44 kunder

CAC beregning

(Samlede omkostninger til salg og marketing)

Antal nye kunder

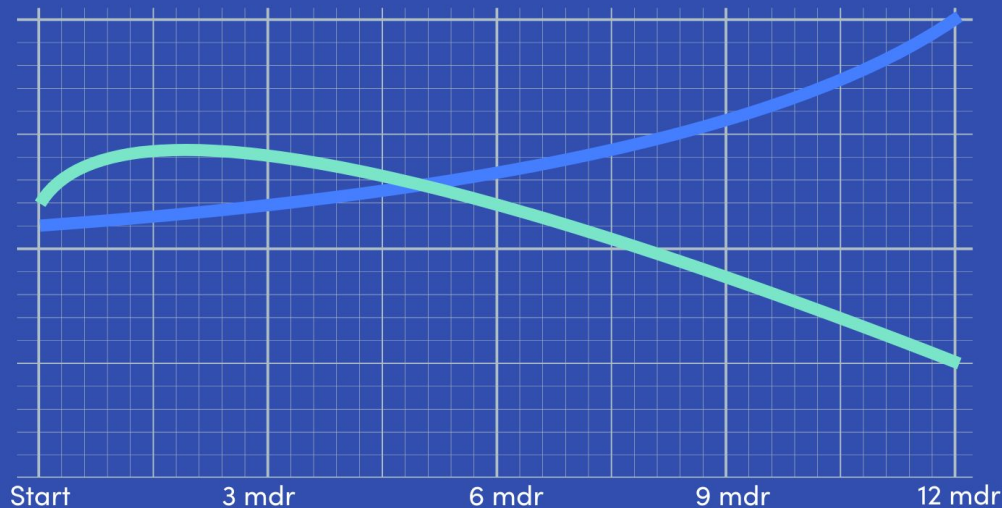
Forretningskritiske KPI'er



Lifetime Value



Customer Acquisition Cost (CAC)



LAZZAWEB



LAZZAWEB

Key takeaways

FÅ KVALIFICERED LEADS PÅ AUTOPILOT

Key takeaways

1. Leads på autopilot skabes, når marketing og salg arbejder som én maskine – ikke to siloer.
2. Leadscoring: ICP-fit, engagement og intent er din motor – ikke rå mængder af tilfældige leads.
3. AI gør det muligt at berige, score og nudge leads i realtid – uden manuelle processer.
4. ROI-drevet marketing handler ikke om cost per lead, men om Customer Acquisition Cost (CAC).
5. Den stærkeste leadmotor bygges på data, automatisering og et brand, kunder allerede stoler på.

LAZZAWE

LAZZAWE

**Har du spørgsmål, så
find os på vores stand**