

# MARKEDSFØRING - MARKEDSFØRING

## Få struktur på din markedsføring

Du skal organisere og planlægge din markedsføring, så den bliver effektiv og målrettet. Det handler om at skabe en systematisk tilgang til, hvordan du kommunikerer med dine kunder og opbygger virksomhedens position på markedet.

Dette dokument er opdateret: 06/11/2025

## Hvorfor skal du arbejde med struktur på din markedsføring?

At have en strategi og en plan er det, der skaber struktur i din markedsføring. Det sikrer, at du arbejder målrettet og konsekvent i stedet for tilfældigt og ustruktureret. Og når du arbejder systematisk, får du bedre resultater og kan løbende forbedre din indsats.

### En strategi giver retning

Strategien hjælper dig med at beslutte, hvad du vil opnå, hvem du vil nå ud til, og hvordan du vil gøre det. Det handler om at vælge de rigtige kanaler, lave relevant indhold og måle, hvad der virker. Uden en strategi risikerer du at sprede dine ressourcer for meget og ikke få den ønskede effekt.

### En plan skaber handling

Med en konkret plan ved du præcis, hvornår du skal gøre hvad. Det sikrer, at du får fulgt op på din markedsføring og undgår at glemme vigtige opgaver.

Sammen skaber strategi og plan en rød tråd i din markedsføring, så du får en ensartet indsats, der virker på lang sigt.



## Sælger du til virksomheder eller private forbrugere?

Når du skal i gang med din markedsføringsstrategi, så er det vigtigt at skelne mellem, om du sælger til **virksomheder** eller til **private forbrugere**, fordi de to typer af kunder har forskellige behov, adfærd og beslutningsprocesser.

Beslutningsprocessen i en virksomheder er længere, og de træffer ofte rationelle beslutninger baseret på fakta, økonomisk værdi og langsigtede fordele. Derfor bør din markedsføring fokusere på ekspertise, troværdighed og relationer f.eks. gennem netværk, LinkedIn, faglige events og detaljeret salgsmateriale eller kundecases.

Private forbrugere køber oftere ud fra følelser og impulser, og købsbeslutningen træffes oftest hurtigere. Her bør din markedsføring være visuelt flot, letforståelig og skabe en direkte forbindelse til kundens behov og ønsker. Sociale medier, reklamer og følelsesmæssige budskaber er ofte effektive her.

Nu er du klar til at lave en marketingstrategi og -plan for din virksomhed.

## 1. Definér din målgruppe og kunderejsen

Start altid med at finde ud af, hvem dine ideelle kunder er. Hvem har brug for dine produkter eller ydelser? Overvej bl.a. alder, køn, jobtitel, geografi, økonomi, interesser, motivation og udfordringer, når du opstiller dine kundeprofiler (personas).

Når du kender dine målgrupper, så tænk over den proces, som de går igennem fra de første gang hører om dit produkt, til de køber → kunderejsen.

### Faser i en kunderejse:

1. Opmærksom – Kunden opdager et behov eller bliver opmærksom på din virksomhed.
2. Overvejelse – Kunden undersøger løsninger og sammenligner muligheder.
3. Beslutning – Kunden træffer beslutning om køb og vælger leverandør.
4. Køb – Kunden gennemfører købet.
5. Efterkøb – Kunden evaluerer oplevelsen og produktet.
6. Loyalitet – Kunden vender tilbage, anbefaler din virksomhed og bliver en fast kunde.

## 2. Fastlæg dine mål

Hvad vil du opnå med din markedsføring? Sæt klare og realistiske mål f.eks. 15 % flere besøgende på din hjemmeside, 5 flere kundehenvendelser om ugen eller 10 % øget salg. Dine mål skal være specifikke og målbare, så du kan se, om din indsats virker.

Vær OBS på, at ikke al markedsføring giver en direkte og målbar effekt med det samme. Nogle indsatser, som f.eks. branding, netværk og opdatering af indhold på hjemmeside udvikler relationen og opbygger tillid over tid. Du kan ikke måle den fulde effekt af din markedsføring på kort sigt. Det handler om at skabe synlighed og værdi, som fører til resultater på længere sigt.

## 3. Udarbejd en marketingstrategi

Beslut, hvilke metoder du vil bruge til at nå dine kunder f.eks. sociale medier, nyhedsbreve, netværk eller annoncering. Tilpas din strategi efter din målgruppe og de ressourcer, du har til rådighed.

## 4. Planlæg dine aktiviteter

Lav en markedsføringskalender, så du altid ved, hvad du skal lave og hvornår. Brug for eksempel et Excel-ark til at planlægge kampagner, opslag på sociale medier eller kundearrangementer i de forskellige måneder. En plan sikrer, at du er konsekvent, holder motivationen oppe og undgår stress.

## 5. Skab relevant indhold

Lav indhold, der inspirerer og hjælper din målgruppe f.eks. blogindlæg, videoer, kundeanmeldelser eller guides. Gode budskaber tiltrækker flere kunder og styrker din troværdighed.

## 6. Brug de rette markedsføringskanaler

Vælg de platforme, hvor dine kunder er mest aktive. Det kan være sociale medier (Facebook, LinkedIn, Instagram), podcast, e-mail, en SEO-optimeret hjemmeside eller trykte materialer.

## 7. Mål og justér indsatsen

Prøv dig frem, lær af dine fejl og juster løbende. Ingen strategi virker perfekt fra starten, og markedet ændrer sig hele tiden. Det handler om at teste forskellige budskaber, billeder og kanaler, se hvad der virker, rette til og prøve igen – indtil du rammer plet og finder den mest effektive metode. Brug værktøjer som f.eks. Google Analytics og indsigter fra de sociale medier til at vurdere effekten af din markedsføring.

## 8. Budgetlægning

Sæt et realistisk budget til din markedsføring, så du sikrer en stabil indsats over tid. Overvej, hvor meget du vil bruge på annoncer, indholdsproduktion og andre aktiviteter. Overvej også hvad en kunde er værd for dig. Hvad tjener du typisk på en kunde, og hvad må en ny kunde så koste?

## 9. Kundeservice og relationer

God kundeservice og stærke relationer er en af de mest effektive former for markedsføring. Følg op på kunderne, kommuniker personligt og beløn dine kunder for deres loyalitet f.eks. med rabat på deres næste køb.

## 10. Automatisér og effektivisér

Brug digitale værktøjer til at planlægge opslag, udsende nyhedsbreve og analysere data. Sæt f.eks. tid af i din kalender til at få planlagt og lavet alle dine Facebook-opslag til den kommende måned på én gang. Læg alle dine opslag (posts) klar i systemet og beslut dig for, hvornår de skal udkomme, så behøver du ikke gå og have dårlig samvittighed over, at du heller ikke i dag fik lagt noget op.

Automatisering sparer dig tid og sikrer, at din markedsføring kører jævnt. Når du arbejder struktureret med din markedsføring, bliver du mere synlig, tiltrækker de rette kunder og får bedre resultater over tid.

## Få mere information

Har du brug for flere detaljer? Via vores links kan du finde ekstra information, relevante ressourcer og nyttige værktøjer.

- Læs mere om, hvordan du laver en marketingstrategi [her](#).
- Læs mere om hvordan du laver en marketingplan [her](#).

## Udvikling Assens kan hjælpe

Kontakt os, hvis du har brug for rådgivning.  
Og tjek vores hjemmeside for workshops, kurser og andre faglige arrangementer – i 2026 har vi f.eks. markedsføring, kunstig intelligens (AI), salg, ESG og meget mere i kalenderen.



Se kommende medlemsarrangementer her → [www.udviklingassens.dk/events](http://www.udviklingassens.dk/events)  
Vi opdaterer kalenderen løbende.

