



KUNDCASE — **GLENN**

DÅLÄGE

Den här historien handlar om “ett mindre IT-företag från Göteborg”; vi kan kalla det Glenn. I Sverige har Glenn en bra marknadsposition och deras inbound marketing genererar en stadig ström av potentiella kunder i tillägg till deras övriga innesälj. De senaste åren har man vuxit organiskt med mellan 25-30% årligen. Under 2018 ville Glenn expandera mot Danmark för att sedan ta båten över till Tyskland och resten av Europa inom ett par år. Det danska dotterbolaget saknade marknadskännedom, marknadsföring, säljkraft och kundbas att utgå från. Här kom Adsensus in i bilden.

**“... strukturera en
säljprocess med
datainsamling,
mötesbokning
och webdemos”**

“Expansionen mot övriga Europa fortgår som planerat”

NULÄGE

Lösningen gav en fortsatt tillväxt på cirka 30%, trots investeringen i en helt ny marknad. Idag har man en strukturerad, säljdrivande, digital marknadsföring inkluderat sökmotoroptimerat innehåll, annonsering, retargeting och uppföljning, samt en mindre säljorganisation som delvis jobbar med kalla samtal, partnerprogram, webdemos och utesälj. Expansionen mot övriga Europa fortgår som planerat, med start under 2019.

Omsättningstillväxt på ca

30%

Resultattillväxt på ca

20%



METOD

Med sin etablering i Köpenhamn, och därmed dansk personal, kunde Adsensus erbjuda marknadsanalys för en market entry. Baserat på slutsatserna från den analysen använde vi de första sex månaderna till strukturera en säljprocess med datainsamling, mötesbokning och webdemos av Glenss produkt. Nästkommande sex månader fortsatte med tillägget att Adsensus riktade sig mot partners inom systemstöd, främst redovisningsfirmor, tog över utesälj och sent på året fick förtroendet att ersätta den firma som först anlätats för att driva digital marknadsföring år Glenn.