

Förändringens vindar blåser inom B2B-marknadsföringen

December är en spännande och hektisk tid då vi knyter ihop de sista trådarna för året samtidigt som planeringen inför det nya år är i full gång. Marknadsföringsåret 2013 kan vi summera som året då plötsligt alla vi kände engagerade sig på LinkedIn och siden passerade 200 miljoner användare internationellt. Det blev året då genomsnittsåldern för när svenska barn gör Internet-debut sjönk till 2,3 år och då svenska marknadsförare på allvar började ta till sig Content Marketing.

Idag är det inte mer än 20 dagar kvar innan vi skriver 2014. I årets sista nyhetsbrev blickar vi framåt och spanar in en B2B-marknadsföring i stark förändring: Om **nya köpbeteenden hos våra kunder, påverkan på oss som marknadsförare** och vad vi tycker **du bör tänka på när du lägger din marknadsplan för nästa år**.

Med det vill vi önska alla en **Riktig God Jul** och en **fantastisk start på det nya året!**

Susanne och Malin, [Hägvall & Sjöman](#)



Att tänka på när du gör din marknadsplan för 2014

Som B2B-marknadsförare har du säkert noterat att dina kunders köpbeteende håller på att förändras markant. Idag börjar 90 % av alla B2B-köp på Internet och upp emot 70 % av köpbeslutet är redan taget när våra säljare får chans att för första gången träffa en potentiell kund. Självklart påverkar det oss som B2B-marknadsförare och hur vi behöver tänka när vi lägger våra planer framåt.

LÄS MER

Så ser framtidens B2B-marknadsförare ut

När B2B-marknadsföringen förändras, framförallt genom de möjligheter den digitala revolutionen skapar, förändras också marknadsförarens arbetsuppgifter och kunskapskrav.

I första inlägget om B2B-marknadsföringens nya spelare och spelplan tittar vi på hur vi som B2B-marknadsförare måste revidera vår roll, ändra förhållningssätt och öppna upp för nya arbetssätt och allianser. Detta ställer i sin tur krav på kompletterande förmågor och kvalifikationer.

LÄS MER





Att hjälpa kunden fatta rätt beslut med Content Marketing

I början av december var vi på Hägvall & Sjöman inbjudna att prata på Content Marketing Meatup om hur kundens köpbeteende har förändrats och hur vi med Content Marketing kan möta och hjälpa våra kunder på vägen mot rätt beslut. Du som missade träffen hittar [presentationen på Slideshare](#). Du kan också [läsa mer här](#).

LÄS MER



6 tips: Så paketerar du din Content Marketing

Miss inte vår bloggserie om Content Marketing för B2B-företag. I den fjärde delen får du [6 tips på hur kan paketera din berättelse](#) så den blir lättillgänglig och lättsmält för dina potentiella kunder.

Vill du ha fler tips eller hjälp att själv komma igång är du varmt välkommen att [höra av dig till oss](#).

LÄS MER

Förstärk din Content Marketing med Marketing Automation

[Marketing Automation-verktyg erbjuder stöd](#) i arbetet med att "fånga upp" och identifiera leads för att sedan dela vårt content på bästa sätt.

Lyssna på podcasten där Malin från Hägvall & Sjöman diskuterar med Lennart Svanberg från svenska Marketing Automation-företaget Leadsius kring fördelarna med att integrera Marketing Automation och Content Marketing.

LÄS MER

Nyhetsbrevet har skickats till malin@nauta.se. Du får det eftersom du är kund, partner eller på annat sätt visat intresse för vårt företag och erbjudande. Med brevet vill vi hålla dig uppdaterad och inspirerad kring det senaste inom B2B-marknadsföring. Har du synpunkter på innehållet eller tips på kommande artiklar, [hör gärna av dig](#).

[Läs online](#) | [Avprenumerera](#).

Hägvall & Sjöman AB

www.hagvallsjoman.se
hei@hagvallsjoman.se