

Uppdaterad 2018-11-06

# GROSSIST & PARTIHANDEL

## MARKNADSFÖRINGSGUIDE



Dela den här guiden!



[info@formfranska.com](mailto:info@formfranska.com)  
[www.formfranska.com](http://www.formfranska.com)

**formfranska**  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ

# GROSSIST & PARTIHANDEL

## MARKNADSFÖRINGSGUIDE

### INNEHÅLL

<b>Introduktion</b>	<b>3</b>
<b>Hjälp dina återförsäljare sälja mer</b>	<b>4</b>
<b>Fler sätt att uppmuntra dina återförsäljare:</b>	<b>5</b>
<b>Håll dina återförsäljare informerade</b>	<b>6</b>
<b>Locka nya kunder</b>	<b>7</b>
<b>Segmentera dina kunder</b>	<b>8</b>
<b>Lägg upp en strategi och planera varje kampanj</b>	<b>9</b>
<b>Vi hjälper dig!</b>	<b>10</b>

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**formfranska**  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ

# INTRODUKTION

Om du har laddat ned den här guiden så driver du troligtvis din verksamhet helt eller delvis som grossist/partihandel.

Det innebär att åtminstone en del av dina kunder inte är konsumenter utan återförsäljare av dina produkter.

Säljer du dessutom direkt till konsument gäller det att vara extra noga med att ge dina återförsäljare stöd och fördelar så att de inte upplever att du konkurrerar ut dem.

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**F**formfranska  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ

# HJÄLP DINA ÅTERFÖRSÄLJARE SÄLJA MER

Genom att hjälpa dina existerande återförsäljare med marknadsföring, exponering och kampanjer mot slutkund kan de öka sin försäljning. Det gör också att återförsäljaren känner sig trygg med dig som leverantör och minskar risken att de ska göra sina inköp någon annanstans.

Hjälpen du ger kan till exempel konkret innebära

- Färdiga annonskampanjer för tidningar och sociala media
- Exponeringsmaterial för butik, POS
- Rabatterjudanden för slutkunder
- Färdiga nyhetsbrevskampanjer som är flexibla och kan anpassas av respektive återförsäljare
- Bloggmaterial

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**formfranska**  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ

## FLER SÄTT ATT UPPMUNTRA DINA ÅTERFÖRSÄLJARE:

- Motivera i form av säljtävlingar med attraktiva priser för återförsäljarens personal. Förutom att driva försäljningen stärker det lojaliteten hos återförsäljarens medarbetare (top of mind)
- Välj ut dina viktigaste återförsäljare (VIP clients). Ge specifika kontaktpersoner i ditt marknadsföringsteam i uppdrag att hålla stadig kontakt och ge utökat stöd och support till dessa
- Ge specialerbjudande och belöna kunder som köper större kvantiteter. Det kan göras genom prissättning men också genom "bonus" i form av personliga förmåner (tex en iPad till inköpsansvarig)
- Erbjud rabatt till kunder för att uppmuntra dem att beställa produkter de inte tidigare köpt ur ditt sortiment
- Ge erbjudanden som endast gäller under begränsad tid
- Ta varje tillfälle att låta kunder ge feedback som sen blir vägledande i förbättring av kommunikation, service och erbjudanden. Gör det enkelt för kunden att lämna feedback på olika sätt
- Uppmärksamma "årsdagar". Skicka en enkel hälsning på årsdagen varje år som återförsäljaren registrerade sig som kund. Bifoga rabattkod för fri frakt på nästa order eller liknande

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**formfranska**  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ

## HÅLL DINA ÅTERFÖRSÄLJARE INFORMERADE

- Håll information om aktuellt sortiment (kataloger) uppdaterad och tillgänglig både digitalt och analogt. Erbjud anpassad information till olika kundsegment
- Investera i professionella produktbilder! Bilder som inte håller hög kvalitet lockar varken gamla eller nya kunder
- Erbjud så detaljerad information om produkterna som möjligt och gör den tillgänglig i forma av bilder, text, video, testresultat etc
- Planera kampanjer i god tid och lansera ett anpassat men enhetligt format för olika kanaler, både analoga och digitala

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**F**formfranska  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ

# LOCKA NYA KUNDER

- Skapa och upprätthåll "Brand awareness" via annonser och kommunikation på sociala media, företagsblogg och via relationer med journalister och influencers
- Missa aldrig ett tillfälle att samla upp email-adresser och kontaktuppgifter för att bygga listor för retargeting, nyhetsbrev (leads)
- Använd Facebook Messenger (bot) för att generera nya leads och automatiskt segmentera dessa. Använd kanalen för kampanjer och för att skapa och upprätthålla relationer
- Gör det enkelt för potentiella kunder att få svar på frågor för att eliminera tveksamheter och hinder för försäljning (tilgänglighet via Customer chat, mail, telefon)
- Skapa kampanjer över flera digitala och analoga kanaler med samma budskap och med enhetlig grafisk design för att öka igenkänning
- Erbjud nykundsrabatt, "prova-på-erbjudande" eller en speciell gåva till förstagångskunder
- Belöna befintliga kunder som hänvisar nya kunder (förmån, rabatt)

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**formfranska**  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ

# SEGMENTERA DINA KUNDER

Segmentera dina kunder noga så att du kan anpassa all kommunikation utifrån kundtyp. När du lägger upp dessa segment – gör även personas för kundtypen för att ytterligare kunna anpassa marknadsföringen så att den känns personlig och skräddarsydd.

Tänk bl a på följande:

- Storlek: (antal anställda, omsättning, geografisk spridning, etc.)
- Geografisk placering (kultur-, språk- och logistikaspekter)
- Köpprocess (latent behov, intresse eller akut köpbehov; köper direkt eller via mellanled, allmän upphandling eller individuella offertförfrågningar, etc.)
- Beslutsprocess (vem initierar, vem påverkar, vem föreskriver, vem beslutar, vem använder, etc.)
- Nytt-/Värdebehov (vilken relativ nytta/vilket värde har företagets erbjudande för köparen, kan nyttan/värdet betonas/ökas, i vilket led (mellanled) är nyttan/värdet viktigast, för vem (yrkestitlar/-roller) är nyttan/värdet viktigast, etc.)
- Hygienfaktorer (finns det absoluta minimikrav i köparnas branscher som du måste uppfylla; t.ex. säkerhet, kvalitet, certifiering, CSR, etc.)
- Beteende (produktmognad, användningsmönster, användningsfrekvens, köpvilja, varumärkeslojalitet, etc.)

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**formfranska**  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ



# LÄGG UPP EN STRATEGI OCH PLANERA VARJE KAMPANJ

Lägg upp en skriftlig och detaljerad plan med följande rubriker:

1. Vad är målet med kampanjen? Vad vill vi få mottagaren att göra?
2. Vem riktar den sig till? Målgrupp, persona?
3. Vilka problem/behov har målgruppen? Vad är viktigast för denna "persona"?
4. Definiera lösningar på problemen och sätt att tillgodose behoven
5. Utforma budskapet för kampanjen
6. Definiera vilka kanaler som ska användas för kampanjen
7. Skapa innehåll (anpassat för olika kanaler)
8. Gör en tidplan för att skapa och lansera kampanjen. Det är viktigt att alla inblandade får vara med och påverka
9. Definiera ansvarsområden för alla personer som på något sätt ska bidra till kampanjen
10. Gör en detaljerad brief/arbetsbeskrivning till var och en som på något sätt ska bidra. Det är viktigt att den innehåller **all** relevant information

Dela den här guiden!



# VI HJÄLPER DIG!

formfranska hjälper gärna till med grafisk design av alla typer av kommunikation i alla kanaler!

Och om du inte redan använder Messenger marketing kan vi hjälpa dig med en skräddarsydd lösning.

Vi fungerar gärna som en långsiktig partner och kan bistå ditt marknadsföringsteam med de delar i processen där just din verksamhet behöver stöd.

Kontakta oss och berätta om ditt projekt!

Dela den här guiden!



info@formfranska.com  
www.formfranska.com

**F**formfranska  
KREATIV DESIGN- OCH WEBBYRÅ