



Så här kommer du igång med **Growth Marketing**



Kontakt

hello@toxic.se

[010-195 90 30](tel:010-1959030)

[Toxic.se](https://toxic.se)

Innehåll

Growth Marketing VS traditionell marknadsföring 3

Growth Marketing i praktiken 4

Growth Marketing VS Growth Hacking 5

Vad behöver jag för att börja med Growth Marketing? 6

Vilka företag passar Growth Marketing för? 9

Hur börjar jag min Growth Marketing-resa? 12

Vilka kompetenser behövs för att jobba med Growth Marketing? 16

Lycka till 18

Growth Marketing VS

Traditionell marknadsföring

I grund och botten handlar Growth Marketing om att öka ett företags tillväxt på ett snabbt och hållbart sätt. Inom Growth Marketing använder man sig av innovativa metoder som syftar till att öka antalet följare, kunder och/eller intäkter. Det är en teknik som bygger på insamlad data och kunskap kring målgruppen där du testar olika strategier och snabbt optimerar för att uppnå bästa möjliga resultat utifrån din målgrupp.

Den största skillnaden är att du inom traditionell marknadsföring fokuserar mer på att bygga varumärkeskännet och öka din kundlojalitet. Inom den traditionella marknadsföringen använder du dig ofta av statiska årshjul och fördefinierade strategier. Den typen av marknadsföring har som mål att nå en bredare publik, är svårare att mäta och det tar oftast längre tid att se resultat.

Growth Marketing i praktiken

Okej, men hur ser Growth Marketing ut i praktiken egentligen?

Det är svårt att säga så här rakt upp och ned för det skiljer sig helt beroende på kundens behov och målsättningar.

Det som däremot går att säga är att det allt som oftast innefattar en kombination av följande taktiker; sökmotoroptimering, betald annonsering i sociala medier, konverteringsoptimering, e-postmarknadsföring och organiskt content.

Genom att analysera data kan du testa tekniker som du vet att målgruppen gillar. En av fördelarna är att du snabbt ser vad som går bra och vad som går mindre bra och då kan du justera och optimera så att siffrorna blir gröna och på så vis inte förlorar tid eller investerade pengar.

Growth Marketing VS

Growth Hacking

Om du rör dig inom marknadsföringsvärlden har du säkerligen stött på begreppet Growth Hacking. Förmodligen har du ställt dig frågan vad det är och hur det funkar? Jo det ska vi tala om.

Growth Marketing är ett strategiskt arbetssätt medan Growth Hacking är ett operativt arbetssätt. Strategin finns där för att säkerställa en hållbar tillväxt över tid medan du i den operativa delen experimenterar dig fram genom smarta "hacks" för att hitta lösningar på problemen. Growth Marketing kan stå på egna ben då du inom metoden använder sig av innovativa lösningar medan Growth Hacking sällan fungerar bra på egen hand. Det sistnämnda är mer kortsiktigt och tenderar tappa resultat över tid. Att kombinera metoderna är däremot ett vinnande koncept och brukar allt som oftast resultera i stark och hållbar tillväxt.

Vad behöver jag för att börja med **Growth Marketing?**



I grund o botten handlar Growth Marketing om att basera beslut på insamlad data. Så med andra ord behöver du data. För att bryta ner det ytterligare har vi listat några exempel på områden som är bra för dig att ha kunskap inom för att kunna komma igång.

✦ **Kunskap om din målgrupp**

För att kunna ta fram en effektiv tillväxtstrategi är det viktigt att du vet vilka du riktar dit till - vilka som är dina målgrupper. Du behöver förstå dina kunder, deras behov, utmaningar och preferenser. Först när du vet vilka du vill nå kan du skapa och distribuera innehåll till rätt mottagare.

✦ **En kartläggning av din målgrupps kundresa**

När du vet vilka du riktar till till, är det bra att ta nästa steg och definiera dina målgrupps kundresa. Vi brukar ofta prata om att kunderna befinner dig i olika delar av köptratten och när du vet vart målgruppen befinner sig kan du rikta ditt budskap rätt. Är de i början av kundresan, det vill säga att de inte känner till dig och du vill skapa kännedom? Skapa varumärkesbyggande marknadsföring. Vill du rikta in dig till kunder som vet mycket om er som företag och som faktiskt är redo att ta ett köpbeslut? Skapa konverteringsfokuserad marknadsföring.

✦ Definerade mål och mätbara KPI:er

En av grundstenarna inom Growth Marketing är uppföljning. För att du ska kunna veta om du har uppnått önskat resultat behöver du sätta tydliga mål utifrån mätbara KPI:er. Dessa KPI:er kan vara många och väldigt olika. Det viktigaste är att de är mätbara och ligger i linje med företagets övergripande affärsmål.

✦ Tillgång till data och rätt teknisk uppsättning

För att du ska kunna optimera din marknadsföring så att du faktiskt riktar dig till dina tänkta målgrupper, i rätt tid, i rätt kanal behöver du ha samlat in data kring dina kunders beteende. Det gör du allra enklast genom Google Analytics. Programmet är väldigt kraftfullt så se till att du samlar in rätt typ av data utifrån era målsättningar så att ni inte ägnar tid åt onödig data och överinformation.

✦ Bonus

Det här är inte ett måste men ger dig goda förutsättningar för lyckade resultat – en konverteringsoptimerad webbplats. Ett sätt att stärka tillväxten är genom att konvertera besökare till leads på din webbplats. Om du har en webb med tydliga call to actions i den riktning du önskar att dina besökare ska gå (exempelvis köpa en produkt eller ta kontakt med er) är chansen till nya kunder betydligt större.

Psst, vi är faktiskt experter på konverteringsoptimering också. Om ni nu skulle vilja ha hjälp med det också...



Vilka företag passar

Growth Marketing för?

Både stora och små företag kan implementera Growth Marketing-strategier men det fungerar extra bra för företag som har god kännedom om sin målgrupp, som har digital närvaro och som är redo att investera i sin marknadsföring för att uppnå resultat.

Vi har jobbat med många olika företag i olika branscher och vet att Growth Marketing är effektivt och anpassningsbart efter behov. Men här är några exempel där vi vet att du kan förvänta dig fantastiskt resultat.



E-handelsföretag

Du som e-handlare har allt som oftast ett tydligt mål med din försäljning. Genom Growth Marketing kan du uppnå snabba tillväxtresultat genom att använda dig av taktiker som sökmotoroptimering, paid search och konverteringsoptimering.

Platsvarumärken

Vill du stärka varumärkeskännetecken och öka besöksnäringen på en specifik ort är Growth Marketing en perfekt strategi. Med tydliga målgrupper och mätbara KPI:er kan du genom SEO, SEM och betald annonsering snabbt ge goda resultat.

B2B-företag

I företag med längre säljcykel är det fördelaktigt att jobba med Growth Marketing. Då kan du löpande samla in varma leads och på så vis se till att du alltid når rätt målgrupp, vid rätt tidpunkt med målsättningen att förkorta ledtiderna från första kontakt till order.

Det här är som sagt bara några exempel och det är viktigt att poängtera att Growth Marketing är en strategi som är anpassningsbar och som fungerar för många olika företag och branscher.

Det viktigaste för att lyckas är att ha en tydlig förståelse för dina mål och din målgrupp och att du ser till att regelbundet mäta och analysera resultaten av din marknadsföring. På så sätt optimerar du hela tiden din strategi över tid och säkerställer att du fortsätter på rätt kurs.

Här är några exempel på företag som har gjort en lyckad Growth Marketing-resa med oss.

[Essem Design](#)

[Smålands turism](#)

[Jobba Grönt](#)

Hur börjar jag min Growth Marketing-resa?

1. Definera dina mål

Innan du börjar med Growth Marketing är det viktigt att du vet vad du vill uppnå med din marknadsföring. Vill du öka din trafik, din försäljning eller vill du stärka ditt varumärke? Med tydligt definierade mål kan du sedan skapa en strategi som tar dig dit.

2. Lär känna din målgrupp

Gör en målgruppsanalys. Definiera dina målgrupper. Segmentera dina kunder. Fundera på vad som är unikt för dina produkter eller tjänster. Du behöver helt enkelt samla in så mycket information du bara kan kring din målgrupp. Gör det ordentligt så får du ut mycket mer i slutändan.

3. Utvärdera nuläget

Har ni haft en strategi innan som inte fungerat eller har ni kommit en bit på vägen men ser inte de resultat ni önskar?

Se över er nuvarande marknadsföring och identifiera vad som är bra och vad som kan skrotas. Genom att analysera nuläget skapar ni er en uppfattning om hur ni kan utveckla strategin framåt. Du kan till exempel titta på vilka kanaler som går bäst och vilket innehåll som engagerar mest. Identifiera dina styrkor och svårheter så ger du dig nästa möjligt förutsättningar för att skapa en effektiv tillväxtstrategi.



4. Skapa en strategi

Har du gjort steg ett, två och tre har du en bra grund att stå på för att skapa en strategi för att uppnå önskad tillväxt. Du kan nu ta fram en plan som är baserad på dina mål, din målgrupp och med viktiga insikter från din nuvarande marknadsföringsstrategi. Definiera vad du vill uppnå, och hur du ska mäta din framgång och på vilket sätt du ska nå dit.

5. Implementera och testa

När din strategi är på plats är det dags att implementera den och börja testa. Growth Marketing är en snabbfotad taktik som innebär att du testar, mäter och analyserar ditt resultat löpande. Utvärdera ditt resultat, testa en ny lösning och optimera allt eftersom du samlar på dig mer data.

5. Bonus: Våga experimentera

Som vi har tryckt på tidigare är Growth Marketing en innovativ marknadsföringsstrategi och du kommer alltid att testa dig fram men vill du ta din marknadsföring ytterligare en nivå uppmanar vi dig att våga experimentera utanför boxen. Testa en kanal som är otippad för din bransch men där din målgrupp befinner sig eller ta fram olika typer av material med samma huvudmål. Listan kan göras lång men det som krävs är kreativitet och en gnutta mod.

Vilka kompetenser behövs för att jobba med **Growth Marketing?**

Kanske har du läst så här långt och tänker:

”Oj hjälp, det finns inte en chans i världen att jag kan klara va det här på egen hand. Jag får nog skrota det där med Growth Marketing”

Då vill vi säga så här: Sakta i backarna. Det är inte på något sätt omöjligt att implementera en Growth Marketing-strategi om du är en en-manna-marknadsföringsavdelning.

Det är däremot lite mer utmanande för du behöver ha kunskap inom en rad olika områden samtidigt som du ska försöka rodda både det ena och det andra som ligger inom din arbetsbeskrivning. Om det skulle vara så att du behöver hjälp av en byrå kan det vara bra att veta vilka kompetenser du ska leta efter.

**Därför har vi gjort
en lista över
lämpliga kompetenser
att titta efter om ni
behöver anlita en
extern byrå.**

- En strategisk person som har kundkap inom marknadsföringsstrategier och som baserat på era mål och målgrupp kan ta fram en strategi som tar er dit ni ska.
- En analytisk person som har förmågan att analysera data och använda den för att fatta beslut kring er marknadsföringsstrategi och optimera era resultat.
- En teknisk person som har förståelse för verktygen som används för att genomföra olika marknadsföringsinitiativ och som kan sköta den tekniska uppsättning så att ni får rätt förutsättningar.
- En SEO-specialist som vet hur man uppnår goda resultat genom sökmotoroptimering.
- En CRO-specialist som vet hur man skapar en konverteringsoptimerad webbplats och ökar tillväxten.
- En Social Media Specialist som är expert på betald annonsering och som vet hur man distribuerar innehåll till rätt målgrupp, vid rätt tidpunkt.

Lycka till med er Growth Marketing

Behöver ni hjälp är vi bara ett klick bort!

Kontakt

hello@toxic.se

[010-195 90 30](tel:010-1959030)

[Toxic.se](https://toxic.se)

BEYOND TALENT

