

**Marknadsföring
– Företagens sista vildmark**

Relationship Breakfast 22 mars

Moderator: Hellen Wohlin

Presentationsmaterialet är hämtat ur en rapport som Pointer tagit fram "ROMI-Return on Market Investment"

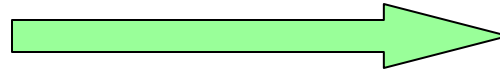
För mer info om rapporten maila till info@pointer.se

FRÅN PRODUKTBRIST TILL KUNDBRIST PÅ 50 ÅR

1950



Få varor
Lokal marknad
Många kunder



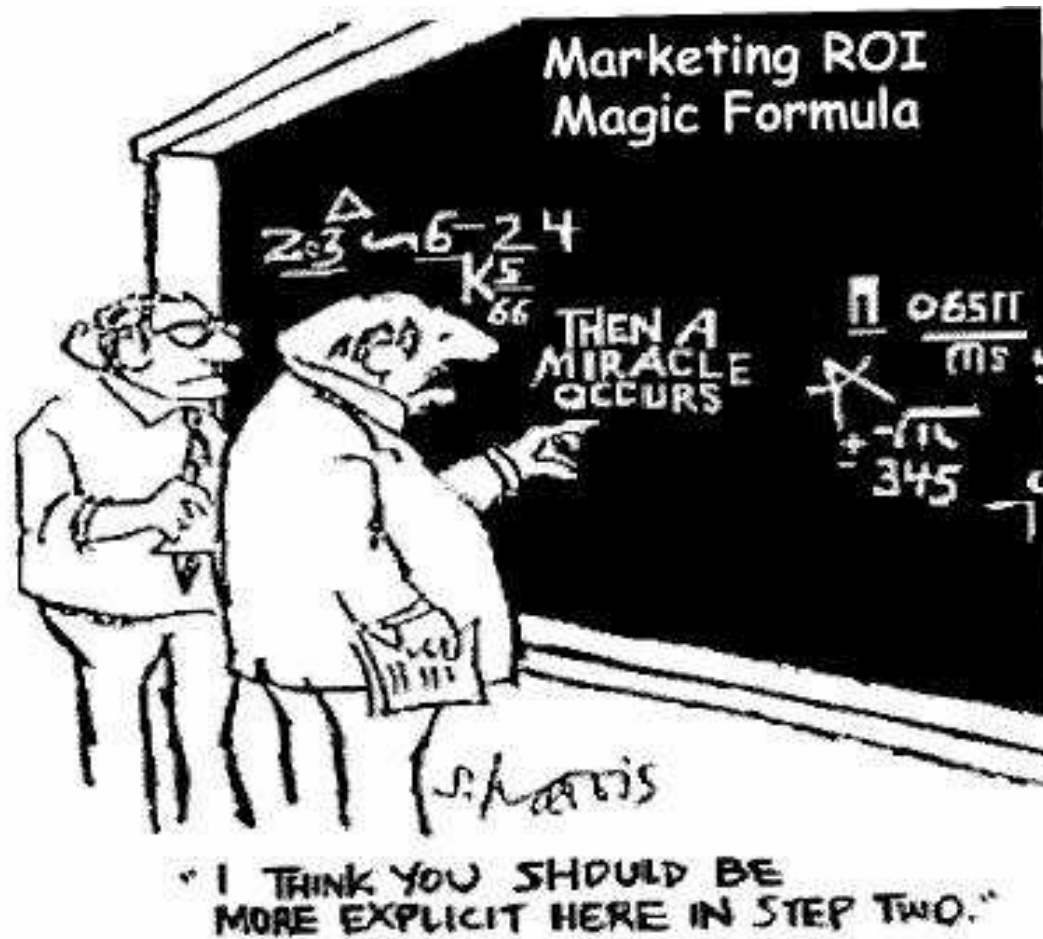
2006



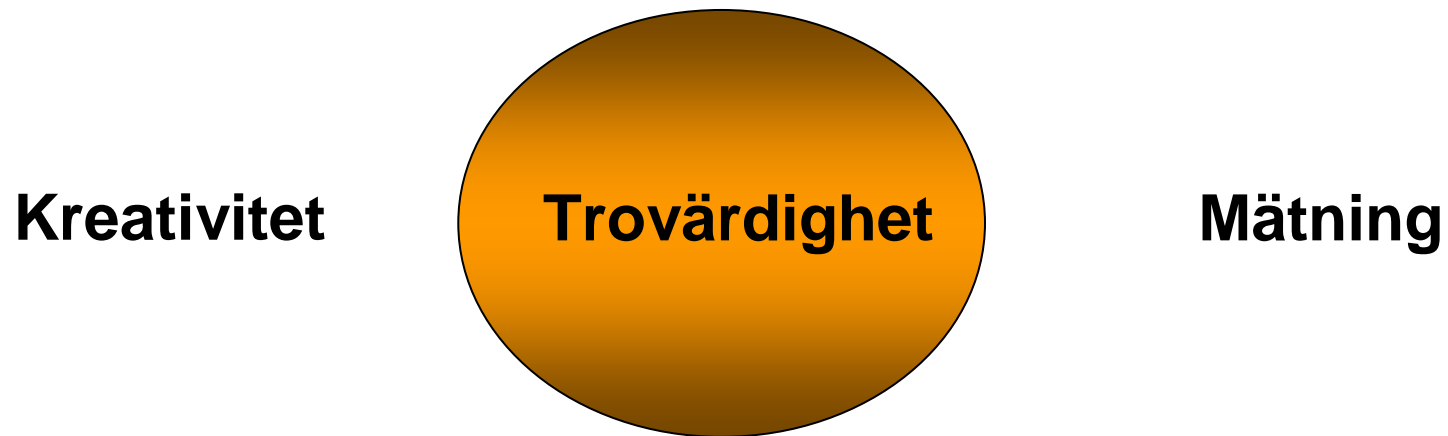
Många varor
Global marknad
Kundbrist

Har det ändrat hur vi följer upp verksamhet?

KAN VI MÄTA MARKNADSFÖRINGENS EFFEKTER?

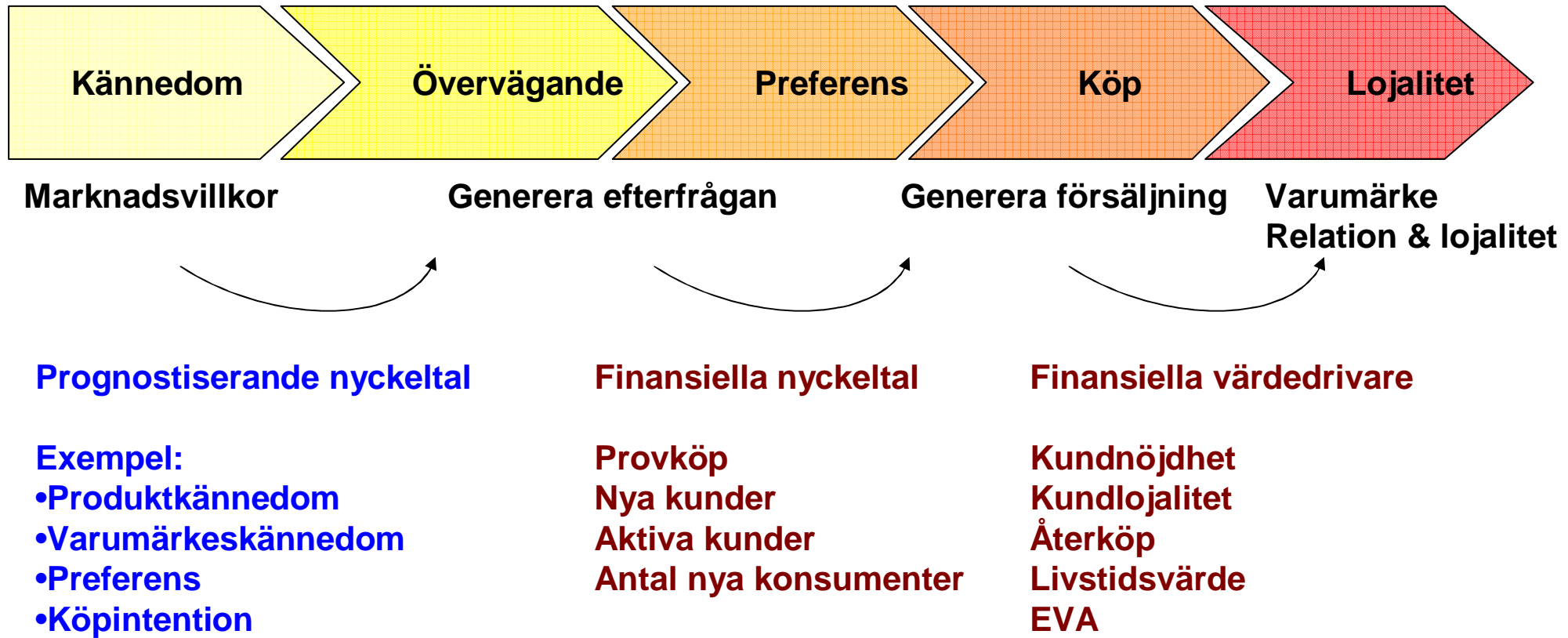


GÅR DET ATT KOMBINERA KREATIVA PROCESSER MED MÄTNING?

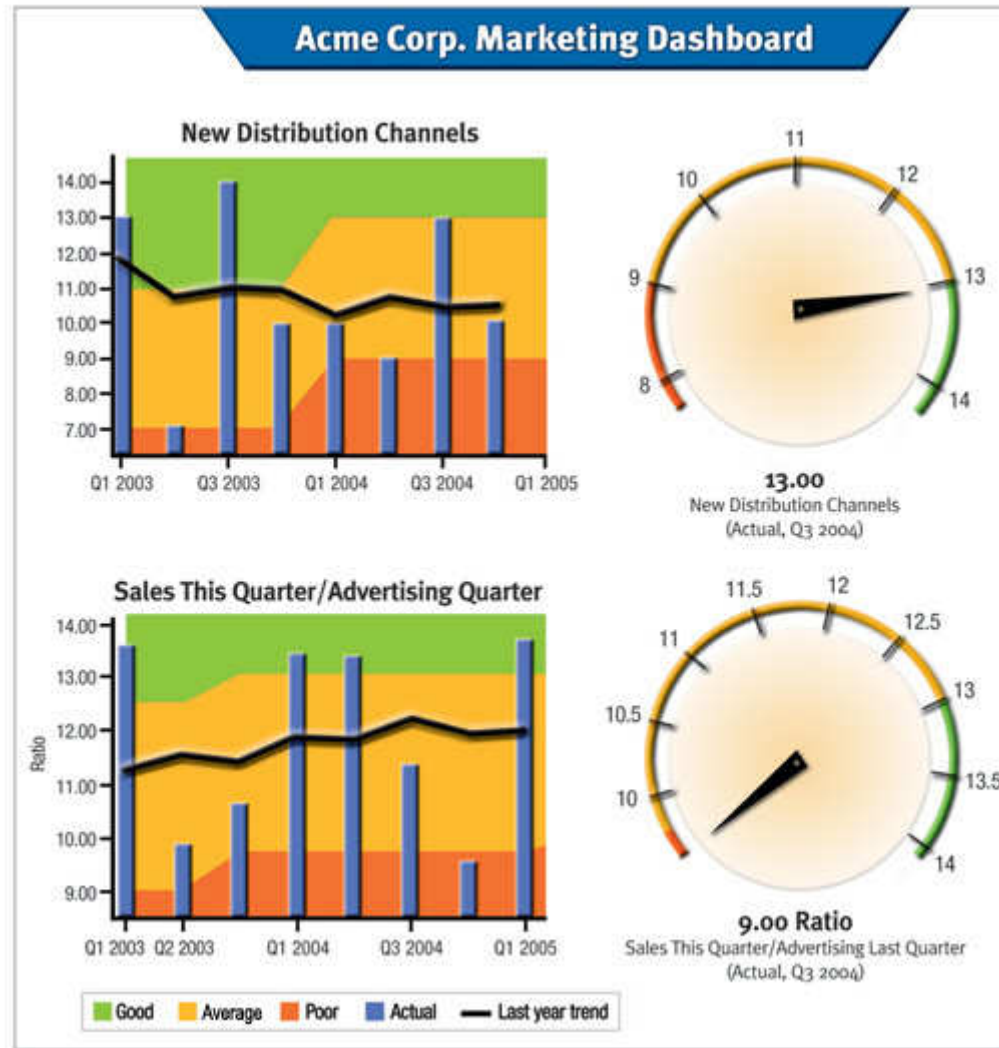


**Hittills: Mätning snarare av input än output
Ingen länkning till ekonomiska mått**

VIKTIGT ATT MÄTA LEDANDE INDIKATORER



SNYGG PRESENTATION AV NYCKELTAL BETYDER MYCKET!



VILKEN ROLL SPELAR MARKNADSAVDELNINGEN IDAG?

Marketing Services

Levererar tjänster till andra linjefunktioner. Centraliserade stordriftsfördelar inom t.ex

- Mediaköp
- Byråtjänster
- Kampanjproduktion

Marketing Advisor

En central marketing funktion som bistår affärs enheter med

- Varumärkesriktlinjer
- Best practice
- Produktutbildning

Growth Driver

VD:s uppdrag att driva företagets strategi för tillväxt. Ansvarig för koordinering av nödvändiga resurser

- Varumärkesstrategi
- CRM strategi
- Innovation
- Resultatansvar/Marketing ROI

I USA FOKUSERAR MARKNADSCHEFER HÅRT PÅ ATT LÄNKA MARKNADSFUNKTIONENS MÅL TILL FÖRETAGETS

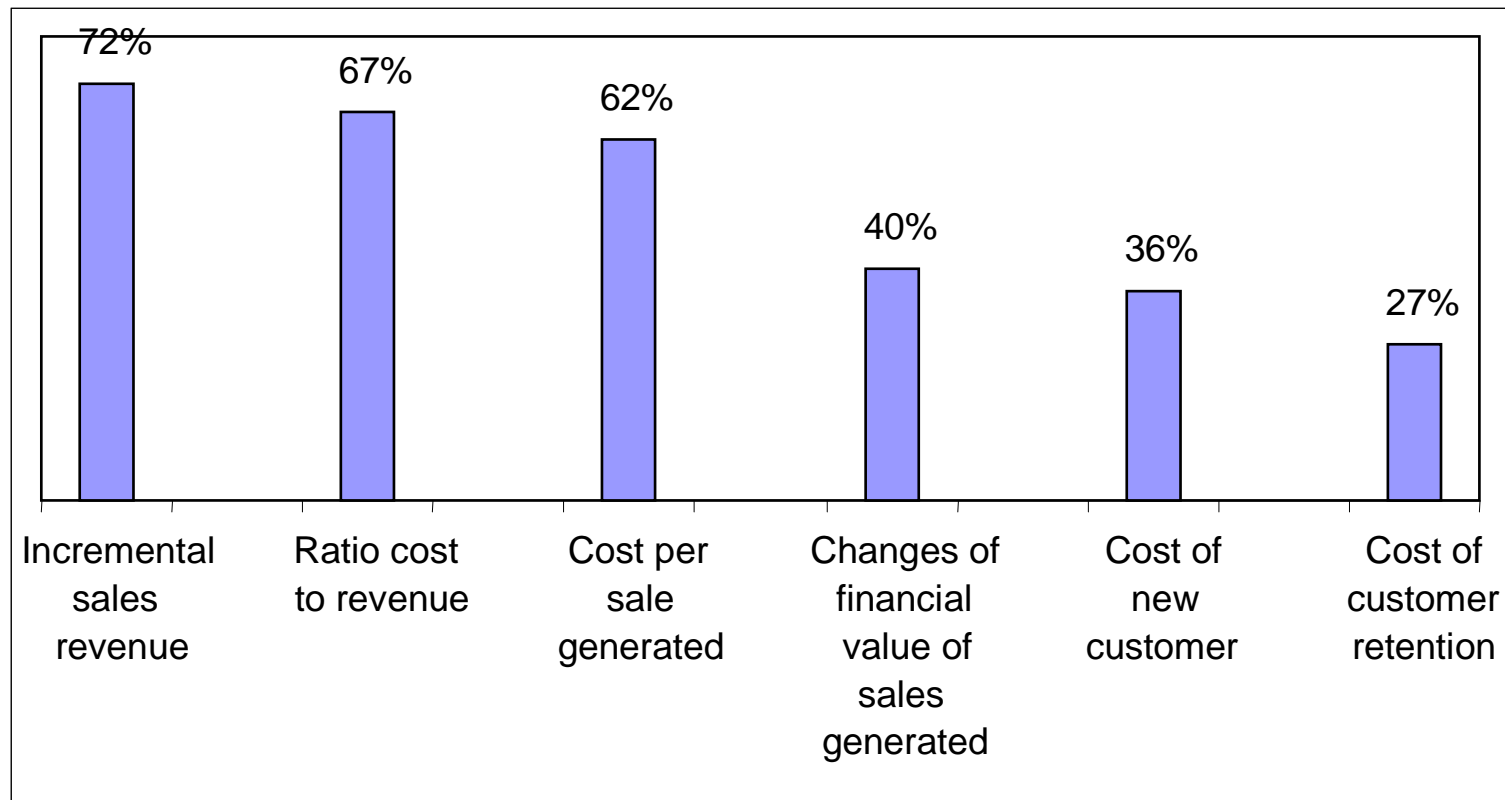
General Issues in Marketing Today



Källa: American Market Association 2003

I USA MÄTER MAN ROI PÅ MARKNADSAKTIVITETER

Vanligaste ROI måtten i en studie bland 350 marknadsdirektörer i USA



Källa: American Market Association 2003

Tack!

hellen.wohlin@pointer.se