

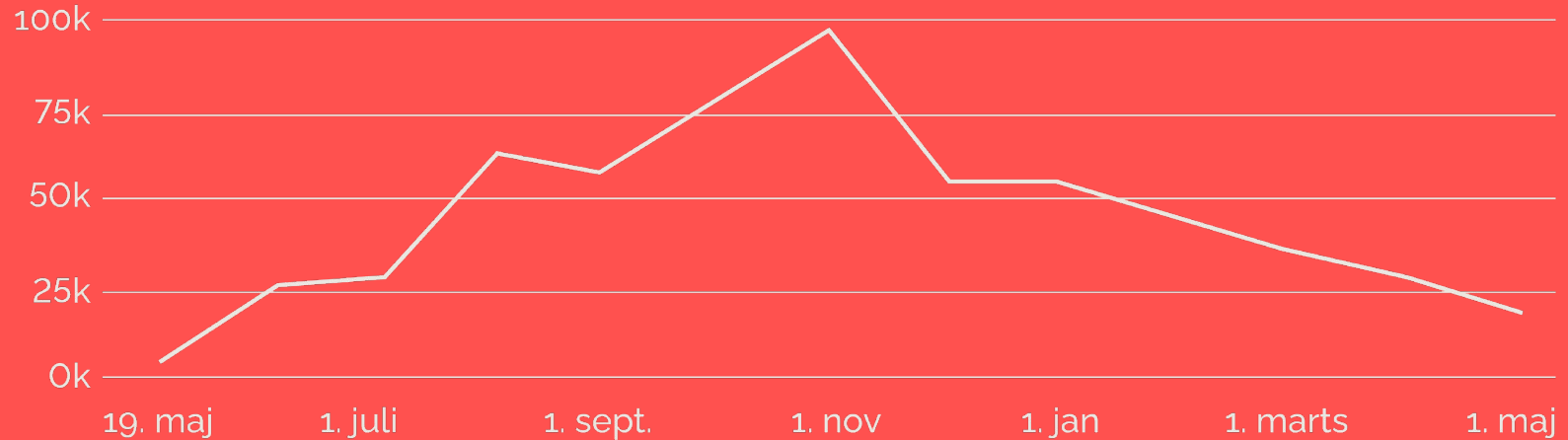


# 100.000 visninger

... hver måned på din virksomhedsside



# Vi gjorde det – det kan I også



# Først det kedelige

Peter Kragh Lauritsen, CPO

Melanie Nielsen, Marketing Manager

Texta er et digitalt marketingbureau fra Aarhus og Holstebro. Vi hjælper blandt andet virksomheder som **Bramidan, FairWind, F. Engel** og **Lavazza**.

Dagens vigtigste spørgsmål

**Hvad vil du opnå med  
din Company Page?**

**Hvem taler du til på  
din Company Page?**



# Lær af os ...

**X Texta**  
3.372 følgere  
7md. • 🌐

Vi har ingen kommentarer.

En sætning, mange nok ville ytre, hvis de blev spurgt. Og det er jo egentlig logisk nok.

Vi snakker selvfølgelig om Company Pages her på LinkedIn og deres brug af kommentarer i marketingregi 😊

4 kommentarer

👍❤️👍 50

👍 Synes godt om

Organisk: 3.349 visninger

... af det det gode

**X Texta**  
3.372 følgere  
11md. • Redigeret • 🌐

Det har været meget efterspurgt, revet et blogindlæg om

... se mere

**E-mail strategi | Sådan griber du den an | Texta.dk**

texta.dk • 10 min. læsetid

3

👍 Synes godt om

... og af det knap så gode

# Vi skal igennem

1. De klassiske fodfejl, som vi (og mange andre) begår.
2. Texta-casen: Hvad der skete, hvad vi gjorde og hvordan.
3. Hvad vi har lært – som vi kan give videre til dig.
4. Inspiration til dit videre arbejde.
5. Hvad du skal gå hjem og gøre nu.

# Det får du med dig hjem

1. Hvordan du sparer tid og kræfter på din Company Page-strategi (og får en).
2. Hvordan du skaber relevant og interagerende indhold.
3. Hvordan du skræddersyr din strategi til LinkedIn.
4. Hvad du skal gå hjem og gøre med det samme.
5. Et comeback, når kollegaen spørger:  
“Hvad nytter det der LinkeDing overhovedet?”.

# Husk nu det her (for pokker)

Du får ikke 100.000 organiske visninger fra den ene dag til den anden. Det er vores rekord og bedste måned.

Og det er heller ikke et succeskriterium for alle, der sidder her i dag. Inden du hopper i arbejdstøjet, skal du stille dig selv de **to meget vigtige spørgsmål ...**





Hvad vil du opnå med  
din Company Page?

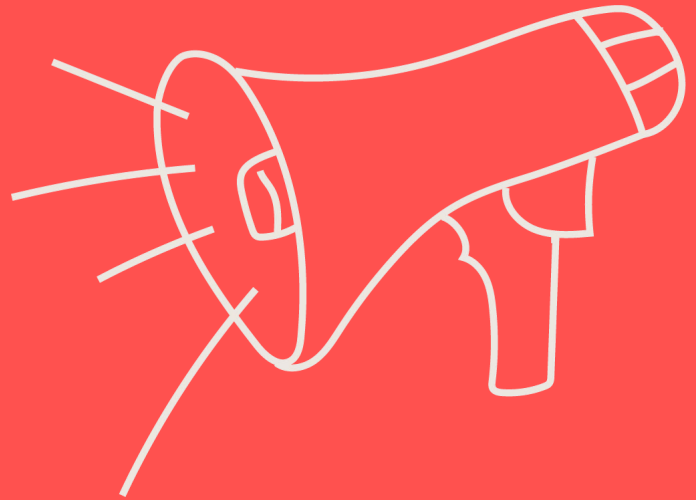




# Hvorfor?

1. Salg
2. Branding
3. Rekruttering
4. Fastholdelse
5. Thought leadership
6. Relationsopbygning
7. Netværk
8. Partnerskaber
9. Leverandører
10. Vidensdeling

**Hvem vil du tale til på  
din Company Page?**





# Hvem?

1. Beslutningstageren
2. Brugeren
3. Indkøberen
4. Eksperten
5. Nybegynderen
6. Den fremtidige kollega
7. Den nuværende kollega
8. Den tidligere kollega
9. Meningsdannerne
10. Lovgiverne.

Vores svar på de vigtige spørgsmål:

**Brandkendskab, fastholdelse  
Dark Social og top funnel**

**Marketing, kommunikation  
og branding**



# Problemet

Hvorfor er Company Pages så dødkedelige?



**Du kender dem helt sikkert**



**Humble bragging**





Eksempel #1:  
“Vi har fået en ny kunde”



Texta

3.372 følgere

1md. • 🌐



Vi er hoppet i træningstøjet. Og denne gang træner vi op til en optimeret e-mailmarketing. ... se mere



“Vi hygger”



Eksempel #2:  
"Så var der lige kage  
på kontoret"



Texta

3.372 følgere

7md. • Redigeret • 🌐



Fredag er ofte lig med fredagssnoller og fyraftensøl,  
men vi blev "desværre" nødt til at tage ... se mere



**“Vi er gode mennesker”**



Eksempel #3:  
“Fodboldtrøjefredag”



Texta

3.372 følgere

2md. • 🌐



I dag står i fællesskabets navn 🤝

... se mere



**“Her går det godt”**



Eksempel #4:  
“Happy Workplace Award”



Texta

3.372 følgere

8md. • 🌐



Vi placerer stolt et trofæ på kaminhylden - og denne her er vi særdeles stolte over 🏆 ... se mere



**“Jytte fra Regnskab har  
jubilæum/fødselsdag”**





Eksempel #5:  
“Ja, den har vi ikke  
lige lavet”



**Hvad er problemet med de  
opslags- og indholdstyper?**



# Der er mange problemer ...

1. "What's in it for me?!".
2. Indholdet drukner i mængden.
3. Tomt, værdiløst engagement og reach.
4. De flytter ikke rigtig noget.
5. Hvem er uenig i de ting, du siger?

# Selvfølgelig har den slags opslag og indhold også en plads

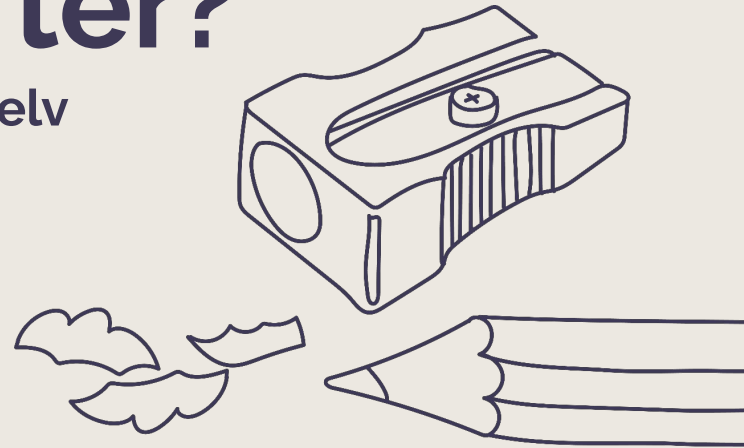
   Du og 119 til

   Du og 64 til

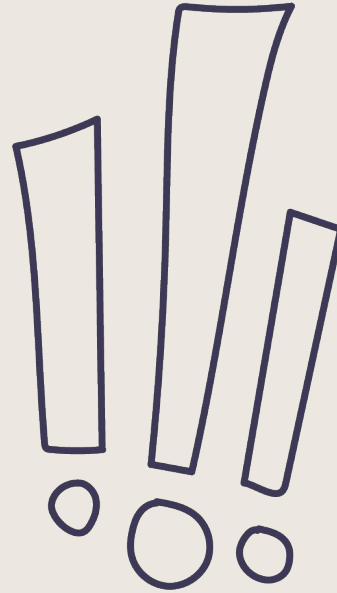
   Helena Alexandra Bakholm Pedersen og 52 til

# Hvem skal lytte efter?

Spids blyanten, hvis du kan genkende dig selv



**Det korte svar: Alle**



**Det lidt længere svar?**

**Stadig alle**



Over the past few weeks I have been sharing posts on the lost of reach for 99% of content creators on LinkedIn.

To recap, these are the reasons I explained earlier for this decrease:

- 1 the increase in our feed of Promoted Company Posts and LinkedIn Ads (from 18% in 2018, to 26% in 2020 and now on 35%, meaning 1 out of each 3 posts is pushed in our feed by money.
- 2 since 9 months LinkedIn is boosting heavy content creators by showing multiple posts in our feed in 1 scroll session. For example, last week I saw 4 posts of [Jasmin Alić](#) amongst the first 15 organic posts in my feed. Based on +20k connections that's crazy!
- 3 LinkedIn reports more content creators, because of the launch of several new features, like easy reposting and various Content Creator Programs.

**Kilde: Richard van der Blom**



Husk de vigtigste spørgsmål

**Hvad vil du opnå med  
din Company Page?**

**Hvem taler du til på  
din Company Page?**





# Tjekliste

1. Er dine kandidater på LinkedIn?
2. Er dine potentielle kunder?
3. Er dine nuværende kunder?
4. Får stakeholders viden på LinkedIn?
5. Har du ingen Key Opinion Leader?
6. Er din målgruppe lille og snæver?
7. Er kunde- eller kandidatreisen lang?
8. Er beslutningen typisk fragmenteret?
9. Er du udsat for vilkårssårbarhed?
10. Vil du mindske risikoen for nøglemedarbejdere, som skifter job?

# Den “perfekte medarbejder”

1. er aldrig syg eller på ferie
2. har ikke noget liv udover sit arbejde
3. brokker sig aldrig
4. kan stå inde for alt det, du vil poste
5. skifter ikke job
6. skal ikke på et dyrt EA-kursus
7. har ikke en skæv tone of voice
8. har ikke ejerskab over indhold
9. er nem at planlægge med og ud fra
10. har samme mål som virksomheden.





# How did we get here?

De klassiske fodfejl vi (og måske også du) har lavet





De klassiske fejl kan koges ned  
til 3 typiske eksempler:



**Den døde og den støvede**



Den sælgende



Hygge-nygge-opslag





Der er mange årsager, men du kan sikkert genkende dem her:

Mangel på tid, kreativitet

overblik

**kaffe**

**feedback**

**mere tid ...**

**data**

budget

sparring

**Selvfølgelig sat på spidsen!**



Fordi:

**Marketing er den  
afdeling, allerflest  
har en holdning til**





**CEO** Kan du ikke lige gøre os til thought leader?

**Salg** Lav noget, der giver leads, tak.

**Jura** Vi er ikke sikre på, at I må skrive sådan der.

**Produkt** Du mangler noget?

**HR** Hvad med nogle flere hyggelige opslag?

**Moster Lis** Den illustration er da lidt grim?





**Du er nødt til at turde kaste dig ud i det**  
*Der vil ske fejl*



# Casen

Nå. Hvad gjorde vi så? Hvorfor? Og hvordan?





# I skal med på vores rejse om:

Hvordan vi gjorde før.

Hvad der blev vores turning point, og hvad vi lærte.

Hvordan vi så gør nu.



# Strategien i starten:

Der var ingen.







“Hvad vil vi have  
folk til at læse”



Skriv content



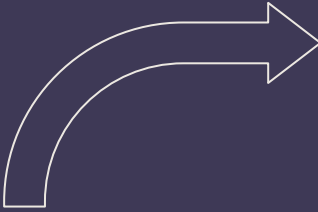
Omskriv content  
til LinkedIn-opslag



Post

**Turning point**





“Hvad vil vi have  
folk til at læse”



Skriv content



Omskriv content  
til LinkedIn-opslag

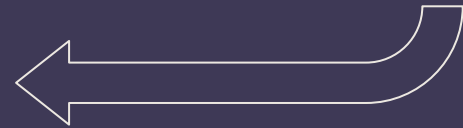


Post

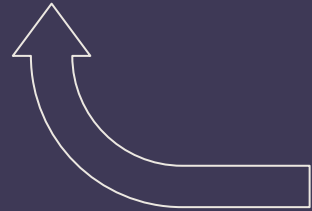
**“Hvad vil vores kunder  
rent faktisk læse”**



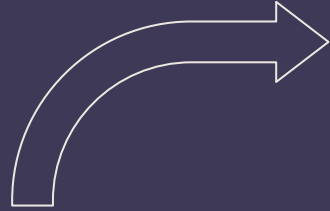
**Research/  
opsøg/  
udspørg**



**Skriv opslag**




**Post**





# Vores 3 grundprincipper

1. Post (stort set) hver dag – også i weekender.
  2. Inddeling af indhold på 60/20/20.
  3. Sæt ansigt på det ansigtsløse.
- 

Hvad blev resultatet?

$$\begin{array}{r} 3 \times 999 \\ + 7 \times 7 + 8^2 \\ \hline \\ \hline \end{array}$$

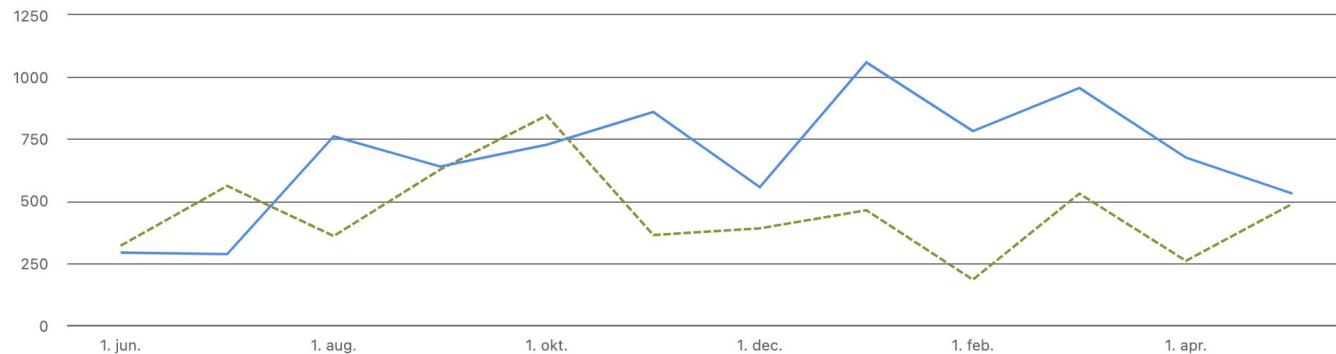
# Besøgende

## Nøgletal for besøgende ?

Sidevisninger ▾

Alle sider ▾

Alle filtre



Desktop

8.122

Mobil

5.389

# Engagement

## Oversigt

Data for 1.6.2022 – 31.5.2023

**9.704**

Reaktioner

**422**

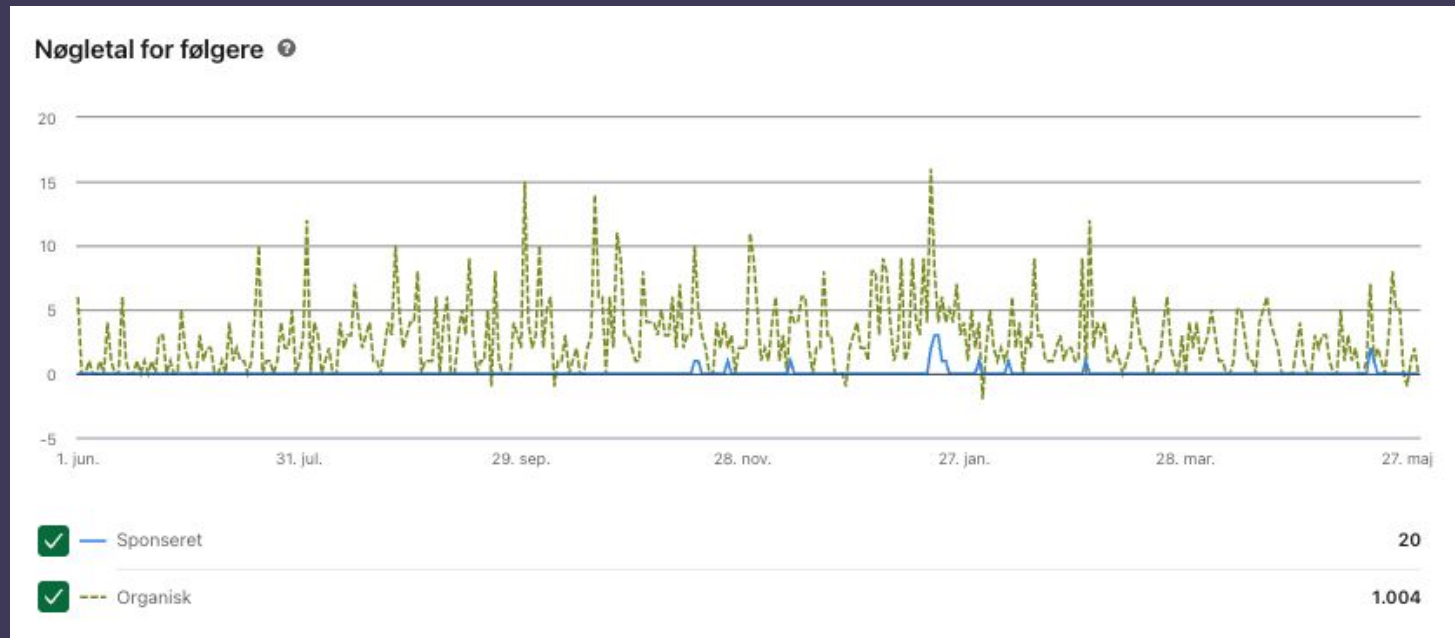
Kommentarer

**75**

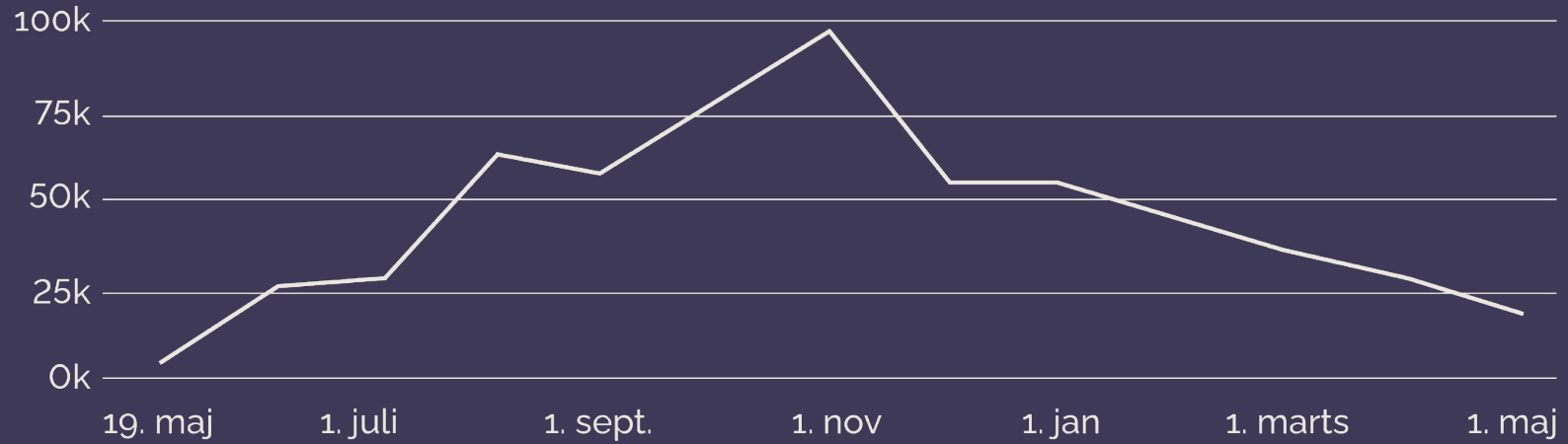
Genopslået



# Nye følgere



# Den omvendte case





[Redacted Name] • 11.54

Hey Peter,

Jeg sidder med en kunde, hvor jeg påtænker at anbefale jer. De mangler et bureau til, at producere content, drive SEO/SEM og muligvis poste på FB/LI.

Content er I 100 meter mestre i - er I også på til gamet med SEO/SEM + facen..?



[Redacted Name] • 15.20

Hej Peter

Grundet nedskæringer har jeg desværre mistet mit job hos [Redacted Name] og er nu på jagt efter et nyt.

Lige fra mit første job tilbage i 2014 har jeg, med stor interesse, fulgt med i, hvad I har lavet. Derfor tænkte jeg, at jeg vil høre dig, om I mon mangler en som mig i jeres team?



[Redacted Name] • 12.02

Hej Peter - jeg vil gerne høre mere fra jer omkring et samarbejde på e-mail (Nyhedsbreve og automation) :-)



[Redacted Name] • 13.01

Hej Peter  
Hvad er dit nummer?



**Peter Kragh Lauritsen** • 13.07

Hey du. 71 96 06 05. Er lige i workshop - hvad så? :D

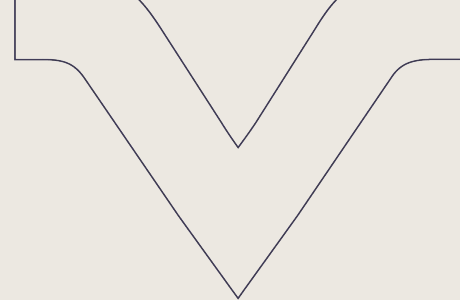


[Redacted Name] • 13.21

Har 500 personer som jeg skal sende en e-bog til. Mangler hjælp til campaign monitor..

# Hvad har vi lært?

Og hvad kan du lære af det?



# #1 Tidspunkter og datoer

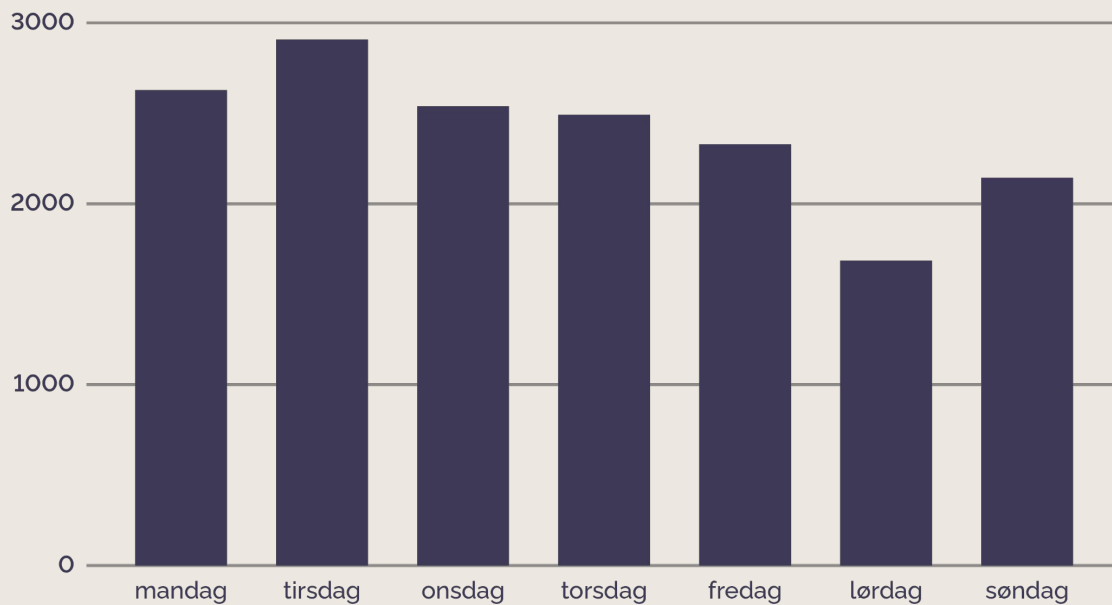
Det er ikke helt ligegyldigt, hvornår og hvilke dage du poster.

**Dage:** Hverdage har generelt bedre reach end weekender.

**Tidspunkter:** Om morgenen (7-9), lige før eller efter frokost eller efter 19.



# Gennemsnitlige daglige visninger (Company Page)



# #2 Emner

Det er ikke helt ligegyldigt, hvad du poster, og hvilke emner du taler om.

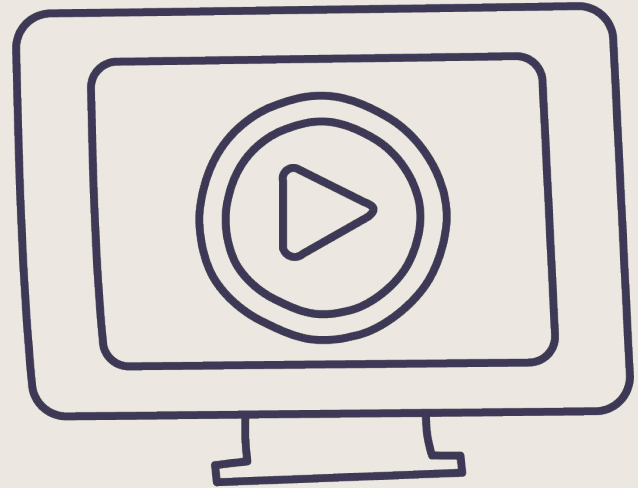
1. Faglighed
2. Aktualitet
3. "Show me you know me"
4. Erfaringer, holdninger og indsigter
5. "Tør' at spørg".



# #3 Formater

Det er ikke helt ligegyldigt, hvilke indholdsformater du bruger.

1. Text
2. Document
3. Polls
4. Picture
5. Video.





# #4 Holdning & humor

Det er ikke helt dumt at bekende kulør og have det sjovt.

En virksomhedsside må gerne have en holdning og stå ved den.

Man må også gerne dele memes, kaste sig selv under bussen og joke.

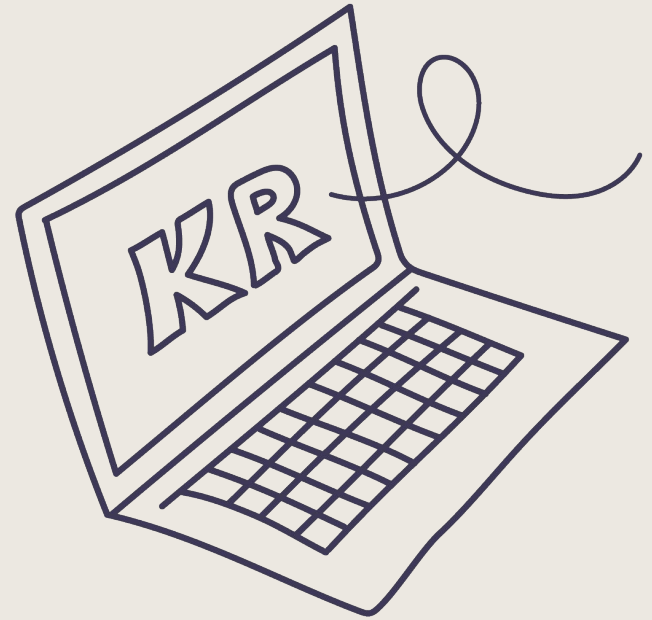


# #5 Pay to Play

Det er ikke helt underordnet, om du bruger penge eller ej på LinkedIn.

**Spor 1:** Post Ads = betalt distribution af organiske opslag.

**Spor 2:** Follower Ads = remarketing mod Company Page Visits mv.



# #6 Trends

Det er ikke helt ligegyldigt, om du er med på de nye LinkedIn-noder.

LinkedIn favoriserer nye funktioner:

1. LinkedIn Live
2. Document/Carousel Posts/Ads
3. (snart) Thought Leader Ads

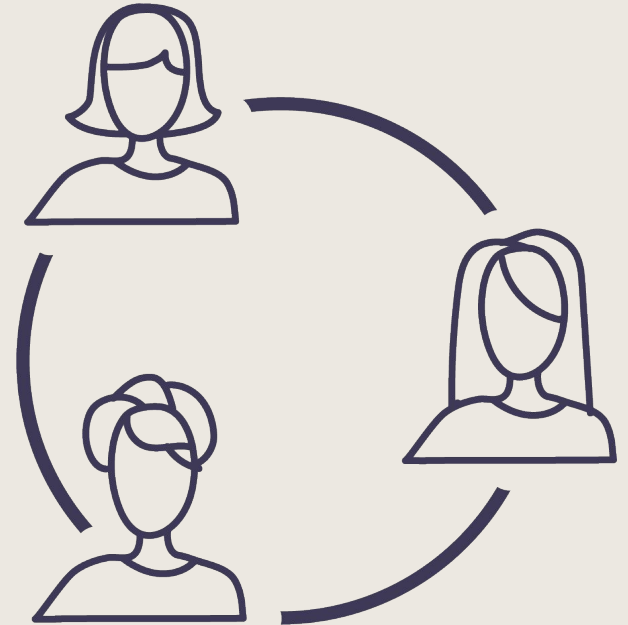


# #7 Engagement

Det er ikke helt ligegyldigt, om kollegaerne/netværket støtter.

Ø- Vi gør en masse for at skubbe på:

1. Intern kommunikation om opslag.
2. Tag af kollegaer og samarbejdspartnere (and what not), når det giver mening.
3. Selvstændigt målepunkt.

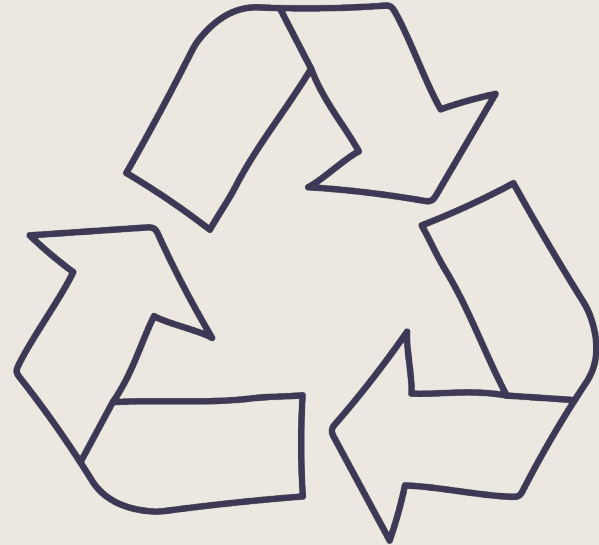


# #8 Genbrug

Det er ikke helt ligegyldigt, om du genbruger dit og andres indhold.

Genbrug kan ske på flere måder:

1. Personlig profil
2. Blogpost
3. Gated content.

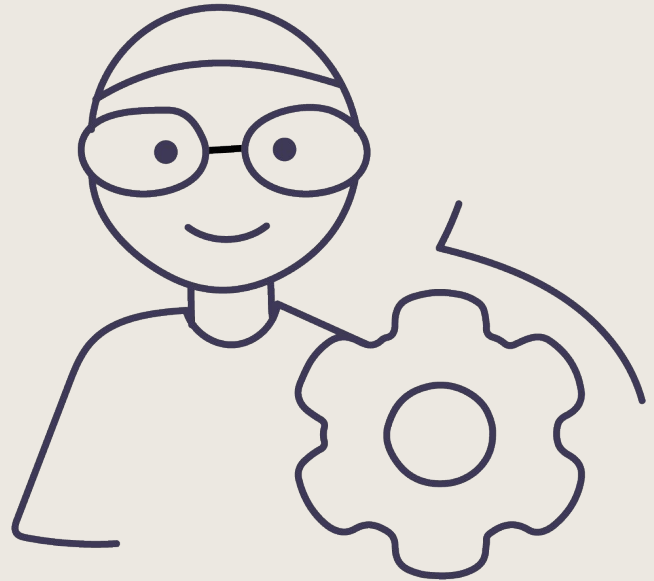


# #9 Lavpraktik

Det er ikke helt ligegyldigt med de der åndssvage algoritme-tricks.

Du kender dem sikkert:

1. Links i kommentarerne
2. #hashtags
3. Tagging.

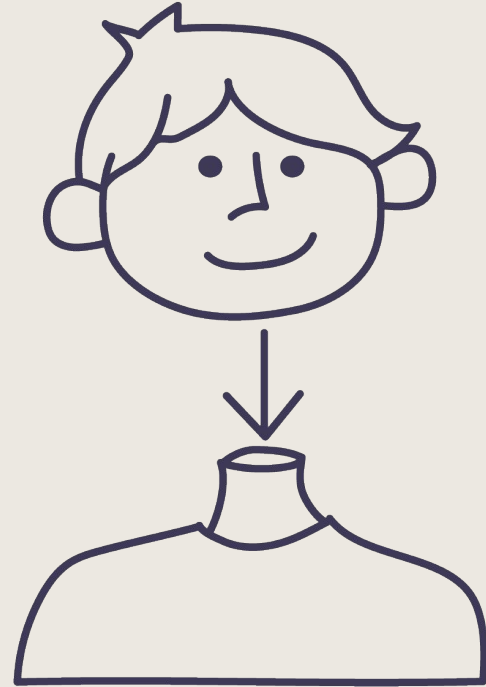


# #10 Personlighed

Det er ikke helt ligegyldigt at sætte ansigt på det ansigtsløse.

Du skal være opmærksom på:

1. tone of voice
2. holdninger
3. brandkarakter.



# Det var 10 hurtige til penalthuset

Gem dem.

Husk dem.

Brug dem som rettesnor.

Så kan det ikke gå helt galt.







# Tid

Hvordan du skaffer mere og udnytter den bedst



# Processen

Planlæg  
Strukturer  
Lav content-planer  
Eksekver i bulk.



**Vores hemmelige våben:** at lytte og altid have noter klar.

# Genbrug



Peter Kragh Lauritsen · Dig

Chief Product Officer & Partner @ Texta

1u · 🌐



Genbrug af indhold er den mest undervurderede og -prioriterede disciplin i marketing.

... se mere



Kim Søgaard Nielsen og 38 til

8 kommentarer



# Takeaways

**Hav et budget** for, hvordan din tid skal bruges.

**Hav et mål** for, hvordan din content-plan skal se ud.

**Manage your team**, så du kan drifte bedst muligt.



# Kreativitet

Hittepåsomhed, og hvordan I bliver bedste venner





Hvad vi startede med:

***“Sig til, når I har noget, der kunne være fedt til marketing”***



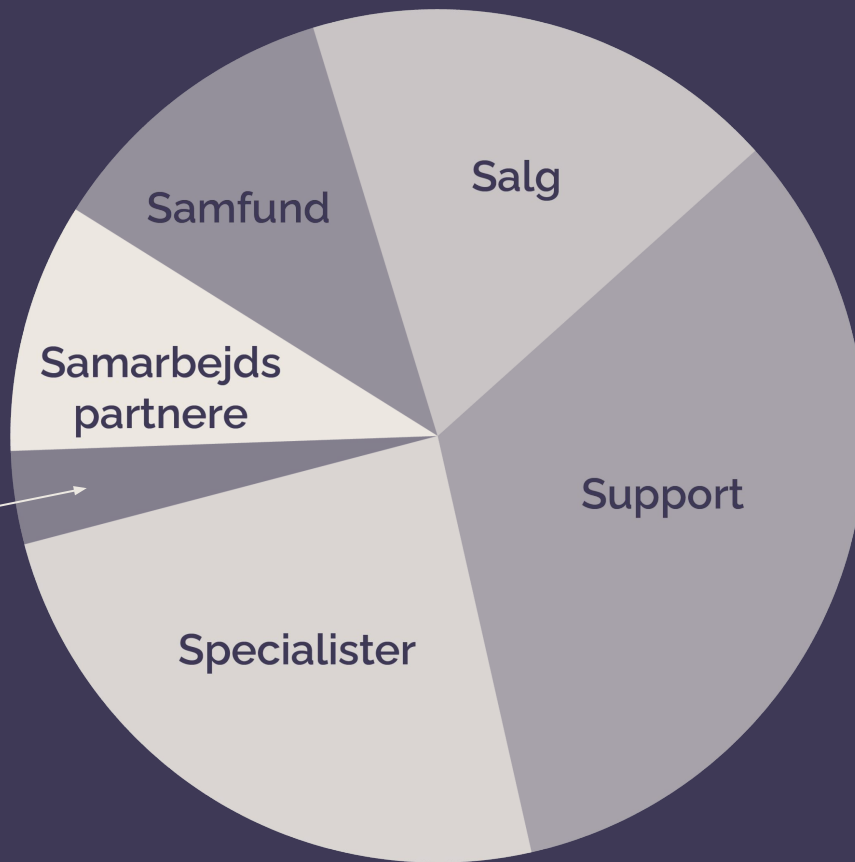


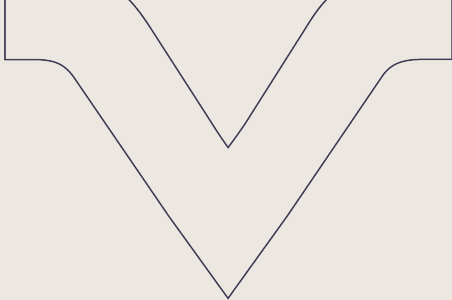


# De 5 S'er

Vores hellige gral

**BONUS S**  
Skiderikkerne





# Kommercielt

Hvornår ved du, at det går godt? Hvad skal du måle på?



KOMMENTARER

TILMELDINGER

LIKES

FØLGERE

TAGS

DELINGER

WEB VISITS

COMMUNITY

REACH

FØLGERE AF HASHTAG

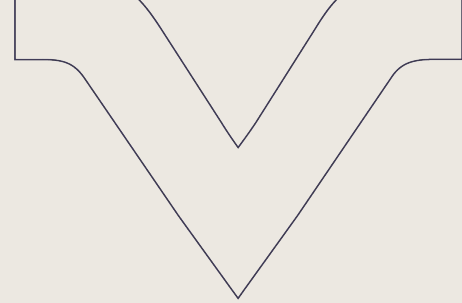
ANBEFALINGER I DM

SØGNINGER

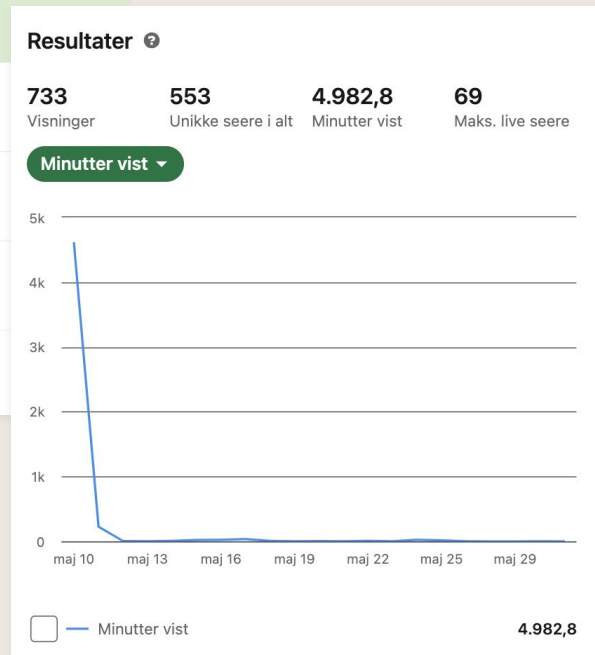


# Mikrokonverteringer

1. Følgere
2. Reach
3. Engagement
4. Content Consumption
5. Benchmarks.



Side		Samlet antal handlinger
1	 Texta	591
2	 No Zebra	454
3	 Obsidian Digital	339
4	 ASENTO	151
5	 Ackermann	








Alle følgere ?

Udeladt fra rapporten

Månedlige følgere

Profil

- 
**Jens Niklasson** · 2.  
 Spirits geek, taste expert and curious food lover  
 maj 2023
- 
**Cathrine Louise Tams** · 2.  
 Passionate about finding the right match!  
 maj 2023
- 
**Tobias Berg** · 2.  
 Jeg skaber finansielt overblik. Få sparring til vækst og optimering nu 🙌 Sparringspartner og revisor for små og mellemstore virksomheder.  
 maj 2023
- 
**Josefine Bruun Jensen** · 2.  
 Media & Experience Coordinator | PBA | E-handel  
 maj 2023
- 
**Denise M. Graabæk Rasmussen** · 2.  
 PR & Communications Coordinator at Pilgrim  
 maj 2023

# Makrokonverteringer

1. Klik til Web
2. Eventtilmeldinger
3. Leads
4. Touchpoints
5. Self-reported attribution.



## Du er med i videnklubben, men du sidder også med viden som vi kan bruge

Har du lyst til, at hjælpe os med, at sende det rette indhold  
ud de rigtige steder?

Hvor hørte du om os første gang?

Skriv dit svar her ...

Giv min feedback videre

Dit navn

Din e-mail

Din besked

Hvor har du hørt om os?

Send besked

Event slut

### Demand generation: Hvad, hvorfor og hvordan?

 LinkedIn Live



Rasmus Thierry Mogenstrup, Nikoline Eriksen og 153 deltagere til



Du og 32 til

17 kommentarer · 2 genopslag

# Brandkonverteringer

1. Brandsøgninger på Google
2. Direct Traffic
3. Brandsøgninger på LinkedIn
4. Company Page-besøg
5. Mentions.





# Inspiration

Brands, der gør det godt. Og helt uden bureauer





Søg

Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser

Notifikationer



*Merrild*

**LAVAZZA**

## Merrild Lavazza Danmark ApS



Vi brænder for kaffe!

Føde- og drikkevarer · Fredericia · 1.713 følgere · 54 medarbejdere

✓ Følger

Besøg websted

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Personer



Søg

Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser

Notifikationer



## NDI Group A/S

Holder din forretning rullende

Produktion af motorkøretøjer · Brørup · 4.628 følgere · 180 medarbejdere



✓ Følger

Besøg websted

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Personer



Søg

Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser

Notifikationer



**TURF TANK**<sup>®</sup>

Accurate. Consistent. Efficient.



## Turf Tank



Turf Tank is the Danish based robotics company behind the Turf Tank One; the world's first autonomous line marking robot

Robotteknologi · Svenstrup, North Jutland · 3.556 følgere · 132 medarbejdere

✓ Følger

Besøg websted

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Personer



Søg

Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser

Notifikationer



## H. DAUGAARD | customized logistics



PEOPLE | PERFORMANCE | PRECISION - International logistics and transport company with customized solutions

Transport, logistik, forsyningkæde og opbevaring · Kolding · 1.550 følgere · 85 medarbejdere

✓ Følger

Besøg websted

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Personer



🔍 Søg

🏠  
Startside

👥  
Dit netværk

💼  
Job

💬  
Meddelelser

🔔  
Notifikationer



LET'S CHANGE  
THE WAY THE  
WORLD WORKS



## Universal Robots



Produktion af automatmaskiner · Odense S, Fyn · 169.781 følgere · 883 medarbejdere

✓ Følger

Lær mere ↗

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Arbejdsliv

Personer

Events



Søg

Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser

Notifikationer



## BILA a/s

STREAMLINING YOUR BUSINESS

Produktion af industrimaskiner · Nykøbing · 9.568 følgere · 322 medarbejdere



✓ Følger

Besøg websted

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Personer



Søg

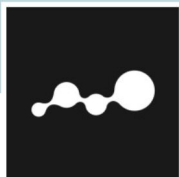
Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser Notifikationer

its for B2B's ← **B2B Revenue Attribution Platform** → Its automagic  
It's multi-touch      it's connecting behavior to outcomes



## Dreamdata

The leading B2B revenue attribution platform. Helping you build, repeat and scale success

Softwareudvikling · Copenhagen, Capital Region · 6.572 følgere · 50 medarbejdere

✓ Følger

Besøg websted

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Personer

Events





Søg



Startside



Dit netværk



Job



Meddelelser



Notifikationer



Your home for workplace safety

## EcoOnline Global

Software for a safer workplace!

Softwareudvikling · Oslo · 12.678 følgere · 602 medarbejdere



✓ Følger

Besøg websted

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Arbejdsliv

Personer

Events



Søg

Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser



Notifikationer



**PORT OF  
AALBORG**

## Port of Aalborg



Gate to great

Transport, logistik, forsyningkæde og opbevaring · Aalborg · 8.074 følgere · 84 medarbejdere

✓ Følger

Besøg websted [↗](#)

Mere

**Startside**

[Om](#)

[Indlæg](#)

[Job](#)

[Personer](#)

[Events](#)



Søg

Startside

Dit netværk

Job

Meddelelser Notifikationer



## innocent drinks



We make healthy drinks and give 10% of profits to charity. Fancy a job?

Føde- og drikkevarer · London · 183.383 følgere · 878 medarbejdere

✓ Følger

Besøg websted [↗](#)

Mere

Startside

Om

Indlæg

Job

Arbejdsliv

Personer

# Hvad så nu?

Din Company Page bliver ikke bygget på én dag




**Tag en  
puster!**




# Du klarede dig igennem ...

1. 101 slides
2. én case baseret på et helt år
3. én fuldtidsstilling + en assistent.





**Det gør du ikke på en formiddag.  
Og det er ikke noget, du kan have  
oppe at køre på mandag.**



**Hvad er det, du så faktisk skal gøre på mandag?**





Kan du huske de to spørgsmål?

**Hvad vil du opnå med din  
Company Page?**

**Hvem taler du til på din  
Company Page?**



Brug de rammer, der giver mening  
i din kontekst.

Sæt nogle realistiske mål.

Team up med de 5 S'er.

Skriv det første opslag.

Køb nogle gode ørepropper.



# Skal vi dele netværk?

Vi deler løbende nyt om LinkedIn, content og inbound marketing generelt. Du er velkommen til at connecte med os på LinkedIn.

Tilmeld dig [#RespektForDinIndbakke](#), vores nyhedsbrev, hvis du vil have dugfrisk viden om marketing, kommunikation og branding.

