Razvoj marketinga za proizvajalca opreme B2B

Od naključnih povpraševanj do **21 kvalificiranih na mesec**.

Proizvajalec opreme iz nerjavnega jekla za živilsko industrijo z 12,4 mio € prihodkov je nehal prodajati tanke in začel prodajati merljivo nižje stroške čiščenja.

3,1 mio € naročil novih kupcev v 12 mesecih | **14 → 31 %** uspešnost ponudb

Armes: izbira ciljnih kupcev, oblikovanje ponudbe in garancije, viri strank, prodajni proces, usposabljanje

Kupci ne kupujejo tanka. Kupujejo krajše čiščenje in manj vode. To jim zdaj izmerimo, preden ponudimo.

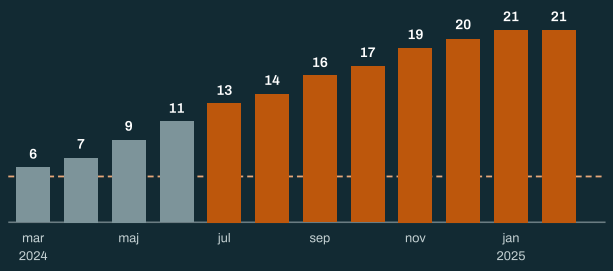
Naročnik
Proizvajalec procesne opreme, 12,4 mio €, 78 zaposlenih

Povod
Zasedenost proizvodnje padla na 72 %

Obseg
4 mesece priprave, 12 mesecev merjenja

Vloga Armesa
Strategija, ponudba, sistem, trening

Kvalificirana povpraševanja na mesec
črtkano: povprečje pred projektom (6); od marca 2024 po mesecih



21
kvalificiranih povpraševanj na mesec, prej 6

31 %
ponudb postane naročilo, prej 14 %

+9 %
višja cena pri primerljivem obsegu dobave

−80 k€
manj stroškov sejmov na leto

Izhodišče

Dobra oprema, a prodaja po naključju.

Podjetje izdeluje procesne tanke, sisteme za čiščenje na mestu (CIP) in transportne linije za živilsko industrijo. 65 % prodaje gre v izvoz.

Po investicijskem valu 2021–2022 je zasedenost proizvodnje leta 2023 padla na 72 %. Dva prodajna inženirja sta pripravila 180 ponudb na leto, naročilo je postalo le 14 %. Kupci so primerjali samo ceno z italijanskimi proizvajalci.

Lastnik je želel več marketinga. Armes je predlagal, da najprej spremenimo, **komu** in **kaj** prodajamo, šele nato **kako** pridemo do kupcev.

Kaj ni delovalo

Vsi so bili ciljni kupci
Od pekarn do pivovarn. Sporočilo ni nagovorilo nikogar.

Prodajali so izdelek
Tank po meri, ki ga kupec primerja le po ceni.

En vir povpraševanj
Trije sejmi na leto za 140 tisoč €, vmes tišina.

Ponudba za vsakogar
Tudi brez proračuna in odločevalca.

Korak 1: ciljni kupci

Ena skupina kupcev namesto cele živilske industrije.

Izbrali smo srednje velike mlekarne in sirarne s 5–80 mio € prihodkov v Avstriji, Nemčiji, Italiji, Sloveniji in na Hrvaškem. Teh je 640. Izbrali smo jih po štirih merilih.

Velika bolečina
Čiščenje traja 3–4 ure na dan. Voda, kemikalije in energija za CIP stanejo 120–300 tisoč € na leto.

Denar za rešitev
Marže so stabilne, posodobitev se poplača v manj kot dveh letih in jo banke rade financirajo.

Lahko jih najdemo
Javni registri obratov, združenja mlekarn in jasni odločevalci: tehnični direktor in vodja proizvodnje.

Trg raste
Cene vode in energije ter zahteve kupcev glede porabe virov rastejo vsako leto.

Korak 2: ponudba

Program CIP 30: manjša poraba, ne nov tank.

Ponudbo smo zgradili okoli vrednosti za kupca. Vrednost raste, ko je izid večji in bolj verjeten, ter ko kupec čaka manj in vloži manj truda.

Želeni izid

povečali

Prej: »kakovosten tank«. Zdaj: **30 % manj vode in kemikalij** ter eno uro krajše čiščenje na dan.

Verjetnost uspeha

povečali

Meritev pred ponudbo, tri izmerjene reference in **garancija prihranka**.

Čas do učinka

skrajšali

Montaža v **48-urni zaustavitvi** čez vikend. Prihranek viden prvi teden.

Napor kupca

zmanjšali

Na ključ: projekt, validacija in **dokumentacija za IFS**. Kupec ne vodi ničesar.

Sestavni del programa	Kaj kupec dobi	Vrednost
Meritev CIP v enem dnevu	Poraba vode, kemikalij, energije in časa v evrih, poročilo v 5 dneh	3.500 €
Prenova CIP na ključ	Tanki, ventili, krmiljenje in recepture čiščenja po meritvi	po ponudbi
Montaža čez vikend	Brez izpada proizvodnje, delo v 48 urah	9.000 €
Validacija in dokumentacija	Zapisi za IFS in HACCP, pripravljeni za presojo	6.000 €
12 mesecev nadzora	Daljinski pregled porabe, mesečno poročilo o prihranku	7.200 €
Dodana vrednost brez doplačila		**25.700 €**

Garancija prihranka

20 %

Če v prvih šestih mesecih poraba vode in kemikalij ne pade vsaj za **20 %** glede na izhodiščno meritev, sistem brezplačno doregulirajo in kupcu vrnejo **10 % cene**.

Garancija velja le po meritvi, zato podjetje ve, kaj obljublja. V 12 mesecih je ni bilo treba uveljaviti.

Cena projekta je v povprečju 9 % višja kot prej za primerljivo opremo. Kupci primerjajo prihranek, ne cene tanka. Program ima ime, da ga prodajalci, partnerji in kupci lahko priporočajo naprej.

Korak 3: štirje viri strank in priporočila

Brezplačna meritev odpre vrata, ponudba pride šele za njo.

Do kupcev pridemo na štiri načine: pišemo tistim, ki nas poznajo, in tistim, ki nas ne, objavljamo vsebine in plačamo oglase. Vsi štirje vodijo k istemu prvemu koraku: meritvi CIP, ki kupcu pokaže, koliko ga stane čiščenje.

Vir	Kaj smo naredili	Pogovori	Meritve	Naročila
Znani kontakti topli nagovor	420 kontaktov iz 10 let sejmov in ponudb. Osebno sporočilo s ponudbo meritve, nato klic. Brez prodaje, samo vprašanje o čiščenju.	64	22	4
Novi kontakti hladni nagovor	640 mlekarn, po 2 odločevalca. Zaporedje LinkedIn, e-pošta in klic. Nov mlajši sodelavec opravi 60 stikov na dan.	71	24	4
Vsebine brezplačno	Mesečno »pred in po« z izmerjenimi številkami, kratki videi z montaž, objave tehničnega direktorja. Kalkulator stroška čiščenja na spletni strani.	29	10	2
Oglasi 1.500 € na mesec	LinkedIn oglasi za kalkulator, ciljani na tehnične direktorje mlekarn, in ponovni nagovor obiskovalcev.	14	5	0
Priporočila kupci, partnerji	Kupci, ki priporočijo drugo mlekarno, dobijo dodatno leto nadzora. Dva tehnologa mlekarstva kot partnerja s provizijo.	8	3	1
Skupaj 12 mesecev		**186**	**64**	**11**

Sejmi: iz treh na enega, z vnaprej dogovorjenimi sestanki. Ponudbo pripravimo le po meritvi in le, ko sta znana proračun in odločevalec. Vse je vodeno v CRM, od prvega stika do naročila.

Rezultat po 12 mesecih

11 novih kupcev in 3,1 mio € naročil.

Armes je izbral ciljne kupce, z vodstvom oblikoval program CIP 30 in garancijo, pripravil sporočila za vse štiri vire, uvedel prodajni proces v CRM in usposobil inženirje ter novega sodelavca. Nagovor, meritve in ponudbe je izvajala ekipa podjetja.

Kaj je bilo težko. Prvih šest tednov je na hladni nagovor odgovorila le 2 % prejemnikov. Odziv se je dvignil na 9 %, ko smo nehali pisati o opremi in začeli pisati o izmerjeni izgubi pri čiščenju. Inženirji so garancijo sprva zavračali, zato velja le po meritvi.

12× bruto marža novih naročil (31 %) glede na 82.000 € stroškov marketinga in novega sodelavca.

Od pogovora do naročila

1.060	186	64	35	11
nagovorjenih kontaktov	pogovorov	meritev CIP	ponudb	naročil

12,4 → 14,6	72 → 88 %	280 k€
mio € prihodkov, prvo leto po projektu	zasedenost proizvodnje	povprečno naročilo, prej 210 k€

»Prej smo pošiljali ponudbe vsem. Zdaj ponudimo le tam, kjer smo izmerili, koliko lahko prihranijo, in tam skoraj vsako tretjo dobimo.« **Prodajni direktor**

Želite stalen tok povpraševanj od pravih kupcev?

Igor Prosenik igor.prosenik@armes.si armes.si