

Bernstorff Slot



CASE | BERNSTORFF SLOT

VI HAR KNYTTET KUNDERNE TÆTTERE TIL OS

Det fortæller Karin Ruus Pedersen, marketingchef hos Bernstorff Slot, der fungerer som hotel og konferencecenter. "Netop slottets unikke historie og faciliteter får mange til at falde pladask for stedet. Har man først været her, husker man det", lyder det fra Karin Ruus Pedersen. Bernstorff Slot ønskede derfor at udvide deres eksisterende kunders kendskab til slottets muligheder – og få større viden om kunderne for at kunne varetage flere af deres arrangementer.



Lead Marketing ringer ikke for os, men fra os. De er en del af virksomheden

Karin Ruus Pedersen, marketingchef Bernstorff Slot

KUNDERNE SKAL SMAGE PÅ STEDET

"I den forbindelse kørte Lead Marketing en kampagne for os, hvor de inviterede 300 af vores eksisterende kunder til at deltage i en markedsundersøgelse. Det var typisk kunder, der kun havde besøgt os en enkelt gang gennem de

sidste tre år. Hver besvarelse udløste et gavekort for to til vores populære weekendbrunch. På den måde fik kunderne smagt på både mad og lokaler – og vi indsamlet nyeste viden om deres behov", lyder det fra Karin Ruus Pedersen.

VI SÆLGER OPLEVELSER

"Da vi er i skarp konkurrence med andre hoteller og konferencesteder, er den personlige kontakt vores bedste markedsføringskanal. Kunder, der vælger os, vægter rammerne om deres arrangement højt. Tingene skal hænge sammen og føles rigtige – fra indretning til service og

omgivelser. Det forudsætter, at kunden oplever stedet, hvilket brunch-gavekortet sørgede for. Vi fik ca. 200 brunchgæster på besøg – og efterfølgende aftalt uddybende salgsmøder med over 50 % af dem", forklarer Karin Ruus Pedersen.

STØRRE DYBDE I SALGSMØDERNE

Resultaterne af markedsanalysen brugte Karin Ruus Pedersen i forberedelsen af de enkelte salgsmøder. "Allerede inden mødet kendte jeg kundens behov og kunne med det samme målrette dialogen og rundvisningen. Salgsmøderne er

langt mere effektive, når man er godt klædt på og har en solid forhåndsviden om kundens forretning", fortæller Karin Ruus Pedersen, der netop valgte Lead Marketing på baggrund af deres utraditionelle henvendelse.

DE MATCHER VORES KULTUR

"Jeg blev selv kontaktet af Lead Marketing på tilsvarende vis med en markedsanalyse, et gavekort og efterfølgende salgsmøde. Det virkede meget professionelt og seriøst – og matchede den måde, vi gerne vil tilgå vores

kunder på. Derfor valgte vi at indgå samarbejde med dem, hvilket har levet fuldt op til vores forventninger. Vi har kort sagt fået en organiseret salgsafdeling, der matcher vores kultur – og til variable omkostninger".

Er du blevet inspireret?

RING TIL OS PÅ
30 58 58 10

LEAD MARKETING.
DIT INTELLIGENTE SALG.