



Webinar 30. november 2021

Fractional CMO:

Hvorfor leie en
markedssjef på deltid?

Velkommen og introduksjon



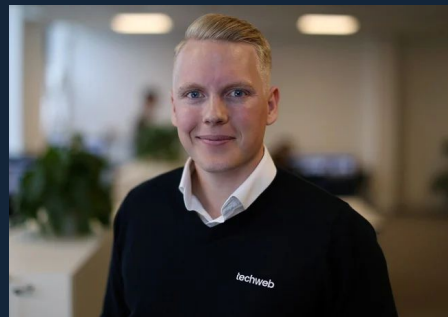
Erlend Førsumd

CMO og senior
forretningsrådgiver i Techweb



David Aleksandersen

Salgssjef og senior
forretningsrådgiver i Techweb



Knut Idar Pedersen

CEO og senior
forretningsrådgiver i Techweb

Vi er en vekstpartner for SaaS og teknologiselskaper

Datadrevet vekstpartner med unik kompetanse i skjæringspunktet mellom teknologi, markedsføring og forretningsforståelse.

Tverrfaglig team med kompetente ansatte. Teknologer, markedsførere, forretningsrådgivere, tekstforfattere og designere.

Vi tilbyr et innleid vekst-team med en CMO til prisen av 1-2 ansatte. Vi jobber med merkevarer som Nofence, Buypass, Current, Ørn Software, Dialog, Norkart, TU Media, Prediktor.

Når kundene jobber med oss skal de oppleve å ta det neste steget.

Velkommen til nettavisen for salgs- og markedsfolk



Knut sverger til å leie inn deltidsansatt markedssjef

Agenda

- Hva er en fractional CMO?
 - Eksisterende fenomen, økende trend
 - Hva er en Fractional CMO?
 - Hvem er det for?
 - Fordeler og ulemper
- Hvordan fungerer det i praksis?
 - CMO + vekstteam
 - Regnestykket
 - Hvordan komme i gang?
- Q & A

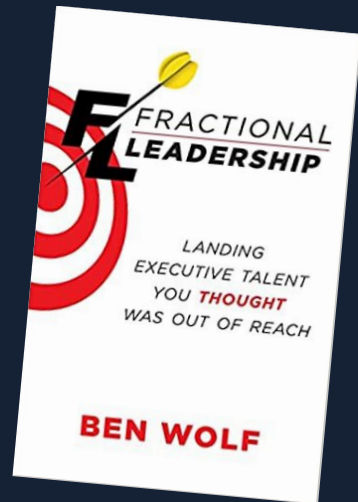


Hva er en Fractional CMO?

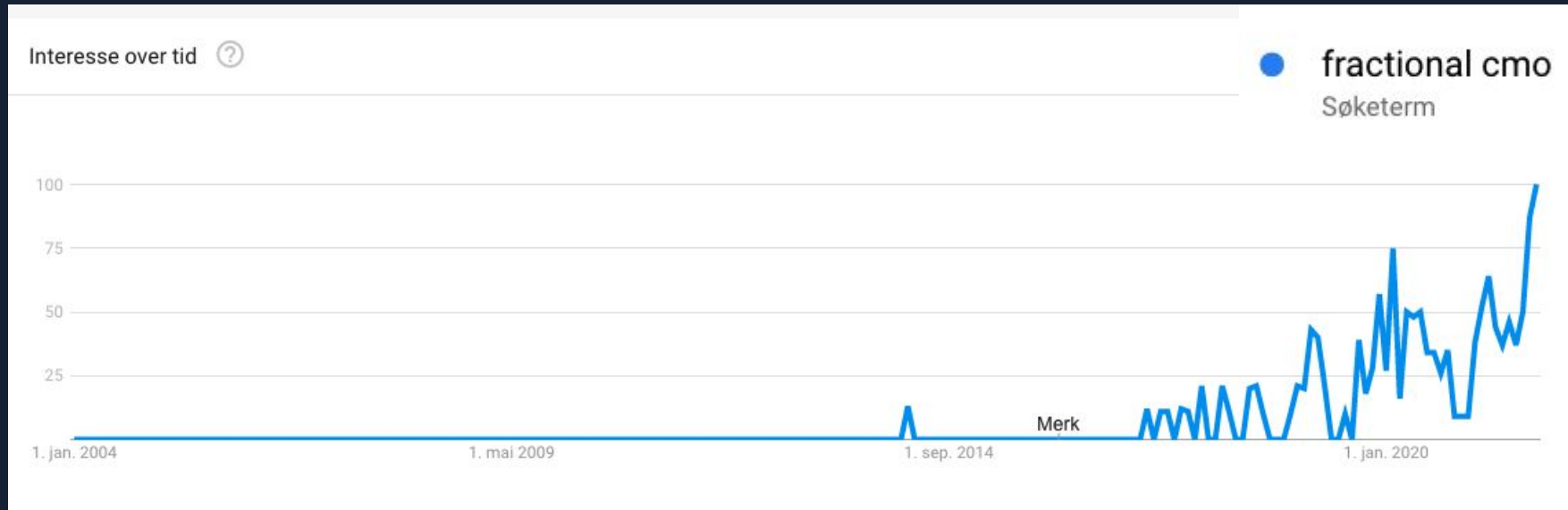
“Fractional”, et eksisterende fenomen ...

- Fractional = “mission critical” person som jobber i en redusert brøk
- Eksempler:
 - Advokat
 - Regnskapsfører
 - Revisor
 - Styreleder
 - Konsulenter
- Nå er også C-level-rollene i spill!

“Fractional CxO”, en økende trend ...



“Fractional CMO” popularitet



Hva er en fractional CMO?

- *“En Fractional CMO er en markedssjef som jobber et begrenset antall timer i uken i en bedrift.”*
- Hovedoppgaver:
 - **Strategi:** Tar visjonen, utformer markedsstrategi og realiserer den.
 - **Ledelse:** Leder, bygger og coacher markedsføringsteamet.
 - **HR:** Lokalisere, rekruttere og ansette kvalifiserte talenter.
 - **Rapportering:** Rapportere til ledergruppa og styret på nøkkel-KPI-er.

Hvem er det for?

- Organisasjoner som ...
 - har behov for å ansette en ny marketing-ressurs
 - har en markedsavdeling som trenger veiledning og lederskap
 - ønsker utenfra-blikk på bedrift, strategi og tactics
 - trenger å kjøpe seg tid for å finne den rette permanente ressursen
 - ikke har tid eller penger til å lete etter en CMO
 - ikke har budsjett til å bruke alt på et strategisk hode
 - ønsker å vokse raskt med lav risiko
- Startups med finansiering, scaleups og B2B-virksomheter

Fordeler og ulemper

Ulemper

- Mindre tilgjengelighet

Fordeler

- Rask tilgang på C-level markedsføringskompetanse til en fraksjon av prisen av en heltidsansatt.
- Frigjør penger til "hendene" som skal utføre markedsføringsarbeidet
- Lav risiko, da du ikke ansetter, men leier din CMO.
- Fleksibelt, da du kan leie frem til du har en fast på plass.

Hvordan fungerer det i praksis?

Men først:
Hvilke **forventninger** har man
til en markedssjef?

Fra Finn.no for noen dager siden...

... du skal **lede frem en effektiv markedsstrategi** og være **ansvarlig for vår markedsføring og kommunikasjon i våre ulike kanaler**.

Som markedssjef kommer du til å drive markedsføring både **digitalt og tradisjonelt**, det innebærer **sosiale medier, web, app, avis og fysiske flater i XYZ**.

Du er den som har **ansvar for planlegging, publisering og utarbeidelse av annonser og kampanjer**.

Produksjon av content og innhold inngår også i stillingsbeskrivelsen, noe som betyr at du med dine **kreative evner** skaper en **strategi og plan** som følger XYZ sine verdier og visjon. Det er en fordel om du har noe **erfaring fra foto**, da du selv vil stå ansvarlig for å skape innhold.

Du er den som har nærmest kontakt med våre **eksisterende samarbeidspartnere** og **influencere** som vi jobber med.

Men også holder i **prosessene for å skape nye samarbeid og finne nye ambassadører** som har rett profil for XYZ.

Videre i denne stillingen har du **ansvar for å følge de økonomiske målsettingene** som blir gitt og at de oppnås.

Dermed er det en fordel at du **tidligere har jobbet innenfor markedsføring og kommunikasjon** og har en forståelse for å sette opp et markedsbudsjett og jobbe ut fra det.

Jeg har kjent på det å være markedssjef alene

- Som markedssjef - sitter du litt med følelsen av å alltid komme til kort.
- Tid og evner rekker liksom aldri helt til...
- **Det er SÅ ekstremt mye man forventes kunne:**

Budsjettansvar Dataanalyse Nurturing av leads PR & informasjonsarbeid

Markedsstrategi Brukeropplevelse Webdesign & -utvikling Lage podcasts

Annonsering (digital og fysisk) Kundereiser CRO: Konverteringsoptimalisering

Målgruppeanalyse Innhold (strategi og produksjon) SEO - teknisk på web og innholdsmessig

Animasjoner Kundeanalyse Branding Eventplanlegging- og gjennomføring

Video Konkurrentanalyse Design Gjennomføring av eventer Foto

Produsere trykksaker Drive kampanjer Webinarer Illustrasjoner

Og hva med alle **applikasjonene**?

(Adobe, Analytics, SEO,)

Hva koster en markedssjef?

- En markedssjef kan kanskje ha en **lønn** på 1 million kroner.
- Inkludert sosiale kostnader (ca 30%), kurs, kontorplass, utstyr, osv, havner vi på **1,5 million per år.**
- **Markedsføringsgjeld:** Markedssjefen kan ikke alt, **selv om han er unicorn**, og må kjøpe en del tjenester eksternt.
- Og hva med **risikoen**? Feilansettelser er dyrt...

Hva koster en fractional CMO?

- En ren Fractional CMO kan koste fra 25.000 per måned.
- Men de fleste av våre fractional CMO-kunder betaler **fra 100-200.000** per måned. **Hvorfor?**
- Poenget med fractional CMO er å ha penger igjen til de som skal gjennomføre strategien i praksis.
- I Techweb følger det med mye mer enn en fractional CMO: Du kan få et **komplett vekstteam**.

Hva er et vekstteam?

- Et vekstteam er Fractional CMOens **forlengede og utøvende arm**.
- Et vekstteam kan dekke svært mange av de kompetanseområdene som en drømme-CMO "forventes" levere:
 - Dataanalyse, CRO, SEO, innhold, design, film, foto, video, web, brukeropplevelse, annonsering i ulike flater, ...
- Et vekstteam er egentlig **Fractional Spesialister** innen sine felt.

Fordelene med et vekstteam?

- Et vekstteam gir CMO **fleksibilitet**.
 - Hent ut kompetanse ved behov.
- Et vekstteam gir CMO **spisskompetanse**.
- Et vekstteam gir CMO større sjanse for **måloppnåelse**.

Fractional CMO

Oppsummering og Q&A



Spørsmål og svar



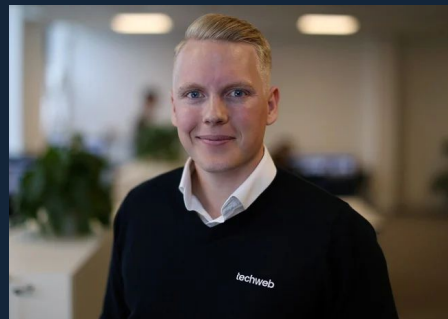
Erlend Førsumd

CMO og senior
forretningsrådgiver i Techweb



David Aleksandersen

Salgssjef og senior
forretningsrådgiver i Techweb



Knut Idar Pedersen

CEO og senior
forretningsrådgiver i Techweb

Takk for oss!

Nysgjerrig på mer?



David Aleksandersen

Salgssjef og Senior forretningsrådgiver i
Techweb

E: david@techweb.no

T: 480 13 3335