

A woman's face is visible in the background, framed by two hands in the foreground. The hands are positioned as if they are holding or presenting the face. The entire image has a strong purple and blue color cast.

Byg marketing- intelligens, der gør hele dit team skarpere

BY BIRDSATFIVE



Marketing har viden, men den bliver ikke brugt

De fleste marketingafdelinger mangler ikke viden. Tværtimod. De har opbygget en betydelig strategisk kapital gennem positioneringsprojekter, kundeanalyser, konkurrentindsigter, kampagner og samarbejdet med salgsorganisationen. Hver workshop, analyse og lancering tilfører ny indsigt om markedet og kunderne.

Problemet er, at denne viden sjældent eksisterer som ét samlet fundament. Den ligger spredt på tværs af præsentationer, SharePoint, Teams, CRM-systemer og medarbejdernes egne filer.

Marketingafdelingen har behov for en fælles hjerne at bygge på.

Vi kalder den Birdie Core.

Konsekvensen ved ikke at have en marketinghjerne er, at marketing ofte starter forfra. Tid bruges på at genfinde information, diskutere tidligere beslutninger og genopbygge kontekst, organisationen allerede har skabt én gang. Det gør ikke kun arbejdet langsommere. Det gør også AI dårligere, fordi kvaliteten af output altid afhænger af kvaliteten af den viden, den arbejder ud fra.

Den næste konkurrencefordel er marketing, der bliver klogere over tid

I mange år har marketing været organiseret omkring kampagner og projekter. Der bliver produceret stærke leverancer, men når projektet er afsluttet, bliver en stor del af læringen liggende i præsentationer eller hos de mennesker, der deltog.

Når produktionen af indhold bliver næsten gratis, bliver evnen til at omsætte læring til bedre beslutninger vigtigere end evnen til at producere mere.

Fremtidens marketingafdelinger bliver derfor ikke målt på, hvor mange kampagner de kan gennemføre, men på hvor hurtigt de kan omsætte ny viden til bedre beslutninger, stærkere budskaber, mere relevante kundeoplevelser og mere salg.

Den marketingafdeling, der systematisk kan fastholde, strukturere og genbruge sin viden, vil over tid skabe en konkurrencefordel, som er vanskelig at kopiere. Ikke fordi den arbejder hårdere, men fordi den lærer hurtigere.



Figur 1.

Problemet Hvordan viden går tabt

Hver strategisk leverance repræsenterer værdifuld viden om markedet, kunderne og forretningen. Problemet er ikke, at viden mangler, men at den ender spredt i dokumenter og derfor sjældent bliver en aktiv del af fremtidige beslutninger.



Birdie Core er marketings- afdelingens fælles hjerne

Vi introducerede tidligere idéen om marketingafdelingens fælles hjerne, Birdie Core. En valideret “source of truth”, hvor strategi, målgrupper, produkter, budskaber, erfaringer og læring samles ét sted og gøres operationelle i hele organisationen.

Formålet er ikke at skabe endnu en vidensdatabase eller endnu et AI-værktøj. Formålet er at sikre, at både marketing og AI altid arbejder ud fra det samme strategiske fundament.

Forskellen er, at Birdie Core ikke blot lagrer viden. Platformen strukturerer, validerer og forbinder den, så den bliver anvendelig, hver gang marketing skal træffe beslutninger eller producere nyt indhold.

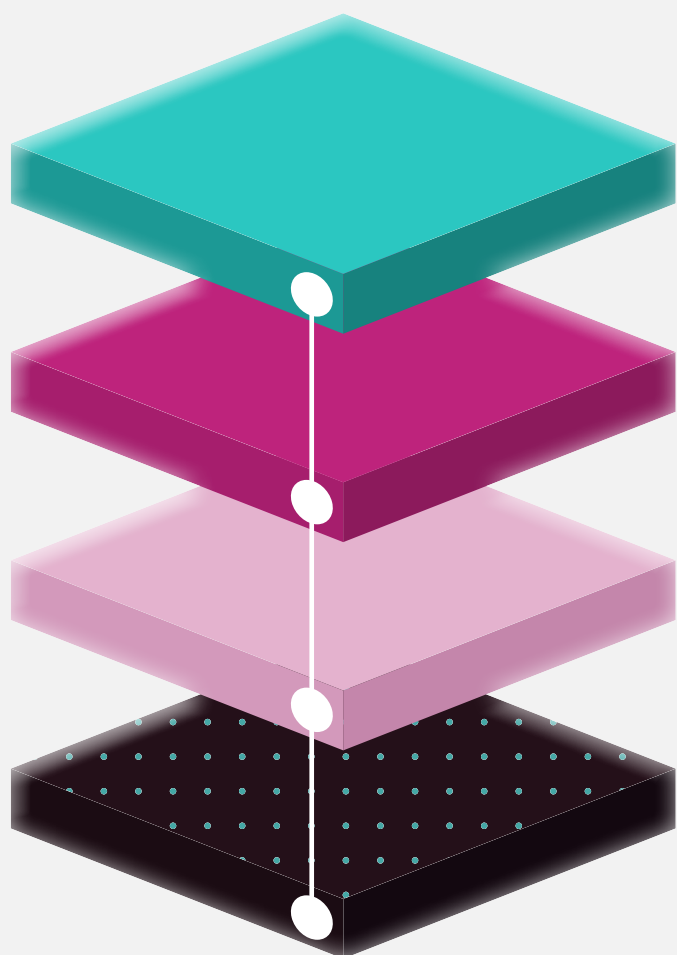
Platformen samler målgrupper, positionering, produkter, konkurrenter, budskaber, cases og erfaringer i én fælles struktur, der løbende opdateres. Når marketing udvikler en kampagne, skriver et whitepaper eller bruger AI til at producere indhold, sker det på baggrund af den samme validerede viden. Samtidig føres ny læring tilbage til platformen, så den næste kampagne bygger videre på den forrige i stedet for at begynde forfra.

Birdie Core er bygget i lag. Først samles kilderne. Derefter bliver indholdet kurateret og valideret.

Til sidst bliver al viden struktureret, forbundet og gjort søgbar. Det er den fælles struktur, der gør, at forskellige typer viden kan arbejde sammen som én.

Det er her, forskellen på en hjerne og et bur ligger. Jeres viden bliver ikke låst inde i endnu en platform. Den kurateres én gang og bliver tilgængelig, dér hvor I arbejder, uanset om det er Copilot, ChatGPT, jeres egne løsninger eller de værktøjer, der kommer i fremtiden. I ejer fundamentet, og det følger med jer, uanset hvilken AI-plattform I vælger.

Ét emne, fx **virksomhedens værditilbud**, eksisterer på tværs af alle lag. Det består af validerede fakta, dokumenterede erfaringer og den samlede forståelse, der binder det hele sammen.



Hukommelsesgraf **FORSTÅELSE**

Forbinder fakta, beslutninger og erfaringer i én samlet forståelse, så ny viden bygger videre på organisationens eksisterende indsigt.

Faktaark **FAKTA**

Én valideret kilde til virksomhedens produkter, kunder, målgrupper og positionering. Alle oplysninger kan spores tilbage til deres oprindelige kilde.

Referencebibliotek **ERFARING**

Dokumenterede kampagner, indhold og processer koblet med performance, så det, der virker, bliver let at genbruge og videreudvikle.

Semantisk struktur **SAMMENHÆNG**

Det fælles lag, der forbinder fakta, erfaringer og læring. Gør det muligt at forstå betydning frem for nøgleord og skaber ét fælles beslutningsgrundlag for mennesker og AI.

Figur 2.

Fundamentet Hvordan marketing får en fælles hjerne

Marketingviden består af flere lag. Birdie Core forbinder fakta, erfaringer og løbende læring i én fælles struktur, så både mennesker og AI altid arbejder ud fra det samme beslutningsgrundlag.



Fra viden *til* handling

Birdie Core skaber fundamentet.
Studios omsætter det til handling.

Et Studio automatiserer en konkret marketingopgave fra start til slut med udgangspunkt i jeres egen viden. Det kan være opslag, mails, landingssider, præsentationer, oversættelser eller markedsanalyse.

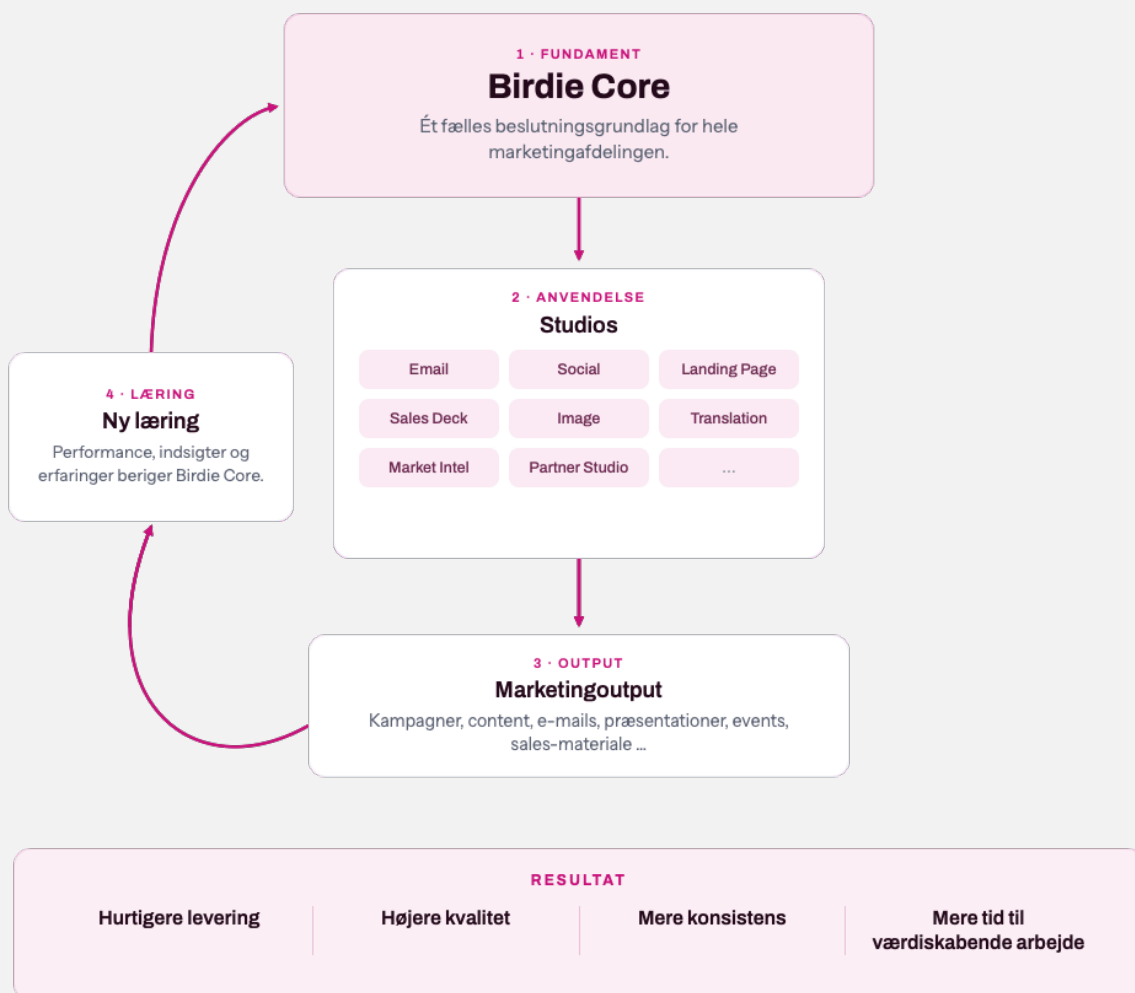
Biblioteket omfatter blandt andet Social Post Studio, Email Studio, Partner Personalisation Studio, Landing Page Studio, Image Studio, Translation Studio, Sales Presentation Studio, Lead Scoring og Nurturing, User Journey Mapping og Market Intel. Vi bygger ikke Studios for teknologiens skyld. Vi bygger dem, hvor AI kan skabe størst effekt.

Derfor udvikles Studios løbende ud fra de arbejdsopgaver, der giver størst effekt. Platformen vokser i takt med organisationens behov, og hvert nyt Studio bygger videre på det samme strategiske fundament.

Det er her, Birdie Core adskiller sig fra en traditionel vidensdatabase. Fundamentet er ikke bygget for at arkivere viden, men for at aktivere den. Strategien bliver ikke liggende

i præsentationer eller på drev. Den bliver en aktiv del af de beslutninger, kampagner og kundeoplevelser, marketing skaber hver eneste dag.

AI bliver hurtigt en teknologi, alle har adgang til. Den varige konkurrencefordel bliver derfor ikke teknologien, men kvaliteten af det beslutningsgrundlag, den arbejder ud fra. Det er den forskel, Birdie Core er bygget til at skabe.



Figur 3.

Anvendelsen Hvordan viden bliver til handling

Studios udvikles ikke for teknologiens skyld, men dér, hvor AI kan skabe størst effekt. Vi prioriterer arbejdsopgaver med høj frekvens, høj forretningsværdi og et stort potentiale for standardisering uden at gå på kompromis med kvaliteten.

Hvert Studio omsætter marketingafdelingens fælles beslutningsgrundlag til konkret arbejde. Performance, indsigter og erfaringer føres løbende tilbage til Birdie Core, så både mennesker, AI og hele marketingorganisationen bliver klogere over tid.

BE CREATIVE. MASTER AI.

ADDRESS

Rosenvængets Allé 11
2100 København Ø
Denmark

CONNECT WITH US

+45 26 13 14 14
accelerate@birdsatfive.dk
—
birdsatfive.dk