

Worked for 12s

Ja, Frank. **Det her ændrer prioriteringen markant.** Med 1.027 besøg på forsiden og nul handlinger har du ikke primært et trafikproblem. Du har et **positionerings- og konverteringsproblem.**

Og jeg er enig i din retning:

FG&P skal ikke længere fremstå som en Search-virksomhed, der også tilbyder Interim.

Den skal fremstå som:

Frank Godbersen & Partners

Interim & Search

Procurement · Supply Chain · Operations

med denne kommercielle rækkefølge:

Interim first. Search when the permanent solution is needed.

Det er også konsistent med det koncept, vi allerede har dokumenteret: Interim som entry service, Search som permanent løsning, og Operational Leadership som det overordnede thought-leadership-topic.

Interim extended DRAFT long Kon... +1

Hvad tallene på skærbilledet fortæller mig

Forsiden har 1.027 views. Contact har 113 views. Interim & Projects kun 74. Search 54.

Det betyder ikke nødvendigvis, at folk foretrækker Search. Mere sandsynligt er det, at **forsiden ikke sender dem hurtigt nok videre til en konkret handling.**

113 personer har endda været på contact-siden uden at kontakte dig. Det er ret alvorligt.

Min læsning er derfor:

Folk finder dig. De undersøger dig. Men de ser ikke et tilstrækkeligt klart, aktuelt eller presserende tilbud til at handle.

Det er præcis det, hjemmesiden skal løse.

Den nye hjemmeside skal starte med en situation — ikke med FG&P

Jeg ville ikke åbne med:

eller andet abstrakt.

Jeg ville åbne langt mere konkret.

Hero

Need experienced leadership now?

Frank Godbersen & Partners provides experienced interim, project and permanent leaders across Procurement, Supply Chain and Operations.

Interim · Project · Permanent

CTA:

Discuss an immediate need

Sekundær CTA:

Explore Interim Leadership

Det gør to ting:

1. Interim bliver den tydelige hovedindgang.
2. Search forsvinder ikke — men bliver den permanente løsning, ikke virksomhedens udgangspunkt.

Jeg ville ikke engang kalde topnavigationen “Search & Interim”

Hvis Interim skal være GTM-motoren, bør rækkefølgen konsekvent være:

Interim & Search

Ikke Search & Interim.

Det lyder banalt, men rækkefølge skaber kategoriopfattelse.

Navigation kunne være:

- Interim
- Projects

- Permanent Search
- Operational Leadership
- About
- Contact

Ikke:

- Executive Search
- Assessments
- Interim & Projects
- Client Cases
- How We Help

Den nuværende struktur ser ud til at kommunikere flere sideordnede HR-services. Det gør den svær at afkode.

Forsiden bør kun svare på fem spørgsmål

1. Hvad laver I?

We provide experienced leadership across Procurement, Supply Chain and Operations — interim, for a defined project, or permanently.

2. Hvornår skal jeg ringe?

Eksempelvis:

A leader is suddenly unavailable

Interim.

A transformation needs experienced leadership

Project.

A permanent leadership role needs to be filled

Search.

Det er langt bedre end tre traditionelle servicebeskrivelser.

3. Hvorfor FG&P?

Her kommer Service Excellence ind:

Selected

Experienced leaders we know personally.

Proven

Relevant experience from comparable situations.

Fast

For Interim: qualified candidates within days rather than weeks.

Committed

We stay involved throughout the assignment or appointment.

Det eksisterende koncept siger netop, at Interim-kvalitet skal bygge på **speed, relevance, proven delivery og ongoing engagement**, mens Search-kvalitet bygger på dybde og længere commitment.

Interim extended DRAFT long Kon...

4. Hvem arbejder I med?

Procurement · Supply Chain · Operations

og gerne:

With a particular focus on manufacturing and industrial companies.

Det fastholder den funktionelle specialisering, som vi allerede har besluttet, uden at gøre FG&P til en generalist inden for alle Manufacturing-ledelsesroller.

Interim extended DRAFT long Kon...

5. Hvad skal jeg gøre nu?

Én stærk CTA.

Ikke fem.

For eksempel:

Talk to us about an immediate leadership need

Det er langt mere købssituationsorienteret end:

Contact us

Request a call

Learn more.

Interim-siden skal være den vigtigste kommercielle side

Den skal ikke være en klassisk:

“What is interim management?”

side.

Den skal være:

Interim Leadership

Experienced leadership when the business cannot wait.

Og derefter de konkrete situationer.

Leadership gap

En Head of Procurement, Supply Chain Director eller Operations Director er væk.

Stabilisation

Organisationen mangler retning eller performance.

Transformation

Et change-program skal drives.

Specialist assignment

Der er brug for nogen, der allerede har gjort det før.

Det ligger direkte i det servicekoncept, vi har udviklet.

Interim extended DRAFT long Kon...

Associated Partners skal være en stærk del af siden

Dette er en reel differentiering.

Ikke:

“Access to our extensive network.”

Det siger alle.

Men:

Our Interim and Project assignments are delivered through a selected network of FG&P Associated Partners — experienced Procurement, Supply Chain and Operations leaders whom we know personally and work with over time.

Og så:

- personally qualified
- proven track record
- availability confirmed
- references
- leadership profile / Hogan where relevant
- ongoing FG&P involvement

Det understøtter netop jeres servicefilosofi: selected, qualified, relevant, proven.

Interim extended DRAFT long Kon...

Search skal ned i hierarkiet — men op i kvalitet

Det betyder ikke, at Search skal gøres mindre attraktivt.

Tværtimod.

Permanent Search-siden skal være premium-løsningen:

Permanent Search

Decision Confidence — From Search to Performance

Her kan du forklare:

- fixed agreed fee
- 12/18 måneders mandat
- 5+ shortlist
- 2–3 FG&P interviews
- stakeholder interviews
- 3–5 references
- 3 måneders onboarding
- løbende follow-up
- 12/18 måneders replacement guarantee
- off-limits commitment

Det er stadig et stærkt produkt.

Men det skal ikke definere hele firmaet.

Hjemmesidens centrale flywheel skal kunne forstås på 10 sekunder

Jeg ville vise noget så enkelt som:

Immediate need

→ Interim

Defined change or project

→ Project

Long-term leadership

→ Permanent Search

Og under det:

One specialist partner across Procurement, Supply Chain and Operations.

Det er i mine øjne den stærkeste syntese af hele vores arbejde.

Operational Leadership skal også ind — men ikke som en service

Den skal være virksomhedens **owned topic**.

På forsiden måske en lille sektion:

Operational Leadership

Insights on how companies secure the leadership capacity needed to run, change and improve Procurement, Supply Chain and Operations.

Og så link til newsletter/insights.

De fem agendaområder er allerede defineret:

- Leadership Continuity
- Leadership for Change
- Interim, Project or Permanent?
- What Good Operational Leadership Looks Like
- From Appointment to Performance.

Interim extended DRAFT long Kon...

Det gør content relevant for forretningen uden at gøre newsletteren til reklame.

Hvad jeg ville fjerne fra den nuværende hjemmeside

Ud fra screenshot og vores koncept ville jeg være ret hård.

Jeg ville sandsynligvis fjerne eller kraftigt nedtone:

- **Leadership Assessments** som selvstændig hovedservice
- generisk **How We Help**
- sider der stadig bygger på den gamle Search-first-position
- brede claims om leadership uden konkret købssituation
- for mange cases i navigationen
- alt der får FG&P til at ligne en traditionel Executive Search-boutique

Assessment/Hogan hører ind i **kvalitetsprocessen**, ikke som et stort separat produkt.

Den vigtigste konverteringsændring

Du skal stoppe med at bede besøgende om at forstå virksomheden først.

De skal kunne genkende deres egen situation.

Eksempel:

Your Supply Chain Director has resigned.

You cannot leave the role uncovered while a permanent search runs.

We can provide experienced interim leadership and, if needed, manage the permanent search in parallel.

Det er meget stærkere end:

“We provide bespoke leadership solutions.”

Der er ingen fortolkning nødvendig.

Min anbefalede sitemap

Jeg ville holde det stramt:

1. **Home**
2. **Interim**
3. **Projects**
4. **Permanent Search**
5. **Operational Leadership**
6. **About**
7. **Contact**

Cases kan ligge inde i relevante sider eller under Insights. De behøver ikke nødvendigvis være et hovedpunkt i navigationen.

Og GTM-logikken skal afspejles direkte på hjemmesiden

Det konsoliderede koncept siger allerede:

Interim som Entry Service

Trigger-based sales

Target Accounts

personal outreach.

Interim extended DRAFT long Kon...

Derfor skal hjemmesiden ikke forsøge at skabe demand ud af ingenting.

Den skal **konvertere interesse**, når nogen kommer efter:

- LinkedIn-post
- Operational Leadership Newsletter
- direkte outreach
- referral
- kandidatintroduktion
- konkret vacancy
- transformation trigger.

Det ændrer også, hvordan vi vurderer de 1.000 besøg.

Hjemmesiden skal ikke være lead-generation-maskinen alene.

Den skal være **credibility + conversion layer** i et account-based GTM.

Min prioritering nu

Jeg ville ændre en ting fra vores tidligere 30-dages-plan:

Website kan ikke vente til slutningen.

Ikke fordi vi skal bruge tre uger på design.

Men fordi du allerede har trafik, som lige nu bliver spildt.

Jeg ville derfor gøre det i to tempi:

De næste 3–5 dage

Lav en **conversion rebuild**:

- ny homepage
- ny Interim-side
- Permanent Search repositioneret
- navigation ændret
- én klar CTA
- Associated Partner-logik ind
- gamle budskaber fjernet

Derefter

Fortsæt 30-dages-planen:

- Associated Partners
- commercial model
- contracts
- GTM
- newsletter
- client interviews.

Den vigtigste strategiske formulering

Hvis jeg skal reducere hele repositioneringen til én linje, er det:

FG&P should become known first for providing experienced interim leadership in Procurement, Supply Chain and Operations — and from that position also win project and permanent search assignments.

Det er en anden virksomhed end den nuværende website kommunikerer.

Og det er præcis derfor, jeg ikke ville “opdatere” den eksisterende hjemmeside. Jeg ville **ombygge informationshierarkiet fra Search-first til Interim-first.**