



Diplomprogram

Digital marknadsföring och affärsutveckling

NERCIA
Utbildning

A background image showing two women in a professional setting. One woman with long brown hair is looking down at a laptop, while the other with curly blonde hair is smiling and looking at the screen. The laptop displays a bar chart and a network diagram. The scene is lit with warm, golden light, possibly from a window in the background.

Programinnehåll

Introduktion och trender

- 📖 Introduktion
- 🌐 Omvärld, trender och ny teknik
- 📊 Analys och konvertering

Digital marknadsföring

- ✉ E-postmarknadsföring
- 🔍 Sökmotormarknadsföring
- 💻 Display och annonsering
- 📱 Sociala medier
- 👁 Content marketing och UX

Affärstransformation och affärsutveckling

- 💡 Ny affärslogik och nya arbetssätt
- 🚀 Innovation och affärsutveckling
- 🔄 Affärstransformation i praktiken

Projektarbete och handlingsplan

- 📅 Strategi, projektarbete och handlingsplan
- 📋 Redovisning och summering

Digital marknadsföring och affärsutveckling

Hur påverkar digitaliseringen din affär?

Den digitala transformationen vänder upp och ner på förutsättningarna för marknadsföring och affärsmodeller. Att förstå hur förändringen från analogt till digitalt påverkar din affär är snart en ren överlevnadsfråga.

Med den nya tekniken blir konsumenten och därmed även köpprocessen allt mer digital, och det ritar helt om förutsättningarna för många verksamheter. Nya startup-företag dyker upp och skakar om de traditionella sätt som vi arbetar på. För att klara förändringen och hålla sig uppdaterad krävs det att företag genomgår digitala transformationer i sin marknadsföring, produktutveckling, internkommunikation och försäljning. Idag har kunden hela världen i sin ficka och konkurrenterna är bara ett knapptryck bort. Mobilen ger kunderna tillgång till varor och tjänster från världens alla hörn samtidigt som de kan göra research och bli bättre på lästa på produkten än vad själva säljaren på företaget är.

Hur skall man då som marknadsförare, online-ansvarig, kommunikatör, försäljare eller företagsledare förhålla sig till detta och hur hänger saker och ting ihop. Big Data eller Smart data? SEO och PPC? Artificiell Intelligens? Virtual Reality? Displayannonsering? Content marketing? Instagram, Snapchat, Facebook, LinkedIn, YouTube, vilka plattformar passar mig bäst? Är det antingen eller? En kombination? Oavsett så är det



viktigaste att förstå vad som driver försäljning och hur digitaliseringen kan hjälpa oss till bättre affärer.

Under utbildningens nio dagar hjälper vi dig med kunskaper och verktyg för att omvandla nya förutsättningar till konkret konkurrenskraft. Vårt mål är att på några dagar tillsammans åstadkomma större förändring än vad vi klarar på flera år var för sig.



Introduktion

I inledningen skapar du dig en bild av digitaliseringens konsekvenser för dig och din verksamhet. Vi lyfter blicken till de senaste trenderna och tankeledarna men landar med kraft i enkla och omedelbara steg för dig och din affär. Oavsett din digitala mognad kommer utbildningen att utmana till att tänka längre och göra mer.

Här lär du dig hur du kan utnyttja kraften i digital marknadsföring som ett nav i din organisations marknadsföringsstrategi. Du kommer att få lära dig grundprinciper inom digital marknadsföring och förstå hur de skiljer sig från traditionell marknadsföring.

Innehåll

- Nyckelbegrepp inom traditionell marknadsföring jämfört med digital marknadsföring
- Strategier inom digital marknadsföring
- Möjligheterna med digital marknadsföring
- Förutsättningarna för digital marknadsföring
- Konsekvenserna av digital marknadsföring



Omvärld, trender och ny teknik

Det går allt fortare för ny teknologi att nå mass-marknaderna och koncept som tidigare kändes futuristiska finns redan i handeln. Vi går mot en era där den individuella nyttan ökar ju fler som blir uppkopplade, men också där konsumenter får allt större inflytande på sin omgivning. Vilka förväntningar har nästa generations kunder på ny teknik och nya digitala lösningar?

Här berör vi frågor som hur vi påverkas av och våra affärer påverkas av ny teknik och nya trender.

Innehåll

- Omvärldsanalys och marknadsorientering
- Trender och teknikutveckling
- Nya sätt att konkurrera
- Beteenden och förväntningar hos morgondagens kund



Analys och konvertering

I Google Analytics kan du mäta, övervaka och optimera dina digitala marknadsföringsaktiviteter. Här lär du dig den logiska grunden och de affärsmässiga fördelarna med att använda ett formellt analysprogram.

Efter avsnittet har du tillräcklig kunskap för att bygga en online-rapporteringsstruktur för din verksamhet och vet hur man kan sammanfoga företagets KPI:er med en statistikmätning.

Hur duktig man än är på att marknadsföra sig digitalt eller digitalisera sina erbjudanden, betyder det inte så mycket om man inte kan konvertera ett ökat kundintresse till konkreta affärer. Vad är det som får dina kunder att klicka sig hela vägen till färdigt köp eller bli en ny affärskontakt.

Innehåll

- Nyckelbegrepp inom marknadsföringsanalys
- Sätta upp mål
- Besökare
- Annonsering
- Adwords -kampanjer
- Spåra trafik
- Schemaläggning och leverans
- E-handel
- Rapporter
- Att få besökaren att stanna, hitta och bli kund
- Att få kunden att återkomma
- Return on investment – räkna hem affären



E-postmarknadsföring

E-postmarknadsföring innehåller "best practice" för att skapa och leverera effektiva marknadsföringskampanjer. Vi går igenom de fyra fundamentala delarna av e-postmarknadsföring: prenumeranter, hantering/styrning, e-postdesign samt leverans och rapportering.

Efter avsnittet kan du genomföra, följa upp, utvärdera och analysera e-postmarknadsföring.

Innehåll

- E-poststruktur
- E-postleverans
- Segmentering
- Användarbeteende
- Målgruppsanpassning och epost-design
- Filtrering
- Nyckelbegrepp & mätning



Sökmotormarknadsföring

Google är den absolut dominerande sökmotorn. I detta avsnitt undersöker vi olika taktiker för att öka din webbplats position och ranking i sökningarnas resultatlista. Momentet innehåller de centrala begrepp och den terminologi som används inom området SEO och utrustar dig med den tekniska förståelsen för och insikten i hur man bygger och underhåller en effektiv SEO-strategi.

Efter avsnittet kan du övervaka och hantera din SEO-aktivitet genom att hitta en grundnivå och regelbundet mäta aktivitet mot förväntan.

Med Pay Per Click (PPC) visar vi hur du implementerar och hanterar annonseringskampanjer via sökmotorer. Vi går igenom grunderna i sökmotormarknadsföring och om hur mekaniken kring PPC-system fungerar.

Efter avsnittet kan du mäta och analysera hur effektiva kampanjer är genom att exportera detaljerade rapporter för kampanjhantering för att se hur de stämmer överens med grundläggande förväntningar.

Innehåll

- Centrala begrepp inom SEO
- Sökresultat och positionering
- SEO-processen
- Kundförståelse
- Analys och granskning
- SEO-verktyg
- Centrala begrepp inom PPC
- Styrkan med PPC
- Sökordsplanering
- Annonsering
- Adwords
- Målfokus
- Kampanjhantering
- Analysverktyg (Analytics)
- Lagar och riktlinjer



Display och annonsering

Digital annonsering är så mycket mer än bara annonser. Vi går igenom de centrala begreppen och terminologin som används i samband med digital annonsering. I vilka sammanhang använder man displayannonsering, nativeannonsering, programmatic eller affiliate? Här utrustar dig med kunskap och färdigheter du behöver för att genomföra och förvalta effektiva digitala kampanjer. Vi undersöker också vad som påverkar och driver effektiva annonskampanjer, bl.a. med olika metoder för att bättre rikta annonseringen till rätt målgrupp.

Efter avsnittet har du en övergripande förståelse av skapandet och distributionen av digital annonsering samt har lärt dig mer om det stora utbudet av annonsvisningsformat och annonskanaler samt hur man väljer kanal för just din målgrupp.

Innehåll

- Nyckelbegrepp inom digital display och annonsering
- Fördelar med digital annonsering
- Utmaningar digital annonsering
- Affärsvärde och mål med annonseringen
- Metoder för att välja rätt kanal och rätt verktyg
- Effektiva annonser
- Följa upp och utvärdera kampanjer
- Platsbaserad marknadsföring
- Kampanjplanering
- Optimera kampanjer
- Remarketing





Sociala medier

Marknadsföring i sociala medier gör att du effektivt kan samarbeta med kunder inom en rad olika sociala medier (ex. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat och Youtube).

Efter avsnittet har du kunskap om de nya trenderna i det sociala medieutrymmet och vilka möjligheter du får med en "alltid ansluten" social konsument. Det kommer också bli lättare att genomföra, följa upp, utvärdera och analysera effekten av marknadsföring via sociala medier. I avsnittet ges även en förklaring så att du förstår utmaningarna i planeringen och genomförandet av en effektiv social mediestrategi för ditt företag, med fokus på vikten av att "lyssna" som utgångsläge.

Via sociala medier som Facebook och LinkedIn lär du dig att använda avancerade funktioner som event, grupper, kampanjer, erbjudanden och jobb.

Innehåll

- Nyckelbegrepp inom sociala medier
- Mål för sociala medier
- Sätta mål och göra prioriteringar
- Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, YouTube, m.fl.
- Content annonsering
- Sponsrade inlägg och annonser
- Event
- KPI:er
- Analys
- Rapportering
- Lagar och riktlinjer



Content marketing och Usability - UX

Content Marketing handlar om att skapa så intresseväckande innehåll att dina besökare vill både ta del av innehållet som sprida det. Vad är det som gör en story tillräckligt intressant och hur underlättar du dess spridning?

Usability - UX är läran om hur du bygger hemsidor och applikationer så att de uppnår sina mål. Vi går igenom grundprinciperna effektivt fungerande webbtjänster såväl som vilken konverteringsgrad du kan förvänta dig att uppnå, det vill säga av 100 besökare, hur många kommer bli kunder?

Innehåll

- Innehållsmarknadsföring
- Organisk spridning
- Användarupplevelse av applikation eller hemsida
- Konvertering av besökare till kunder
- Kundfokus och användarvänlighet



Ny affärslogik och nya arbetssätt

Den tekniska utvecklingen går i en rasande fart, men hur påverkar det min affär och mitt företag? Vi utforskar och fördjupar insikter om den digitala transformationens påverkan på affären. Tillsammans arbetar vi med de senaste trenderna och verktygen, tar fram en kundcentrerad innovationskarta för din bransch och sätter affärslogiken för lönsam digital transformation. Med enkla och kraftfulla analysverktyg kartlägger vi hur din bransch kan påverkas av digitalisering, och hur du som människa och ledare kan göra förändring till en vän istället för fiende.

I denna utforskande dag rör vi oss snabbt och lätt mellan det teknologiskt kittlande, affärsmässigt konkreta och djupt mänskliga.

Innehåll

- Kunskap om vilka trender som har störst påverkan på affär och verksamhet
- Djup förståelse för vad digital transformation innebär - fallgropar och framgångsfaktorer
- En metodik för att skapa tillväxt och lönsamhet med digitala affärsmodeller
- Utökad insikt och förståelse för din egna och andras reaktion på förändring



Innovation och affärsutveckling

Den mest omedelbara vägen till insikt är egna erfarenheter. Detta moment handlar om att agera och om att gemensamt upptäcka hur digitalisering kan göras enkel och lättillgänglig. Vi lär oss nya verktyg för att lyssna och förstå kundens behov och använder världsledande metoder för att sätta en innovationsplan för din verksamhet.

Vi möter den globala konkurrensen genom att utmana och visa hur du klarar av mer, och på mindre tid, än du någonsin trodde var möjligt.

Innehåll

- Analysverktyg för att förstå dina kunders behov
- kundcentrerad innovationsplan för ditt företag
- Förståelse för vad ett mer kundorienterat erbjudande kan innebära
- Egen digital närvaro skapad för att boosta din bransch och din affär
- Metodik för att nå ut till nya kunder



Affärstransformation i praktiken

Den här dagen skapar vi handlingsriktning framåt. Vi konkretiserar digitaliseringens faser och hjälper dig att sätta en skräddarsydd handlingsplan för just din verksamhet. Vi diskuterar hur resurser kan frigöras för finansiering och hur du tar hand om nuvarande och kommande investerare.

Med enkla verktyg och metoder går du tillbaka till dina medarbetare som en visionär och handlingsorienterad kollega och som en tydlig och inspirerande ledare.

Innehåll

- Konkreta actionpunkter för fortsatt digitalisering av din verksamhet
- Verktyg för att dagligen motivera medarbetare och chefer
- Verktyg för att finansiera ditt transformationsarbete
- Inspiration, energi och mod att bli en förändringsledare i din verksamhet



Strategi, projektarbete och handlingsplan

Under utbildningen kommer du att arbeta med ett projektarbete som rör företagets digitala utmaningar. Här får du omsätta teori till praktik. Du kan med fördel använda din egen verksamhet som utgångspunkt för att bygga din egen handlingsplan. Den arbetas fram för att ge en sammanhängande projektstruktur, inklusive milstolpar, resultat och resurser.

Efter avsnittet har du kunskap för att skapa en formell digital marknadsföringsplan eller affärsstrategi för din organisation.

Innehåll

- Planeringskoncept
- Informationsinsamling
- Målgrupp
- Sätta mål
- Lämpliga verktyg
- Projektmetodik
- Handlingsplan



Redovisning och summering

Sista dagen ägnas åt en gemensam redovisning av projektarbetena. På så sätt får du även insyn i andra områden än det du själv valt att fokusera. Detta gör också att du har en färdig presentation med dig hem till ditt företag av det arbete du gjort.

Avslutningsvis knyter vi ihop säcken där kunskap och verktyg från de olika dagarna summeras ihop för att skapa nya förutsättningar till konkret konkurrenskraft och ett ständigt pågående digitalt förändringsarbete.

Innehåll

- Redovisning och examination
- Från digital affärsstrategi till praktisk handling
- Marknadsföring, vårt nästa steg
- Digital affärstransformation, vårt nästa steg
- Att driva den digitala processen i företaget

Programmets röda tråd

Digitaliseringen skapar nya förutsättningar för marknadsföring och affärer som kan transformera hela verksamheten.

Introduktion och trender

Teknikutvecklingen går allt fortare och koncept som tidigare kändes futuristiska finns redan i handeln. Hur påverkas vi och våra affärer av ny teknik och nya trender? Vilka förväntningar har nästa generations kunder på digitala lösningar?

Digital Marknadsföring

Hur kan man som marknadsförare navigera i den digitala djungeln? Google eller digitala utskick? Displayannonsering eller Content marketing? Instagram, Facebook, eller LinkedIn? Vad driver egentligen försäljning och hjälper oss till bättre affärer?

Affärstransformation och affärsutveckling

Hur förändras konkurrenssituationen av digitaliseringen? Kan vi utveckla nya digitala produkter och tjänster eller behöver vi förändra och transformera hela vår affärsidé för att möta nya behov på marknaden?

Projektarbete och handlingsplan

Ett digitalt arbetssätt erbjuder nya möjligheter att mäta, övervaka, optimera och analysera. Du får verktygen för att genomföra en framgångsrik och effektiv digital marknads- och affärsstrategi.

Kontakt

Johan Ellersten, Affärsområdeschef
Telefon: 0705-36 11 64, johan.ellersten@nercia.se

Nercia utbildning

Grusgrupsvägen 2, Box 140 55
702 36 Örebro, Telefon: 019-20 67 00
www.nercia.se

NERCIA
Utbildning