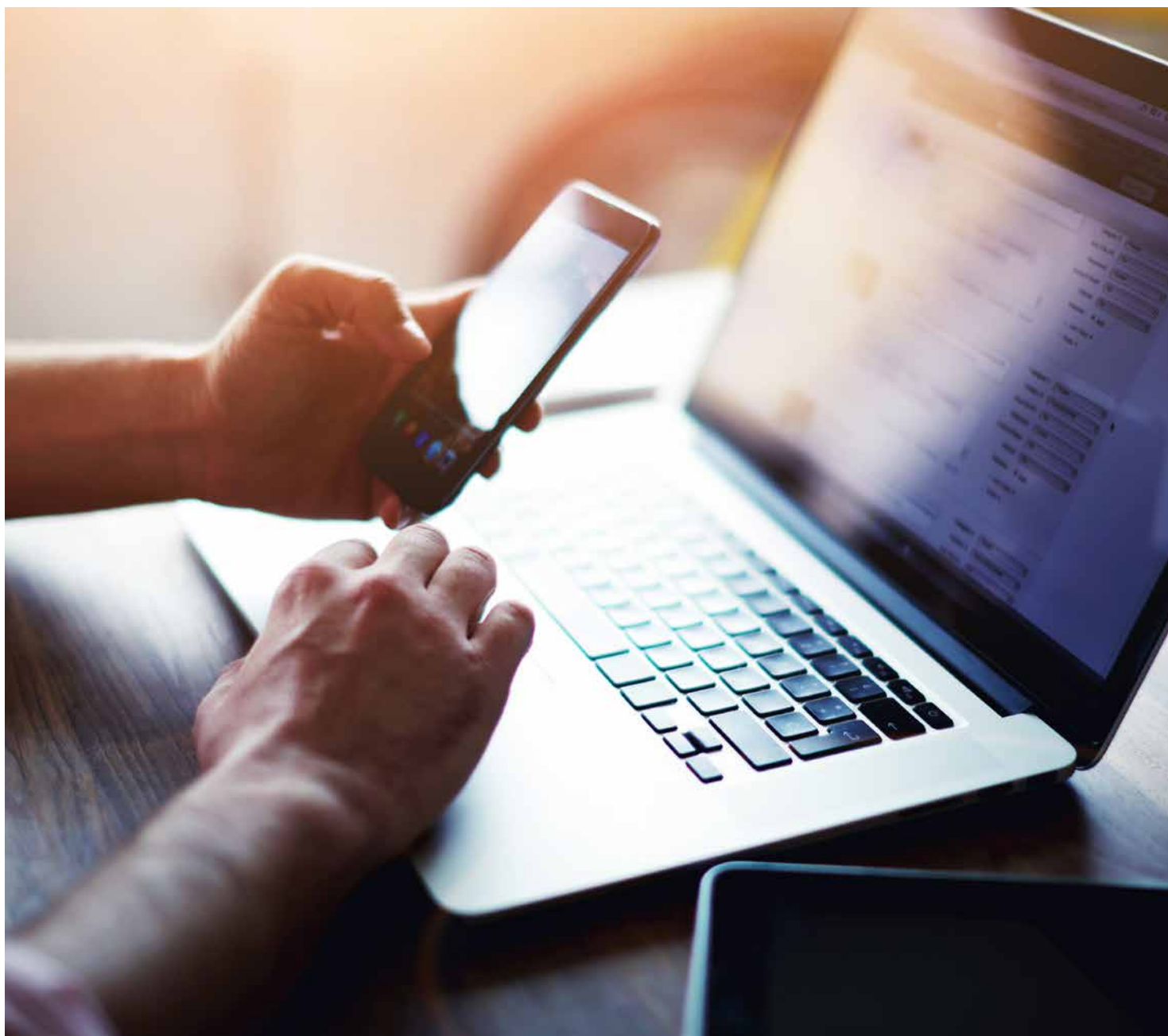
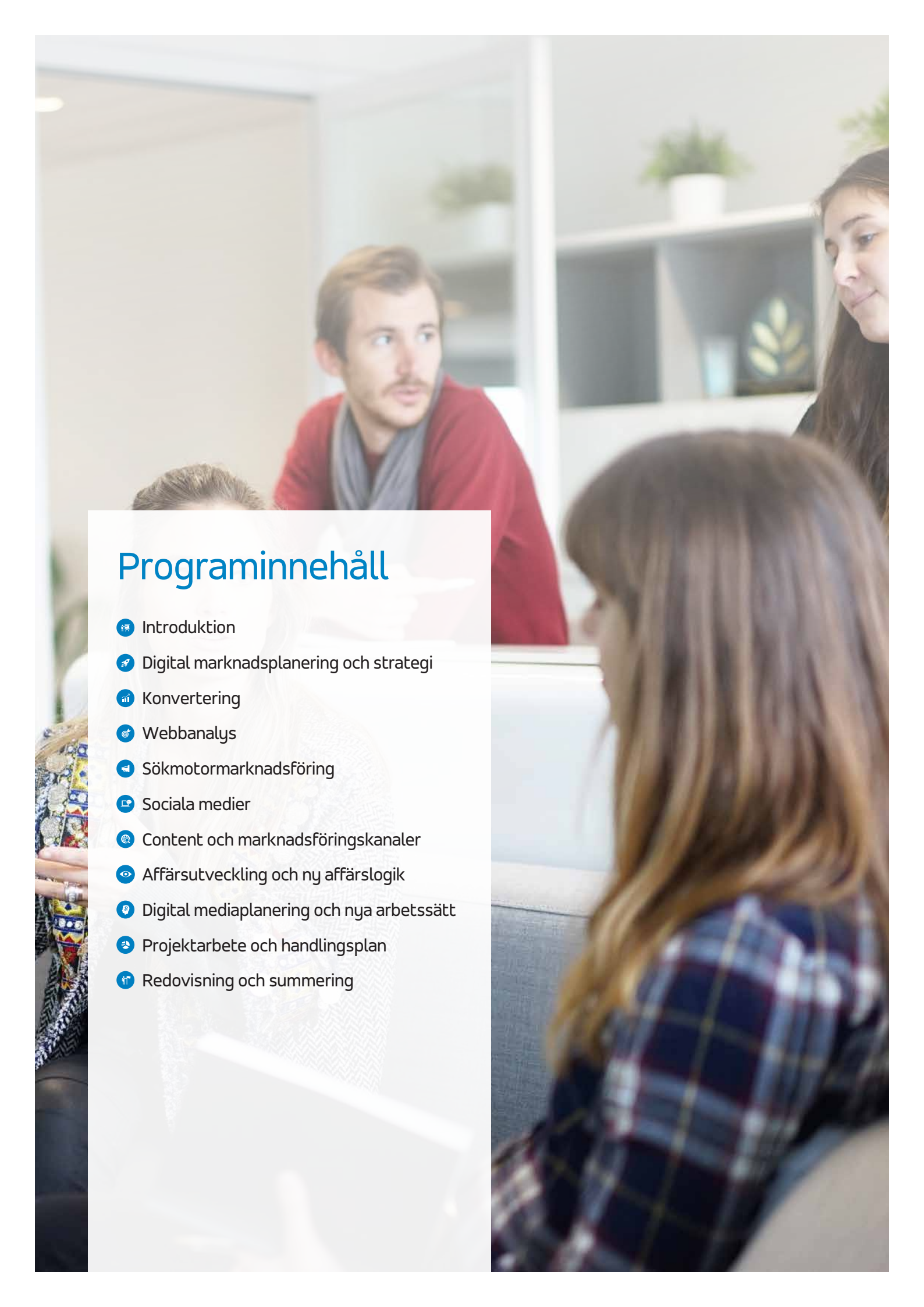




Digital marknadsföring och affärsutveckling

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.

A background image showing a group of people in a modern office setting. A man with a mustache, wearing a red sweater and a grey scarf, is looking towards the right. A woman with long dark hair is partially visible on the right. In the foreground, the back of a woman's head with long brown hair and a plaid shirt is visible. The overall atmosphere is professional and collaborative.

Programinnehåll

- 📺 Introduktion
- 📊 Digital marknadsplanering och strategi
- 📈 Konvertering
- 🌐 Webbanalys
- 🔍 Sökmotormarknadsföring
- 📱 Sociala medier
- 📺 Content och marknadsföringskanaler
- 👁️ Affärsutveckling och ny affärslogik
- 💡 Digital mediaplanering och nya arbetssätt
- 👥 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 förändringar 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. SEO och SEM? Artificiell Intelligence? 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 elva 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.



Introuduktion

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

- Det nya kommunikationslandskapet
- Datadriven marknadsföring, performance marketing och growth marketing
- Omvärld, disruption, trender och teknik
- Definition av nyckelbegrepp



Digital marknadsplanering och strategi

För att kunna jobba effektivt med de digitala verktygen krävs att man har en tydlig plan och strategi. Mot vilka mål ska vi styra och hur ser kundens resa ut?.

Innehåll

- Mål- och resultatstyrt marknadsarbete
- Hur man sätter man KPI:er och mål för digital marknadsföring som konverterar
- Definition av kundresan genom "customer journey mapping"
- Målgruppsanpassning, användarbeteende och segmentering
- Definition av sitt varumärke/erbjudande (USP/ESP) i en digital värld



Konvertering

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

- Hur landningssidan hänger ihop med marknadsföringen
- Skapa mål- och resultatstyrda landningssidor och webbplatser
- UX/UI. Skapa användarvänliga konverterande landningssidor som Google och målgruppen gillar
- Konverteringsoptimering för att öka konvertering på webbplats och landningssida



Webbanalys

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

Innehåll

- Webbanalysens roll som navet i digital marknadsföring
- Verktyg för webbanalys
- Mätning av data och resultat på webbplats som grund för förbättringar på webbplats och marknadsföring
- Uppsättning av mål, mätning och spårning i Google Analytics
- Att koppla webbplats och landningssidor till digital marknadsföring



Sökmotormarknadsföring

Google är den absolut dominerande sökmotorn. I detta avsnitt undersöker vi olika taktiker för att öka din webbplatsposition och ranking i sökningarnas resultatlista och hur du implementerar och hanterar annonseringskampanjer via sökmotorer. Momentet utrustar dig med den tekniska förståelsen för och insikten i hur man bygger och underhåller en effektiv sökmotorstrategi.

Innehåll

Sökmotoroptimering (SEO) - organisk trafik

- Hur man når högt upp i Googles sökresultat
- Landningssidans/webbplatsens roll för SEO och trafik som konverterar
- Verktyg för SEO-arbete

Sökmotorannonsering (SEM) - köpt trafik

- Hur man skapar effektiv sökordsannonsering
- Landningssidans/webbplatsens roll för köpt trafik som konverterar
- Verktyg för SEM-arbete



Sociala medier

Marknadsföring i sociala medier gör att du effektivt kan nå och samarbeta med kunder inom en rad olika plattformar (ex. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat, Pinterest och Youtube). Detta avsnitt fokuserar på vilka möjligheter det sociala medieutrymmet skapar och hur man skapar en effektiv social mediestrategi.

Innehåll

- Mediekanaler och kanalval
- Hur man skapar effektiv marknadsföring organiskt och med köpt trafik
- Sponsrade inlägg, annonser och kampanjer
- Verktyg för arbete med sociala medier
- Nyckelbegrepp
- Sätta mål och prioriteringar





Content och marknadsföringskanaler

Den digitala marknadsföringen har en stor bredd och variation av möjliga kanalval. Här går vi igenom vad som skapar ett intresseväckande innehåll och exempel på olika upplägg och verktyg för att bäst nå din målgrupp.

Innehåll

- Content marketing, skapa innehåll som Google och målgruppen gillar
- Display- och bannerannonsering
- Nativeannonsering
- Influencer marketing
- E-postmarknadsföring
- Re-marketing
- Spridning av innehåll i olika kanaler både organiskt och med köpt marknadsföring
- Kampanjplanering





Affärsutveckling och ny affärslogik

Den tekniska utvecklingen går i en rasande fart, men hur påverkar det min affär och mitt företag? Detta moment handlar om att upptäcka hur digitalisering kan göras enkel och lättillgänglig. Vi lär oss nya verktyg för att lyssna och förstå kundens behov och göra förändring till en vän istället för fiende.

Innehåll

- Analysverktyg för att förstå dina kunders behov
- Förståelse för vad ett mer kundorienterat erbjudande kan innebära
- Metodik för att nå ut till nya kunder och skapa tillväxt och lönsamhet med digitala affärsmodeller



Digital mediaplanering och nya arbetssätt

Genom att knyta ihop alla tidigare moment skapar vi en översiktlig mediaplanering. Vi tittar även på hur ny kompetens och nya roller behöver skapas utifrån digitaliseringens nya förutsättningar.

Innehåll

- Sammanfattning av de genomgångna marknadsföringskanalernas för- och nackdelar och hur de hänger ihop
- Genomgång av Googles modell för digital mediaplanering - See Think Do Care (STDC)
- Hur man sätter ihop en relevant digital mediamix
- De olika kanalernas styrkor i kundresan
- Från kännedom till sälj och lojalitet
- Hur målstyrd digital marknadsföring och affärsutveckling påverkar arbetsprocesser
- Budgetering av arbete, iterativt arbete, A/B tester, prototyping m.m.
- Nya roller och kompetensområden

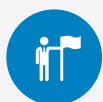


Projektarbete och handlingsplan

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.

Innehåll

- Marknads- och mediaplanering på riktigt eller fiktivt case
- Planeringskoncept
- Projektmetodik
- Handlingsplan
- Målgruppsanpassning



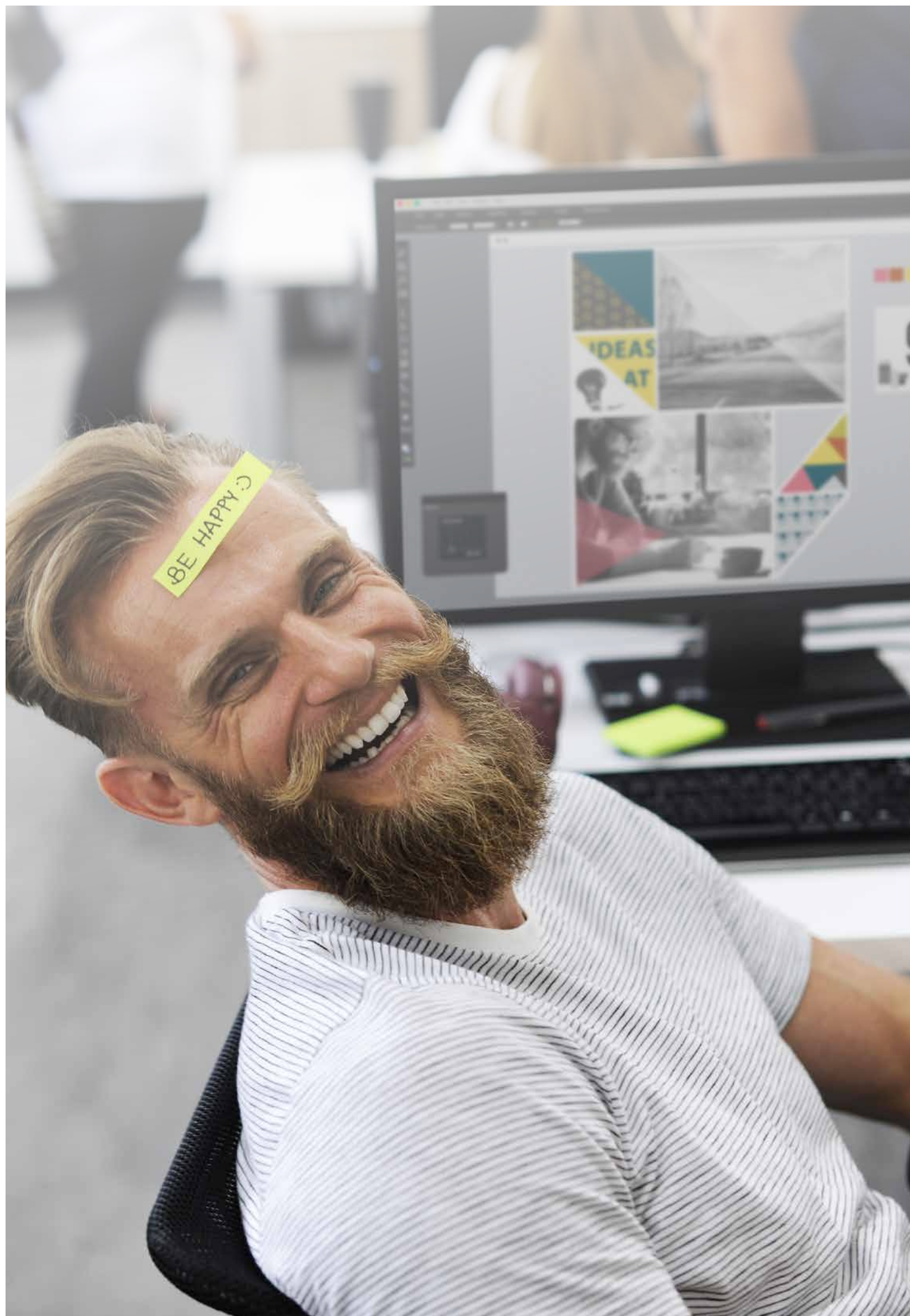
Redovisning och summering

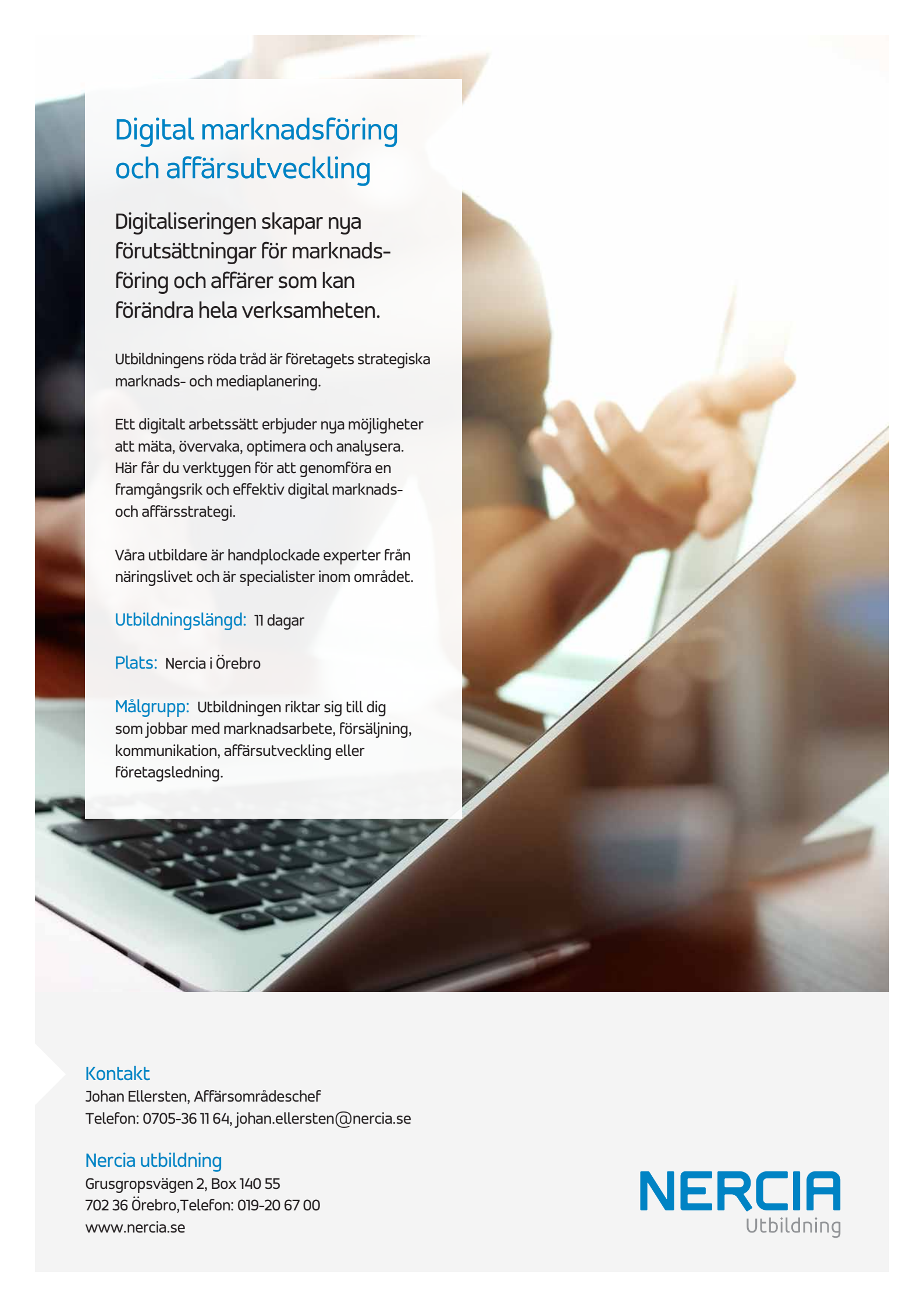
Sista dagen ägnas åt en gemensam redovisning av projektarbetena. På så sätt får du även insyn i andra områden än det du själv valt att fokusera. Detta gör också att du har en färdig presentation med dig hem till ditt företag av det arbete du gjort.

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
- Att driva den digitala processen i företaget





Digital marknadsföring och affärsutveckling

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

Utbildningens röda tråd är företagets strategiska marknads- och mediaplanering.

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

Våra utbildare är handplockade experter från näringslivet och är specialister inom området.

Utbildningslängd: 11 dagar

Plats: Nercia i Örebro

Målgrupp: Utbildningen riktar sig till dig som jobbar med marknadsarbete, försäljning, kommunikation, affärsutveckling eller företagsledning.

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