

Digital Marketing Manager

– kursen som ger dig verktyg och metoder för att skapa en effektiv digital kommunikation

I kursen ingår interaktiva sessioner och praktiska övningar

UR INNEHÅLLET

- Nytt digitalt och mobilt kundbeteende, nya strategier för innovativ digital kommunikation, multikanal och nya affärsmodeller
- Mobila kanaler i den digitala strategin – hur du lyckas med din mobila satsning och integrerar alla kanaler till en sammanhållen helhet
- Sociala medier – hur du kan delta aktivt i dialogen och använda sociala medier för ökad affärsnytta och service
- Hur du jobbar framgångsrikt med olika former av trafikällor för att driva relevant trafik
- Så lyckas du med sökmarknadsföring och sökmotoroptimering när förutsättningarna blir allt mer mobila och sociala
- Att mäta och styra – så tar du fram relevanta nyckeltal och mäter för att ständigt kunna anpassa den digitala kommunikationen, öka konverteringsgraden och optimera ROI (Return On Investment)

99% av deltagarna rekommenderar kursen!

3 DAGARS EXKLUSIV UTBILDNING
VÄLJ DET KURSTILLFÄLLE SOM PASSAR DIG BÄST!

Kurstillfälle 1: 25-27 april 2017

Kurstillfälle 2: 17-19 oktober 2017

Vid det senaste tillfället fick kursen 4,5 i snittbetyg

Deltagarna fick bedöma kursen i en skala 1-5, där 1 är underkänd och 5 mycket bra.



Kursledare
Ola Oredsson

Sagt om kursen

"Professionellt - med dedikerade och passionerade föreläsare"

"Jag är nöjd med kursen och har fått många nya insikter"

"Ger ett bra helhetsperspektiv, med stor förankring till verkliga case och en bra atmosfär för diskussion"

Digital Marketing Manager

– kursen som ger dig verktyg och metoder för att skapa en effektiv digital kommunikation

MÅLGRUPP

Kursen vänder sig till dig som arbetar med webb, Internet och andra digitala kanaler som kommunikations-, marknadsförings- och affärskanaler och vill veta mer om hur du framgångsrikt utnyttjar mediet och mäter resultatet av ditt arbete.

SYFTE OCH MÅL

Syfte och mål är att du efter kursens slut ska ha en god förståelse för den digitala kommunikationens olika delar och praktiskt själv kunna utveckla och införa väl underbyggda digitala kommunikationsinsatser för den egna verksamheten. Du ska också ha förståelse för hur du kan målsätta, ta fram nyckeltal/KPI:er och mäta för att därigenom ständigt kunna anpassa och förbättra dina aktiviteter och den digitala närvaron. Under kursen kommer du att få arbeta praktiskt och strategiskt med ditt eget företags digitala kommunikation och du kommer att ha med dig många delar som du kan dra direkt nytta av på plats hemma igen.

PEDAGOGIK OCH DOKUMENTATION

Pedagogiken under dagen bygger på föreläsningar, diskussioner, övningar och erfarenhetsutbyte. Inför kursen går vi ut med en enkät för att ta reda på dina behov och utmaningar för att därigenom kunna anpassa innehållet. Som deltagare kommer du att få en dokumentation som behandlar kursens innehåll.

KURSLEDARE



Ola Oredsson är ansvarig kursledare. Med stöd av gästföreläsare lotsar han dig genom den digitala kommunikationens - och marknadsföringens olika delar. Ola har i många år arbetat som Internetkonsult i såväl Sverige som London, Amsterdam och Paris. Han är mastersutbildad i entreprenörskap vid Stockholms Universitet och har arbetat med Internetstrategier för multinationella bolag och Internetföretag. Han har bland annat arbetat strategiskt med Volvo, Visit Sweden och IKEA men även med rena Internetföretag. Ola kommer senast från Houdini Sportswear där han arbetade som VD samt som ansvarig för sälj- och marknadsföring. Idag arbetar han med utbildning och rådgivning inom digital kommunikation. Ola har stor kunskap om affärsmodeller i digitala medier och är väl bevandrad inom onlinestrategier och digital marknadsföring, digitala trender och om hur man utnyttjar Internet för att generera affärer.

HÅLLTIDER UNDER KURSDAGARNA

Dag 1	Dag 2 och 3
09:30 Registrering, kaffe & smörgås	08:30 Kaffe & smörgås
10:00 Kursen inleds	09:00 Kursen inleds
12:00 Lunch	12:00 Lunch
16:45 Kursdagen avslutas	16:45 Kursdagen avslutas

Under dagarna bryter vi för kaffe på för- och eftermiddagen.

abilitypartner.

making it easier to achieve

Ability Partners vision är att förbättra individens och organisationens förmåga att hantera förändring, växa och uppnå goda resultat. Genom att lära känna dig och din organisations behov kan vi kontinuerligt erbjuda utbildningar, seminarier, konferenser, events, nätverk och konsultativa tjänster som hjälper dig i det dagliga arbetet och stärker konkurrenskraften. Ability Partner verkar på den nordiska marknaden utifrån ambitionen att erbjuda evenemang som ger mest värde för pengarna samt att ha 100 % nöjda och återkommande kunder. För mer information om Ability Partner eller detta evenemang, kontakta oss via telefon 08-694 91 00.

DAG 1 | Nya förutsättningar – ny teknik, nya kanaler, nya beteenden

Introduktion till Digital Marketing Manager

- Digital kommunikation och transformation
- Rollen som Digital Marketing Manager
- Kursens upplägg och innehåll

Nya beteenden och förutsättningar

En förändring händer inte när ny teknologi skapas utan när vi förändrar vårt beteende och börjar använda teknologi på ett nytt sätt. Vi lever i ett skifte där digital teknologi är en naturlig del i vår vardag. Den inledande delen fokuserar på hur företag och organisationer kan hantera den förändring som nu sker och skapa nytta för såväl användarna som den egna organisationen.

- Vilka är de underliggande drivkrafterna som ändrar vårt beteende?
- Hur ser vårt förändrade sociala och mobila beteende ut och vad får det för konsekvenser för vårt sätt att kommunicera och göra affärer?
- Att finnas där kunderna finns, där behoven uppstår och där besluten fattas – vad innebär det för den digitala strategin?
- Digital dialog – hur skapar man en digital dialog och vad skall man tänka på?
- Sociala objekt vad är de och hur jobbar jag för att skapa sociala objekt
- Big data, uppkopplade prylar som du kommunicerar med på olika sätt och det nya nätverkssamhället – vad innebär det?
- Nya affärsmodeller och sätt att utveckla verksamheten och produkten med hjälp av digitala medier, exempelvis
 - Värdeskapande kommunikation och tjänster som byggs in i produkten
 - Crowdsourcing – hur du involverar och engagerar dina kunder i produktutvecklingen samt servicen
- Lyckade exempel på hur olika företag dragit nytta av ny teknik, sociala medier och mobila kanaler i sin kommunikation, försäljning och kundservice

Digitala kanaler och multikanal – att lyckas med din digitala satsning och integrera samtliga kanaler till en sammanhållen helhet

- Hur sker utvecklingen inom det digitala området vad gäller teknik, tjänster och beteenden och hur kan det digitala stödja hela kundresan?
- Mobila satsningar och mobilen som den viktigaste kanalen - hur hanterar du den förändring som nu sker där mer och mer av de digitala funktionerna och kommunikationen flyttar ut i mobilen?
- Nya sätt att tänka och agera för att skapa relationer och driva affären med hjälp av digitala kanaler
- Hur digital kommunikation kan anpassas utifrån tid, plats och sammanhang för mer intelligenta erbjudanden och kommunikation med din målgrupp
- Hur du ökar tillgängligheten och intimiteten med kunden genom att koppla ihop digital kommunikation och tjänster med den övriga digitala närvaron
- Så kan du koppla ihop den digitala närvaron med andra kanaler för att skapa en sammanhållen helhet som stärker kundupplevelsen och relationen

Digital Marketing Manager

– kursen som ger dig verktyg och metoder för att skapa en effektiv digital kommunikation

Sociala medier – hur du kan delta aktivt och använda sociala medier för ökad affärsnytta och service

- Affärsnytta och sociala medier – hur ser du till att koppla aktiviteter i sociala medier så att de stödjer den övergripande affären och strategin
- Hur du jobbar smart med innehåll, användarinteraktion och konversation
- Hantering av externa kanaler, communities och verktyg för sociala medier, t.ex. Facebook, LinkedIn, Google+, Twitter, Youtube, m.m?
- Vilka verktyg finns och hur utnyttjar vi dem på bästa sätt för:
 - Kommunikation
 - Försäljning
 - Kundenservice?
 - Vad är affärsnyttan?
 - Exempel på användning av de olika verktygen
- Att omvärldsbevaka och hantera den pågående diskussionen om ditt företag/ditt varumärke ute på nätet
 - Hur kan du bevaka vad som sägs om ditt företag?
 - När och hur ska du hantera kritik och beröm?
 - Policy och riktlinjer

Övningar under dagen

- Vad blir effekten av det ändrade kundbeteendet för din verksamhet och hur kan du på bästa sätt dra nytta av det?
- Hur jobba effektivt och integrerat med digitala och andra kanaler så att det blir en sammanhållen helhet som stödjer affären/verksamheten?

Dag 2 | Trafik och Sök – traditionellt och när förutsättningar blir mer sociala och mobila

Att driva trafik till din webbplats

- Affiliate, banners, communities, SEO/SEM, sociala medier mm – en översikt över trafikällor och dess karakteristik
- Olika verktyg för att driva trafik
- Offline och online kampanjer
- Att mäta och utvärdera digitala kampanjer
- Olika modeller som inte är annonsering
 - E-postmarknadsföring
 - Sociala medier
 - Mobila kanaler
- Trafikoptimering – hur du kan arbeta för att få kvalitativ trafik och vad som är kvalitativ trafik
- Att mäta och styra digital kommunikation och digitala kampanjer
- Hur kan du optimera och styra beteenden?
- Utvärderingar av dina investeringar
- Hur vet du att du satsar i rätt media och att det är välinvesterade pengar?
- Hur kan du jämföra aktiviteter i digitala medier med traditionell print, TV och radio?
- Hur du som annonsör bäst kan utnyttja de nya sociala nätverken och mobila förutsättningarna

Att lyckas med sökmarknadsföring och sökmotoroptimering även när förutsättningarna blir allt mer sociala och mobila

- Vad påverkar sökresultatet?
- Sökbeteende och söktrender – hur ser sökbeteendet ut idag och vad kan vi förvänta oss inom den närmsta framtiden?
- Socialt och mobilt får en allt större betydelse – hur fångar du upp det sociala och mobila sökbeteendet i din sökstrategi?
- Hur skiljer sig socialt och mobilt sök från det traditionella?

- Så hittar du hur personer söker traditionellt, socialt och mobilt?
- Vad bör du tänka på när du skriver för användare och sökmotorer?
- Vilka nyckeltal ska man använda för att påvisa effekten från sökordsmarknadsföring+?
- Hur du optimerar och förbättrar ROI på sökmarknadsföring

Dag 3 | Mål, mätning, styrning och konvertering

Att skapa en övergripande målbild av den digitala närvaron och dina digitala kanaler

- Att skapa en övergripande målbild för den digitala närvaron kopplat till affären, målgruppen och de övriga kanalerna
- Webbanalys och dess koppling till övergripande digital strategi
- Hur du kan jämföra olika typer av digitala aktiviteter och kanaler med varandra

Mätning och styrning för att optimera den digitala närvaron och effekten av dina resurser

- Att skapa en ständigt föränderlig webb- och digital närvaro
- Hur tar du fram relevanta mål, mått och nyckeltal för din verksamhet?
- Att mäta och analysera – så tar du fram bra KPI:er och nyckeltal för beslutsunderlag och utvärdering av din verksamhet med koppling till den digitala strategin och din affär
- Så sätter du mål, mäter och analyserar effekter – för att därigenom kunna förbättra ROI samt utveckla den digitala närvaron och kundrelationerna
- Vilka mätmetoder finns och när kommer olika metoder bäst till användning?
- Hur räkna på intäkter och kostnadsbesparingar i relation till andra medieinvesteringar?

Att påverka kundernas digitala beteende och omvandla besökarna till kunder – hur du ökar konverteringsgraden steg för steg

- Hur du använder webbanalys på bästa sätt för att ständigt förbättra din digitala närvaro genom mätning, analys och styrning för bästa möjliga interaktion med besökarna
- Hur du får kunden att aktivera sig och ta kontakt eller handla något på din webbplats
- Att testa olika erbjudanden eller startsidor och anpassa webben efter vad som ger bäst resultat
- Behavior targeting – att använda information om surfbeteende som besökta sidor, sökbeteende etc. för att närma dig prospects på rätt sätt
- Överblick över tillgängliga verktyg och tjänster – vad skiljer dem åt?

Övningar under dagen

- Hur tar du fram relevanta mål och nyckeltal för din verksamhet och hur kan du mäta och ständigt anpassa kommunikationen för bästa effekt?

ability training & seminars

Ability training & seminars är ett affärsområde inom Ability Partner. Evenemangen är speciellt utformade för att ge insikter och färdigheter som du som deltagare har konkret nytta av i ditt arbete. Vi lägger stor vikt vid pedagogiken och anpassningen av kursen för att du som deltagare ska kunna ta till dig innehållet så bra som möjligt. För att klara av att leverera detta är våra kursledare pedagoger med stor praktisk erfarenhet inom området. Alla våra kurser har också begränsat antal deltagare vilket möjliggör interaktivitet, diskussioner och konkreta övningar.

Digital Marketing Manager

– kursen som ger dig verktyg och metoder för att skapa en effektiv digital kommunikation

Tid och plats

Kurstillfälle 1: 25-27 april 2017

Kurstillfälle 2: 17-19 oktober 2017

Plats: Båda kurstillfällena genomförs i centrala Stockholm. Kurslokal meddelas till deltagarna innan kurstillfället.

Pris

18.980 kr exkl. moms. I kurspriset ingår kaffe, lunch och dokumentation.

Boende i Stockholm

Vi samarbetar med nedanstående hotell. Ange koden "Ability Partner" när du bokar dig så erhåller du rabatt.

Mornington Hotel, Nybrogatan 53. 08-507 330 00

Freys Hotel, Bryggargatan 12. 08-506 214 00

Scandic Hasselbacken, Hazeliusbacken 20. 08-517 517 00. Uppge koden D000028081 vid bokning på Scandic Hasselbacken.

Allmänna villkor

Se vår allmänna villkor på www.abilitypartner.se/allmanna-villkor

Anmäl dig idag!

www.abilitypartner.se

bokning@abilitypartner.se

08-694 91 00

99%
av våra kunder
rekommenderar oss
– Testa du också!

5 GODA ANLEDNINGAR ATT DELTA PÅ DENNA KURS

- Du får en god förståelse för nya kundbeteenden och förutsättningar för en effektiv digital kommunikation
- Kursen ger dig kunskap att själv utveckla och införa väl underbyggda kommunikationsinsatser för den egna verksamheten
- Du stärker din kunskap om hur du kommunicerar i sociala medier, driver relevant trafik samt ökar konverteringen och omvandlar besökare till kunder
- Kursen ger dig kunskap om hur du sätter mål och tar fram nyckeltal samt mäter den digitala kommunikationen
- Du får chansen att diskutera egna utmaningar med kollegor från andra organisationer