

ERBJUDANDE
Boka flera personer!
Pris från 5.980 kr

WEBBSTRATEGIDAGARNA 2016

Innovativ kommunikation • Positiv kundupplevelse • Ökad konvertering
KONFERENS 30 NOVEMBER – 1 DECEMBER • STOCKHOLM

- ▶ Framtidens digitala kommunikation och användarupplevelse – vad kan vi vänta oss de kommande åren?
- ▶ Hur du sätter relevanta mål, mäter och styr den digitala kommunikationen
- ▶ Så ökar du konverteringsgraden genom mer datadrivna och faktabaserade tester och förändringar
- ▶ Att skapa en positiv kundupplevelse – relevant kommunikation som ger en positiv och likvärdig upplevelse oavsett kanal
- ▶ Rätt content till rätt målgrupp – så skapar du engagemang och genuint intresse
- ▶ Omnichannel på rätt sätt – så lyckas du uppnå synergieffekter med dina olika kanaler
- ▶ Hur ska du arbeta för att få med hela organisationen på den digitala resan?

MODERATOR OCH TALARE



Martin Ragnevad
VD och grundare, **Daytona**

EXPERTANFÖRANDE



Patrik Blomberg
Partner, **Alenio**

EXPERTANFÖRANDE



Erik Hammarström
Tjänstedesigner, **Antrop**

PRAKTIKFALL



Johan Ydring
Head of Media
TUI Nordic

PRAKTIKFALL



Emanuel Trollmåne
Head of Digital Shared Services
in Scandinavia
Trygg Hansa

PRAKTIKFALL



Claes Hessel
E-handelschef
Coop

PRAKTIKFALL



Karin Zingmark
Senior rådgivare inom
kommunikation och ledarskap

PRAKTIKFALL



Susanne Bergh
Kund- och kanalstödschef
Länsförsäkringar

PRAKTIKFALL



Linus Almqvist
Kommunikations- och
privatinsamlingschef
Barncancerfonden

PRAKTIKFALL



Simon Beyer
Chief Strategy Officer
Ingager

PRAKTIKFALL



Karin Almers
Tf. CRM-chef
Aftonbladet

PRAKTIKFALL



Mario Frost
Webbansvarig
Barncancerfonden

BEGRÄNSAT ANTAL PLATSER - ANMÄL DIG IDAG

www.webbstrategidagarna.se | 08-694 91 00 | bokning@abilitypartner.se

ARRANGÖR

abilitypartner.

WEBBSTRATEGIDAGARNA 2016

30 NOVEMBER – 1 DECEMBER • STOCKHOLM



ONSDAG 30 NOVEMBER

09:00 REGISTRERING MED KAFFE OCH SMÖRGÅS

09:30 - 09:40 INLEDNING

Ability Partner inleder konferensen och lämnar över till konferensens moderator

09:40 - 10:30 EXPERTANFÖRANDE

Framtidens användarupplevelse – utmaningar och möjligheter i kommande teknologier

I takt med att nya teknologier, gränssnitt och användarbeteenden utvecklas måste du vara säker på att du utvecklar användarupplevelsen på rätt sätt för dina målgrupper. Martin beskriver hur man säkerställer användarupplevelsen både ur ett strategiskt och praktiskt perspektiv. Metoder, arbetssätt, verktyg och exempel ur verkligheten.



Martin Ragnevad
VD och grundare
Daytona

Konferensens moderator, Martin Ragnevad, är en mycket uppskattad digital strateg och föreläsare med över 15 års erfarenhet av digital tjänsteutveckling. Han förklarar och ger exempel på framtida teknologier på ett sätt som alla kan förstå. En spännande och engagerad föreläsning utlovas!

10:30 - 11:00 FÖRMIDDAGSKAFFE OCH NÄTVERKANDE

11:00 - 11:40 PRAKTIKFALL

Digital transformation – hur får du med hela organisationen på resan?

- Hur mogen är egentligen din organisation på det digitala planet?
- Vad behöver din organisation göra för att anpassa sig efter det nya marknadsföringslandskapet?
- 3 konkreta råd för att implementera ett digitalt tänk och arbetssätt i din organisation



Johan Ydring
Head of Media
TUI Nordic

Johan har över 15 års erfarenhet inom digital marknadsföring. Han är en väldigt uppskattad talare som har medverkat på bland annat konferensen Digiday i Rom och hållit i flertalet seminarier på Berghs School of Communication. Utöver detta så brinner Johan för hela det mediala ekosystemet och relationen mellan analogt och digitalt.

11:40 - 12:30 PRAKTIKFALL

Datadrivna och faktabaserade tester och förändringar – så säkerställer du att du arbetar på rätt sätt

- Strukturera arbetssätt och tydligare målsättning – vad vill du egentligen uppnå med dina förändringar?
- Att sätta upp och testa rätt hypoteser
- Konkreta exempel på hur Trygg Hansa förbättrat konverteringen



Emanuel Trollmåne
Head of Digital Shared Services in Scandinavia
Trygg Hansa

Emanuel har arbetat med det digitala inom Trygg Hansa sedan 2004. Han brinner för arbetet med digital transformation och han ser på digitaliseringsprocessen som ett sätt att från grunden effektivisera verksamheten. Trygg Hansa har genom fokuserat arbete ökat konverteringen på check-out sidan från 75% till 95%, under talarpasset får du reda på hur.

12:30 - 13:30 LUNCH OCH NÄTVERKANDE

13:30 - 14:30 PRAKTIKFALL

Kunddriven utveckling och innovativ digital kommunikation

- Kundfokus och innovativ digital utveckling – hur ska du tänka på en strategisk nivå?
- Innehåll anpassat efter plattform – vad vill kunden egentligen ha?
- Ständigt prisade appar – vad är nyckeln?
- Wearables – hur kan du tänka och agera för att hänga med i utvecklingen?



Susanne Bergh
Kund- och kanalstödschef
Länsförsäkringar

Susanne brinner för arbetet med den digitala transformationen och vad som krävs av hela organisationen för att lyckas. Hon tycker att det är viktigt att följa med i utvecklingen kring det digitala för att kunna ligga steget före. Under anförandet får du ta del av hur Länsförsäkringar arbetar kundfokuserat och innovativt med digital kommunikation vilket bland annat resulterat i att de rankas som en av de bästa webbplatserna inom bank och finans och att de 2016 vann guldmobilpriset för bästa bankapp. Hon kommer också att gå in på hur man kan tänka kring utvecklingen av Wearables, som spås öka med 60% under 2016 enligt IDC.

14:30 - 15:20 EXPERTANFÖRANDE

Digital strategi och förflyttning som en integrerad del av din övergripande affärsstrategi

- Alla företag blir digitala marknadsplatser
- Hur digitalt mogen är din organisation – och vilken förflyttning står du inför?
- Så får du hävstång på digitala eko-system
- Digital innovation – så stärker du erbjudandet och skapar tillväxt
- Digitalisering av affären – nycklar till ett integrerat arbetssätt i din organisation



Patrik Blomberg
Partner
Alenio

Patrik är expert på digital kommunikation och transformation på Alenio. Han är en uppskattad föreläsare med lång erfarenhet av rådgivning kring digitalisering på ledningsnivå hos flera stora företag och organisationer.

15:20 - 15:40 EFTERMIDDAGSKAFFE OCH NÄTVERKANDE

15:40 - 16:30 PRAKTIKFALL

Att öka konverteringen genom målgrupper baserade på digitalt beteendemönster

- Hypotesdrivna AB-tester som ger resultat
- Realtidsstyrt innehåll baserat på läsarens användning av produkten
- Nyckeltalen som visar hur du ska anpassa ditt arbete efter kundens önskemål



Karin Almers
Tf. CRM-chef
Aftonbladet

Karin har arbetat med det digitala inom Schibsted sedan 2007. Hon har stor erfarenhet av att arbeta med kampanjer och andra projekt för ökad konvertering. Karin vill lyfta vikten av att utnyttja den teknologiska utvecklingen för arbetet med segmentering och att skapa nya digitala målgrupper.

16:30 AVSLUTNING

Moderator avslutar och sammanfattar konferensens första dag

WEBBSTRATEGIDAGARNA 2016

30 NOVEMBER – 1 DECEMBER • STOCKHOLM



TORS DAG 1 DECEMBER

08:30 - 09:00 KAFFE OCH SMÖRGÅS

09:00 - 09:10 INLEDNING

Moderatorn inleder konferensens andra dag

09:10 - 10:00 PRAKTIKFALL

Personalisering och relevant kommunikation för en positiv användarupplevelse

- Optimerad upplevelse och maximerad affärsnytta utifrån samlad kunskap om användaren
- Personalisering – hur går det till och vad krävs av din organisation?
- Personalisering ur ett Facebookperspektiv – konkreta tips och råd för dig och din organisation



Simon Beyer
Chief Strategy Officer
Ingager

Simon brinner för transformation, analys och affärsutveckling. Han arbetar nu på Ingager, där han bland annat fokuserar på utveckling och implementering av digitala strategier. Utöver detta är Simon även en mycket uppskattad talare på bland annat Berghs School of Communication, där han håller i kursen Digital Marknadskommunikation för Professionals.

10:00 - 10:30 FÖRMIDDAGSKAFFE OCH NÄTVERKANDE

10:30 - 11:20 PRAKTIKFALL

Omnichannel på Coop – sömlöst flöde av information som driver både trafik och transaktioner

- Så arbetar Coop för att bygga kundrelationer och skapa transaktioner online
- Optimerad samverkan mellan kanalerna – så nyttjar Coop att de har 600 fysiska butiker
- Mötet med kunden i de olika kanalerna – vad ska du tänka på?



Claes Hessel
E-handelschef
Coop

Claes har verkat inom Coop sedan 2007 och arbetar nu som E-handelschef. Han har stor erfarenhet av att på ett kreativt sätt bygga upp affärer från scratch. Utöver detta har han också gedigen kunskap inom service management och marknadsföring av produkter och tjänster med internet som plattform. Under anförandet går han in på djupet i hur Coop arbetar med Omnichannel.

11:20 - 12:10 PRAKTIKFALL

Rätt content till rätt målgrupp som skapar engagemang och genuint intresse

- Hur skapar du kommunikation som det pratas om?
- Vilken typ av content delas egentligen i sociala medier och hur ska du tänka om du inte når ut till förtjänad media?
- Nyhetsvärdering ur PR-synpunkt? Vilka kampanjer ger resultat?



Karin Zingmark
Senior rådgivare inom kommunikation
och ledarskap

Karin har tidigare arbetat med strategisk kommunikation och PR på bland annat Microsoft och Viasat. Hon har mer än 15 års erfarenhet av kommunikation och marknadsföring i ledande befattningar inom IT, TV och Media. Med en stor portion nyfikenhet och ett brinnande intresse för internet driver Karin förändringsarbeten för att utnyttja företagets möjligheter i en digitaliserad värld, främst med webb och sociala medier som verktyg.

12:10 - 13:10 LUNCH OCH NÄTVERKANDE

13:10 - 14:00 PRAKTIKFALL

Från WHY till HOW du lyckas i digitala kanaler

Linus och Mario delar med sig av case och konkreta exempel på hur Barncancerfonden kraftsamlat för ökad effekt i sin kommunikation i syfte att öka insamlingen till Barncancerforskning med 170 miljoner kronor på fem år.

- Barncancerfondens vision, utvecklingsfokus och mål 2017
- Barncancerfondens digitala färdplan – krypa, gå och springa.



Linus Almqvist
Kommunikations- och privatinsamlingschef
Barncancerfonden



Mario Frost
Webbansvarig
Barncancerfonden

Linus har 18 års erfarenhet av chefspositioner inom internationell marknadsföring och kommunikation på bland annat företag som Arla, Barilla, SAS och Vattenfall. Han har också mottagit flera priser inom effektiv och kreativ marknads- och varumärkeskommunikation i tävlingar som till exempel 100W och European Excellence Awards. Mario Frost är webbansvarig och ansvarar även för Barncancerfondens "digitala team" som ingår i kommunikationsavdelningen.

14:00 - 14:30 EFTERMIDDAGSKAFFE OCH NÄTVERKANDE

14:30 - 15:30 EXPERTANFÖRANDE

Kundfokus är inte ett sinnestillstånd – det är ett arbetssätt!

Undersökningar visar att många företag har hög ambition kring kundfokus och själva anser att de levererar en riktigt bra tjänsteupplevelse till sina kunder. Men undersökningarna visar också att väldigt få kunder håller med. Vad är det som krävs för att få till ett kundfokuserat arbetssätt i organisationer?

- Har din organisation en kultur som främjar kunden?
- Så skapar du digitala kundupplevelser som matchar människors behov, beteenden och drivkrafter



Erik Hammarström
Tjänstedesigner
Antrop

Erik guidar oss igenom konkreta tips och inspirerande exempel på hur kundfokus kan kasta om hela din organisations arbetssätt - och föda framgångsrika tjänster på riktigt.

15:30 - 16:00 KONFERENSEN SAMMANFATTAS

16:00 KONFERENSEN AVSLUTAS

Intresserad av en affärsutställning?

Ability Partner erbjuder ditt företag unika möjligheter att stärka varumärket och bygga relationer med en väl avgränsad målgrupp såväl under som efter evenemanget. Vi skräddarsyr upplägget utifrån dina behov och önskemål. Kontakta oss så berättar vi mer!

Janne Huttunen
Tel: 08-694 91 00 | Mobil: 070-495 73 50
E-post: janne.huttunen@abilitypartner.se

WEBBSTRATEGIDAGARNA 2016

Tid och plats

Konferens 30 november - 1 december 2016
Lundqvist & Lindqvist
Klarabergsviadukten 90
Stockholm

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.webbstrategidagarna.se/allman-na-villkor

Pris

I konferenspriset ingår kaffe, lunch och dokumentation.
Rabatterna kan ej kombineras med andra erbjudanden.

Konferens

Anmäl dig senast 7 oktober	6.980 kr	1.500 kr i rabatt
Anmäl dig senast 11 november	7.780 kr	700 kr i rabatt
Ordinarie pris	8.480 kr	

Mängdrabatt vid minst 3 bokningar

Anmäl fler än 2 personer från samma organisation samtidigt så betalar person 3, 4, 5 osv endast **5.980 kr** exkl. moms per person.

Alla priser är exkl. moms.

Anmäl dig idag!

www.webbstrategidagarna.se

bokning@abilitypartner.se

08-694 91 00



Goda skäl att delta på konferensen

- ▶ Ta del av hur framgångsrika företag som bland annat Husqvarna, Microsoft, TUI Nordic mfl arbetar med sina digitala strategier
- ▶ Lär dig hur du ska arbeta för att både driva trafik och transaktioner - i alla kanaler
- ▶ Utveckla ditt arbete med målsättning, mätning och styrning av digital kommunikation
- ▶ Utvidga ditt nätverk och diskutera utmaningar med kollegor inom liknande kompetensområden som ditt eget
- ▶ Lär dig vikten av att integrera den digitala strategin som en del av den övergripande affärsstrategin
- ▶ Lär dig att utveckla digital kommunikation som det pratas om och som skapar engagemang
- ▶ Få insikter i hur experter resonerar kring användarupplevelse och hur du ska tänka kring detta på en strategisk nivå
- ▶ Utveckla din kompetens genom att ta del av både praktiska case och expertanföranden
- ▶ Lär dig att arbeta med kunden i fokus - kunddriven utveckling och personalisering för en mer positiv kundupplevelse
- ▶ Häng med i den snabbväxande digitala utvecklingen och se till att ligga före dina konkurrenter
- ▶ Lär mer om hur du ska arbeta för att få med hela organisationen på den digitala resan