

4 dagar med strategi,
metodik och analys.

IHM DIGITAL MARKETING

IHM
BUSINESS
SCHOOL

IHM DIGITAL MARKETING



IHM Digital Marketing är ett program skapat av ledande branschaktörer. Utbildningen syftar till att hjälpa företagen få en djupare insikt och kunskap i digital marknadsföring och dess arbets sätt för att kunna ta korrekta beslut på strategisk nivå. Kursen riktar sig till dig som jobbar på en marknads-/ försäljningsavdelning eller byrå såväl som till dig som är i sälj- och affärsutvecklande positioner.

VAD KAN DU FÖRVÄNTA DIG?

Genom en studiemetodik bestående av praktiska övningar, föreläsningar och gruppdiskussioner får du konkreta verktyg för att öka företagets digitala närvaro och ta kommunikationen hela vägen från strategi till konvertering och optimering.

VAD LÄR DU DIG?

Kursen har designats för att ge dig praktisk kunskap om det senaste inom metodik, verktyg och teknik i syfte att ni ska kunna jobba mer effektivt med företagets digitala marknadsföring. Har du redan grundkunskaperna i digital marknadsföring och vill bygga vidare? Välj IHM Goals & Analytics.

KURSENS HUVUDELAR

IHM Digital marketing består av 4 heldagar, som ger dig en djupare förståelse för digital marknadsföring, samt praktiska kunskaper inom digital marknadsförings tre hörnstenar: planering, implementering och utvärdering.

DAG 1: PLANERING & ARBETSSÄTT

Under dag 1 lägger vi ut spelplanen för digital marknadsföring och går igenom dess grundkomponenter. Du lär dig vilka delar det digitala ekosystemet innehåller, hur de hänger ihop och vilka synergieffekter som kanalerna kan generera. Vi går igenom vikten av att jobba med ett agilt arbetssätt och vilka effekter det har på arbetsprocessen, budget och resultat.

Dagen innehåller även en genomgång av de centrala delarna som krävs för att skapa bra digitala aktiviteter samt hur man konkretiserar affärs mål ned till digitalt mätbara och relevanta nyckeltal.

Exempel på ämnen Dag 1:

- Det digitala ekosystemet
- Agilt förhållningssätt
- Målgrupp, Aktivitet, Innehåll
- Key Performance Indicators (KPI:er)
- Digitalt mätbara nyckeltal
- Goal funnel
- Det digitala landskapet och dess förändringar
- Google Analytics

DAG 2: IMPLEMENTERING & VERKTYG

Dag 2 konkretiserar vi det digitala landskapet och dess centrala aktiviteter. Vi skapar förståelse för vikten av att arbeta med såväl de organiska som betalda kanalerna, och börjar gå igenom de relevanta komponenter och verktyg som finns inom digital marknadsföring med syfte att skapa förståelse för samt praktisk kunskap inom de olika delarna.

Du lär dig även kring vilket innehåll som är bäst anpassat till vilken kanal, och hur man ser till att publicera relevant och engagerande innehåll.

Exempel på ämnen dag 2:

- Sökordsoptimering (SEO)
- Sökordsanalys
- Content Marketing
- Omvärldsbevakning
- Kanalanpassat innehåll
- Content Creation
- Paid vs earned interaction
- Sökordsannonsering
- Display
- Keyword Planner
- Programmatic
- Google Trends
- Google Adwords
- Google Alerts
- Quality score
- Google Search Console
- Dynamic Keyword Insertion

Vi reserverar oss för förändringar i utbildningsinnehållet.

DAG 3: IMPLEMENTERING & VERKTYG (forts)

Den tredje dagen fortsätter vi den teoretiska och praktiska genomgången av centrala digitala aktiviteter. Du lär dig hur sociala medier kan användas till att driva konvertering och hur man praktiskt genomför relevanta aktiviteter i respektive kanal. Vi går också igenom i vilka fall man bör jobba med remarketing samt tar upp branschledande optimeringsverktyg och hur de kan bidra till ett agilt arbetssätt genom insikter och löpande optimeringsmöjligheter.

Exempel på ämnen dag 3:

- Facebook Ads Manager
- Facebook Business Manager
- Facebook Insights
- A/B Testing
- Remarketing
- LinkedIn Campaign Manager
- Twitter Ads Manager
- Snapchat
- Email Marketing
- Begrepp såsom: CPM, CTR, CPA, CRO, CPV, CPE, CPC
- Marketing Automation
- Landningssidor
- Lead Nurturing
- Subscriber Capture & Maintenance

DAG 4: STRATEGI & UTVÄRDERING

Den fjärde och avslutande dagen fokuserar vi på hur man ser till att strategiskt planera för samt följa upp, analysera och agera på de digitala aktiviteter vi gått igenom under Dag 2 och 3. Du lär dig hur man praktiskt använder de ledande analysverktygen, vad som är relevant att mäta, samt hur man utvärderar en besökares beteende. Vi går även kundresans olika steg och hur man ser till att nå kunden genom hela resan. Du får också kunskap kring hur man kravställer sina digitala leverantörer, och avslutningsvis ger vi konkreta tips framåt för hur du bör börja implementera de kunskaper du fått i din egen organisation.

Exempel på ämnen dag 4:

- Google Analytics
- Analys och mätning
- Webbanalys
- Konverteringsoptimering
- LIFT-modellen
- On-Page Optimization
- Landningssidor
- UTM-tracking
- Kundresans olika steg
- Goal funnel optimization
- Kravställning på leverantörer
- Målgruppssegmentering
- Reporting

RESULTAT EFTER KURSEN

- Förståelse för det digitala ekosystemet samt hur olika moment samverkar
- Kunskap kring hur marknadsföring används inom de vanligaste digitala kanalerna
- Kunna analysera och förstå digitala konsumentbeteenden
- Kunna tillämpa mätbegrepp samt formulera mål och nyckeltal för digitala aktiviteter som linjerar med övergripande affärs mål.
- Kunna behärska och förstå system/verktyg som bidrar till utveckling av den digitala närvaron
- Kunna förstå och arbeta med ett agilt förhållningssätt och förstå hur det påverkar arbetsprocess, budget och planering
- Kunna identifiera kundresan och se till att rätt målgrupp serveras med rätt innehåll vid rätt tidpunkt
- Kunna ta fram en digital strategi med fokus på mål, målgrupper, kanaler samt innehåll
- Kunna förstå, tolka samt analysera tillgängliga data för att kunna mäta effekt och bedriva ett förbättringsarbete av sina digitala aktiviteter.
- Kunna ge förslag baserade på data rörande komplexa affärsbeslut kring ökad trafik, konvertering, försäljning och lönsamhet
- Kunna kravställa samt utvärdera digitala leverantörer
- Förstå vikten av att kombinera innehåll och budget för räckvidd
- Förstå samt lära sig terminologin inom digitala marknadsföring



**”PÅ BÅDE KUND- OCH BYRÅSIDAN
SÖKER MAN MED LJUS OCH
LYKTA EFTER PERSONER SOM
KAN STÖTTA, UTVECKLA SAMT
FÖRÄNDRA SÄTTET MAN ARBETAR
MED MARKNADSFÖRING.”**

ANMÄLAN

Anmäl dig på ihm.se/utbildningar

För priser samt betalningsvillkor se ihm.se

VILL DU VETA MER?

Kom och få ett smakprov och känn på atmosfären på något av våra seminarier eller informationsmöten.

Du kan också boka rådgivning för att diskutera dina eller dina medarbetares behov och de möjligheter en utbildning på IHM kan ge.

Ring 0200-24 00 24 eller boka rådgivning på ihm.se

**IHM
BUSINESS
SCHOOL**