

FÅ ETT GREPP OM MARKETING AUTOMTION

Kickstarta dina
Marketing Automation-processer
- så tar du nästa steg.



MARTECHS UTMANINGAR

CRM, DSP, CDP, SSP, ESP – har du också insett att marteck-landskapet även fortsättningsvis kommer ha en exponentiell tillväxt och att du som marknadsförare kommer få lära dig leva med det och alla akronymer som det innebär.

Är du en av dem som funderar på eller kanske redan har investerat i teknologi för Marketing Automation och datadriven marknadsföring? Du är inte ensam.

Scott Brinkers Marketing Technology Landscape listar varje år alla system som marknadsförare kommer i kontakt med. Från 2012 till 2018 har den listan växt från ca 150 system, till över 7000. Räknar man dessutom in plugins och funktioner till olika marknadsplatser som WordPress, Oracle Marketing Cloud och liknande kommer man snabbt upp i över 50 000.

EN NY VERKLIGHET

Landskapet för marknadsförare har radikalt förändrats. Från att, för inte allt för många år sen, vara en beställare av kampanjer till att internt på marknadsavdelningen sitta med tio, tjugo eller ibland ännu fler olika system där marknadskommunikation skall drivas.



Det är inte bara webbplatsen som är gränssnittet mot kunden längre. Det är sociala medier, e-postutskick, landningssidor, banners och sen alla olika system för att mäta och följa upp resultatet.

De senaste åren har många köpt system för Marketing Automation för att knyta samman kundresor och skapa bättre användarupplevelser. Många upplever dock att man inte fått ut det som man har förväntat sig och frustreras över hur man ska komma vidare. Vi är därför glada att kunna erbjuda en 4-dagars Crash Course inom ämnet där en av Sveriges ledande specialister guidar och ger dig modeller för hur du skall bedriva arbetet med marketing automation.

SVÅRT ATT HÄNGA MED I UTVECKLINGEN

När allt i vår omvärld förändras i en exponentiell takt och allt bara går snabbare och snabbare samtidigt som marknadsavdelningarna får mer att göra, så måste kompetensen ständigt utvecklas och förnyas.

Detta, samtidigt som det hela tiden kommer nya möjligheter och utmaningar, vilket innebär att organisationer behöver hitta ett effektivare och mer strukturerat sätt att uppdatera sin kunskap.

Inom marketing automation (en av strategierna inom marknadsföring) så märks detta främst genom att företag investerat stora pengar i system och plattformar, samtidigt som man



frustreras över att utväxlingen inte kommer tillräckligt snabbt.

Genom att se på marketing automation-system, CRM-system och andra närliggande plattformar utifrån ett kundreseperspektiv, lösa de olika frustrationer där och låta det styra arbetssätt, kampanjer prioriteringar så kan du skapa en förståelse för hur processerna bör fungera. Därefter kan du börja göra förbättringar i kundupplevelsen genom att snabbare kunna exekvera aktiviteter i din organisation.

FORTSATT HÖGT TEMPO

Vi menar att den utveckling vi ser kommer att fortsätta och gå i allt snabbare takt, det fungerar inte att köpa in teknologi och tro att man är säker för lång tid framöver, därför har kundresan blivit ett av de viktigaste verktygen. Kundresan kommer alltid att bestå och genom att använda kundresan och händelser i kundupplevelsen för att samla in data, analysera och exekvera marknadsföring och kommunikation så har du metoderna på plats och kommer att kunna känna dig trygg i att ha en fungerande modell.



TA NÄSTA STEG

Genom att gå IHMs Marketing Automation kurs så kommer du att få en kickstart i ditt arbete. Där igenom får du både teori och praktiska övningar. Du kommer att få koll på hur marketing automation, CRM och digital marknadsföring förhåller sig till hela martech-kartan och metoder för hur du skall lägga upp ditt praktiska arbete för att lyckas med att skapa en sömlös upplevelse genom hela kundresan.

Anmäl dig på nästa start här:

ihm.se/utbildningar/marknadsforing/marketing-automation/