

För dig som vet att ettor och nollor är a och o



- Fånga upp potentiella kunder med smart annonsering i Google AdWords
- Skapa och optimera dina annonser på Facebook, Instagram och LinkedIn
- Bättre resultat med uppföljning och analys

Idag är det lätt att skapa egna annonskampanjer online och allt fler väljer att göra det.

På kursen "Digital annonsering" får du både strategisk förståelse och praktiska färdigheter i hur man analyserar söktrafik och skapar Google Adwords-kampanjer som driver lönsam och relevant trafik till din sajt. Du bjuds på en genomgång i hur Google AdWords fungerar, från strategi och praktiska kunskaper om hur du skapar annonskampanjer, till optimering och analys.

Du får kunskaper om Facebook, Instagram och LinkedIn som annonsplattformar. Du lär dig hur du bäst använder Facebook-annonsering i olika syften, t.ex. för att skapa uppmärksamhet för ditt varumärke eller vinna tillbaka de kunder som besökt din webbplats men inte köpt något. Vi går också igenom hur annonsering hänger ihop med andra insatser som du gör samt tittar på olika sätt att använda betald annonsering på LinkedIn och Instagram.

Välkommen till en både praktisk och strategisk kurs där du lär dig hur du ska annonsera i digitala kanaler för att nå maximal effekt!

Nästa kursstart är den 8 april 2019 i Stockholm. Du kan boka dig på vår hemsida www.foretagsuniversitetet.se eller ringa 08-600 62 00.

Boka direkt:

foretagsuniversitetet.se/2030

Digital annonsering

– annonsera i Google AdWords, Facebook, Instagram och LinkedIn

PROGRAM

Dag 1

→ Introduktion till Google AdWords

- så fungerar annonsering i sökmotorer idag
- vilka möjligheter erbjuder Google AdWords?
- AdWords-auktionen i sökresultatet
- öka räckvidden med Google AdWords

→ Sökordsanalys och strategi

- välja strategi baserad på dina mest lönsamma produkter
- hitta sökorden du vill annonsera på
- analysera trender och sökvolym över tid
- hitta relevanta sökord för din verksamhet
- använda Sökordsplaneraren

→ Kontostruktur och kampanjinställning

- skapa ett AdWords-konto som driver lönsam trafik till din sajt
- strukturera dina kampanjer, annonsgrupper, annonser och sökord
- välj rätt kampanjinställningar
- skapa en AdWords-kampanj

→ Annonser och annonstillägg

- skriva AdWords-annonser
- använda annonstillägg
- tips för bättre annonser

Dag 2

→ Optimering och budgivning

- så fungerar budgivningen i AdWords
- annonsering och måtvärden
- optimering av annonser, negativa sökord och budstrategier

→ Uppföljning och analys

- utvärdera din annonsering för bättre resultat
- analysera data för att öka avkastningen på din annonsering
- välj dina nyckeltal
- länkning av AdWords och Google Analytics

→ Facebook, Instagram och LinkedIn

- varför Facebook, Instagram och LinkedIn?
- sätta mål för din annonsering
- skillnaden mellan organiska inlägg och annonsering
- välj rätt kanal för att nå dina kunder

→ Facebook Business Manager, kontostruktur och kampanjinställningar

- skapa ett framgångsrikt annonskonto
- strategi och kampanjinställningar
- strukturera dina kampanjer, Ad Sets och annonser

→ Spårning och målgrupper

- Facebook-pixel och hur den ska implementeras
- bygga målgrupper
- skapa en Custom Audience
- verktyg för att hitta rätt målgrupp, Facebook Audience Insights m.m.

Dag 3

→ Skapa annonser som säljer

- annonsformat
- annontext och bild
- utforma call-to-action
- best practice

→ Dynamiska produktannonser (DPA) och retargeting

- skillnaden mellan DPA och retargeting
- när ska jag använda DPA?
- skapa en retargeting-grupp
- vad är en DPA-feed?
- segmentera dina besökare

→ LinkedIn och Instagram

- strategi och målsättning
- annonsformat
- målgrupper

→ Optimering, mätning och uppföljning

- lär känna dina nyckeltal och utvärdera annonsering
- att tänka på när du optimerar dina kampanjer
- budgetfördelning, budgivning, enheter och placeringar
- Facebook-rapportering
- UTM-spårning och Google Analytics

FAKTA

Deltagare

Kursen vänder sig till dig som är webb-redaktör, marknadsassistent eller -koordinator, marknadsförare och andra som i sitt arbete jobbar med annonsering i digitala medier.

Mål

Målet är att ge kunskaper som behövs för att

→ bygga framgångsrika annonskampanjer i Google Adwords

→ utvärdera och optimera digital annonsering

→ förstå och kunna utnyttja potentialen i annonsering i sociala medier och skapa säljande annonser på Facebook, Instagram och LinkedIn

Förkunskaper

För att kunna tillgodogöra dig kursen bör du ha god datorvana och grundläggande kunskaper om webb och digitala kanaler.

Metod

Utbildningen kombinerar teori med praktiska övningar, diskussioner och reflektion.

Kursledare

Simon Davidsson

Kursavgift

I kursavgiften ingår kursdokumentation, luncher samt för- och eftermiddagskaffe. Moms tillkommer.

Bokning och rådgivning

För bokning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till bokning@foretagsuniversitetet.se. För information och kursrådgivning ring 08-600 62 00 eller skicka e-post till kurs@foretagsuniversitetet.se.

DATUM

8-10 april 2019

Ort

Stockholm

Kursavgift

17 900

Stockholm: Kursen äger rum på Företagsuniversitetet i Globen-City i Stockholm. Hotellrum kan bokas till specialpris, uppge att du deltar i kurs hos oss eller ange kundnummer CH2005318. Boka på Quality Hotel Globe, tre minuters promenad från kurslokalerna: 08-686 63 20 eller per mail q.globe@choice.se

Tider: 10.00-17.00 första dagen och 09.00-16.00 övriga dagar.

I kursavgiften ingår kursdokumentation, luncher samt för- och eftermiddagskaffe. Moms tillkommer.