

För dig som vill utvecklas i det digitala landskapet



- Digital strategi – modeller och verktyg
- Lär dig digital teknik, användbarhet och konverteringsoptimering
- Hitta relevanta nyckeltal, mät och utvärdera

Den här utbildningen ger dig djup förståelse och viktiga kunskaper för att framgångsrikt leda och utveckla företagets eller organisationens digitala kommunikation. Vi kartlägger de tjänster och strategier som dominerar utvecklingen i dag. Vi går grundligt igenom hörnstenarna i framgångsrik digital strategi och taktik. Du får verktyg för att mäta och utvärdera. Du får också insikt i hur du optimerar konvertering online.

Den digitala utvecklingen sker mycket snabbt. Som chefer, ansvariga, strateger och seniora projektledare får vi ständigt nya möjligheter att ta ställning och nya plattformar att använda. Att navigera inom området är inte helt lätt. Företagsuniversitetets utbildning "Digitalt ansvarig" ger dig kunskaper inom ett antal viktiga områden. Det ligger stor vikt på att utveckla din organisations kommunikation med hjälp av digital taktik, användbarhet och konvertering.

Utbildningen pågår under fem månader, två dagar i månaden. I början av utbildningen väljer du en uppgift som du ska planera och börja genomföra under utbildningstiden. I slutet får du möjlighet att dela erfarenheter med övriga deltagare och få feedback.

Utbildningen ger dig också en unik möjlighet att under ett halvår bygga upp ett nätverk av kolleger som står inför liknande utmaningar som du själv.

Välkommen till en utbildning som placerar dig som professionell digitalt ansvarig i utvecklingens framkant!

Nästa kursstart är den 13 februari 2018 i Stockholm. Du kan boka dig på vår hemsida www.foretagsuniversitetet.se eller ringa 08-600 62 00.

Boka direkt:

foretagsuniversitetet.se/2056

Digitalt ansvarig

– program för att framgångsrikt leda och styra företagets digitala kommunikation

PROGRAM

Block 1 – Digital strategi och mätning

Kursen inleds med en gemensam nulägesanalys av vad det innebär att leda arbetet med organisationens digitala kommunikation och vilka utmaningar vi som digitalt ansvariga står inför. Därefter lägger vi grunden med att prata relevanta nyckeltal. Vad ska du mäta och hur gör du det effektivt?

→ Mäta digital kommunikation

- vad är relevant att mäta och hur vet jag det?
- formulera några relevanta mål för din onlinenärvaro
- vad kan jag använda för verktyg för att mäta rätt?

→ Digital strategi i teori och praktik

Att arbeta strategiskt med digital kommunikation är grundläggande för att satsa på rätt saker och nå önskad effekt. Den här dagen bjuder på både en modell för strategiarbetet, framgångsfaktorer och fällor, olika verktyg för det konkreta arbetet och diskussioner om vad som är meningsfull och verkningsfull strategi.

→ Arbeta strategiskt med digital kommunikation – vad innebär det och hur gör man?

- strategiarbete i praktiken – steg för steg
- omsätta affärsstrategi till digital kommunikation
- metoder för att analysera målgruppen – intervjuer, processkartläggning och personas
- analysera trender i teknik och användarbeteende
- samla insikter och göra vägval
- från strategi till konkret kommunikation
- förankra strategin

Block 2 – Synlighet och köpta format

→ Sökmotoroptimering

50 miljoner googlingar görs dagligen bara i Sverige. Därför vill de flesta företagen synas på Google. Men hur fungerar sökmotoroptimering på dagens sociala webb där många besök sker i mobila enheter? Och hur kombinerar man annonsering med att synas i de organiska resultaten? Under dagen får du både en uppdaterad bild över strategier för sökmotoroptimering och konkreta metoder att arbeta med.

- sökoptimering för mobil och social webb och varför det fungerar
- ta ett helhetsgrepp över ditt företags synlighet
- kombinera sökoptimering med annonsering på rätt sätt
- hitta de rätta begreppen med sökordsanalys
- så skapar du en SEO-strategi
- bygga länkar som ger önskat resultat
- vanliga fällor och tekniska problem

→ Köpa och utvärdera betalda medier och trafik?

Den här dagen handlar om digital taktik och köpta format. Formaterna för digital annonsering har blivit många fler de senaste åren och ger nya spännande möjligheter för digitalt ansvariga. Hur får du maximalt resultat av en investering utifrån dina syften?

- köpa media för att skapa PR
- köpa media för att öka din försäljning
- vad är egentligen optimering av betalda format och vilka verktyg finns för att testa sig fram?
- vad ska jag mäta och hur använder jag insikterna?

Block 3 – Digital utveckling

→ Interaktionsdesign och UX

God användbarhet och bra användargränssnitt handlar om att förstå och utgå ifrån användarna och deras behov i utvecklingsprocessen. Vi går igenom verktyg och metoder för att få och använda insikter om användare till att göra interaktiva produkter och system lättare att använda.

- sammanhangsanalys
- att formulera krav kring användbarhet och UX
- så utvecklar du en konceptuell gränssnittsdesign
- principer för gränssnittsdesign, bra och dåliga gränssnitt
- så skapar du rätt informationsstruktur
- layout och visuell design
- internationella aspekter
- utvärdering av användbarhet och användarupplevelse – metoder och verktyg
- vilka testmetoder är de bästa och mest tillförlitliga?

→ Att leda digital utveckling

Att utveckla framgångsrika webbplatser, applikationer och digitala tjänster kräver goda interna processer och arbetsformer. Den här dagen handlar om hur du kan skapa processer, effektivt samarbete, förankring och beslutsfattande i din organisation.

- hur organiserar man sig för att optimera sin digitala utveckling?
- vad krävs för att skapa framgångsrika digitala tjänster och produkter?
- vilka är framgångsfaktorerna för att göra arbetet effektivt och hur säkerställer man att målen nås?
- hur blir man en bättre beställare?

Block 4 – Öka konverteringen

Konvertering handlar om att få dina besökare att göra det du vill att de ska göra på din webbplats eller landningssida. Dessa två dagar är viktiga helt till konsten att öka konverteringen på din sajt genom hypoteser, testning och utvärdering. Från att köpa någonting till att anmäla sig till nyhetsbrevet eller bara klicka på just den bloggpost du vill att de ska klicka på.

- en metodisk approach för optimering
- hur skapa innehåll och flöden som spelar på grundläggande motivationsfaktorer?
- verktyg för att strukturerat segmentera och beskriva besökartyper
- formulera testhypoteser för att ta reda på hur besökarna beter sig på sajten
- Google Analytics och andra stödjande verktyg
- kvalitativa och kvantitativa metoder för användartester
- strukturerade metoder för att formulera, prioritera och följa upp tester
- designprinciper och copywriting som leder besökarna i mål
- A/B-tester i praktiken

Block 5 – Sociala medier samt summering av lärdomar och insikter

Sociala medier, från bloggar och podcasts till snapchat och live-video har givit företag och organisationer många plattformar och format för att kommunicera flitigt med sina målgrupper. Den här dagen ger dig verktyg för att utveckla det arbetet. Vi går igenom allt från hur du hittar och utvecklar innehåll som engagerar till hur du får med dig kollegerna internt.

- sociala medier – vad gör de framgångsrika organisationerna?
- arbeta strategiskt och taktiskt för dialog och genomslag
- få influencers och användare att bidra
- applicera framgångsfaktorer på din organisation
- skapa förutsättningar internt
- tips på hur du engagerar dina kollegor för att skapa innehåll

→ Sociala medieplattformar – stora, specialiserade och nya

- integrerad kommunikation som fungerar på olika plattformar och kanaler
- vilka medier fungerar för vilka syften och målgrupper?
- utnyttja räckvidd och de senaste möjligheterna i varje plattform
- köpt respektive förtjänad marknadsföring i sociala medier

→ Från kunskap och insikter till praktik

Under kursen och mellan kurstillfällena genomför du som kursdeltagare en begränsad uppgift som baserar sig på en aktuell utmaning i din digitala kommunikation. Gruppen repeterar kursens olika moment genom att ta del av och ge feedback på varandras kursuppgifter. Ett givande tillfälle till dialog, utbyte och nya insikter.

- Integrerad kommunikation som fungerar på olika plattformar och kanaler
- hitta och formulera organisationens huvudbudskap
- från budskap till faktiskt innehåll
- förstå målgruppen på djupet -- vad engagerar?
- läsaranalys
- välj rätt kanal och tidpunkt för maximal effekt
- utvärdera och vidareutveckla ditt innehåll utifrån utfall

KURSLEDARE



John Ekman är grundare av Conversionista! – nr 1 på Online-konvertering i Norden. John har jobbat digitalt längre än någon orkar räkna och enligt John är en "Conversionista" någon som är galet passionerad av att förbättra konvertering och konverteringsgrad. Conversionista har hjälpt många av Sveriges största varumärken med konvertering.



Richard Whitehand är senior usability & UX-specialist på Usability Partners - ett ledande oberoende konsultföretag inom användbarhet och användarcentrerad design. Han har lång erfarenhet av arbete med designprocesser och gränssnittsfrågor för webb, intranät, mjukvaruapplikationer och interaktiva produkter.



Åsa Broberg är digital konsult på Acando och har tidigare jobbat på bl.a. Ving och TV4. Åsa har stor erfarenhet av att effektivisera både organisation och arbetssätt inom digital produktutveckling.



Albert Lannerstad är organisations- och ledarutvecklare med bakgrund som chef, vd och styrelseledamot från flera olika branscher. Albert är också digital strateg och fungerar som rådgivare åt organisationer om hur de blir framgångsrika i digital kommunikation.



Robert Kalinagil är expert inom sociala medier och digitalt på kommunikationsbyrån Welcom i Göteborg. Han har tidigare arbetat som Social Media Manager på Ving och som webb- och PR-ansvarig på Idre Fjäll.



Viktor Calmhede är Head of SEO på Pineberry och har lång erfarenhet av sökmotoroptimering. Han är en uppskattad föreläsare som översätter sökmotor- optimering till något som alla kan förstå och ta till sig.



Sara Öhman är specialist på digital marknadsföring med fokus på att driva och konvertera trafik. Hon har arbetat bland annat som Brand Activation Manager på Sportamore och Digital Marketer på Zaark.

FAKTA

Deltagare

Utbildningen för digitalt ansvariga vänder sig till dig som har eller kommer att få ansvar för ditt företags eller din organisations digitala kommunikation. Du är kanske digital strateg, marknadschef, projektledare, webbredaktör eller just digitalt ansvarig på annat sätt.

Mål

Målet är att ge kunskaper för att

- bli en bättre beställare och ledare för den digitala utvecklingen i din organisation
- ta fram en anpassad strategi för digital kommunikation i ditt företag
- sätta mål och mäta din onlinenärvaro
- effektivt använda Google Analytics och andra stödjande verktyg
- förstå hur sökmotoroptimering fungerar och kunna börja optimera din egen närvaro
- analysera användbarhet och användarupplevelse – metoder och verktyg
- organisera digital utveckling
- få dina besökare att göra det du vill att de ska göra på din webbplats eller landningssida
- nå framgång i sociala medier.

Metod

Vi arbetar enligt metoden teoretisk input, praktisk tillämpning, diskussion och reflektion. Du får arbeta med egna projekt, både under kurstid och mellan kurstillfällena. Tillsammans skapar vi en individuell handlingsplan för din utveckling under utbildningens gång. Varje moment bygger på den senaste kunskapen men fokuserar på färdigheter som behövs både i dag och i morgon. Utbildningen placerar dig som professionell digitalt ansvarig i utvecklingens framkant.

Bokning och rådgivning

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

DATUM	Ort	Kursavgift
13-14 februari, 12-13 mars, 16-17 april, 15-16 maj och 14-15 juni 2018	Stockholm	44 500

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 i varje block och 09.00-16.00 övriga dagar.

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



Vill du höja din kompetens ytterligare?

Hos oss finns alla möjligheter!

Företagsuniversitetet erbjuder dig fortbildning i tre olika former: öppna kurser, företagsanpassade utbildningar och konferenser. Vi genomför de flesta öppna kurserna i våra egna fräscha och funktionella lokaler i Globen City i Stockholm, men även i Göteborg och Malmö.

Kompetensutveckling ger starkare företag

Vi vet att en utbildning är en investering för framtiden, både för dig som anställd och för ditt företag. Därför är vår ambition att erbjuda dig utbildningar av högsta kvalitet, det vill säga med aktuellt och relevant innehåll, god pedagogik som kombinerar teori med många praktiska övningar och diskussioner. Och inte minst viktigt – en service på toppnivå, allt för att skapa bästa möjliga förutsättningar för inlärnin.