

För dig som vill framtidssäkra dig i rollen som marknadskoordinator



- Din marknad, ditt varumärke och dina målgrupper
- Kommunikation och samordning för lyckade marknadsaktiviteter
- Säljande kommunikation i digitala kanaler
- Interna och externa relationer

Dagens sätt att kommunicera och marknadsföra genom att dela information i olika kanaler och på olika plattformar ställer stora krav på dig som marknadskoordinator. Du skapar resultat utifrån givna planer och samordnar arbetet med både köpta och förtjänade kanaler. Du arbetar med digital PR och med att driva och ta fram kampanjer tillsammans med kollegor på marknads- eller kommunikationsavdelningen. Du har överblick, prioriterar och skapar bästa ROI på marknadsinvesteringarna.

Häng med några av Sveriges främsta experter inom marknad och kommunikation! Loredeana Jelmini, Mikael Rosén, Geta Kroon och Sofie Nylén delar med sig av sina kunskaper, långa erfarenhet och bästa tips på ett pedagogiskt och entusiasmerande sätt.

På utbildningen "Marknadskoordinator" utvecklar du dina digitala och analoga färdigheter inom marknadskommunikationens alla delar – från SWOT-analys, målgrupps- och konkurrentanalys, marknadsundersökningar och varumärkespositionering till internkommunikation, byråkontakter, kreativa processer och effektiva pitcher.

Vi mixar aktuella teoretiska kunskaper, trender och tendenser med praktiska verklighetsnära övningar. Du får använda dina nya kunskaper i en projektuppgift, i form av en kampanjplan, som redovisas i slutet av utbildningen.

Utbildningen är uppdelad i fyra block à två dagar i månaden vilket gör att du kan arbeta som vanligt parallellt med utbildningen. Det gör också att du kan tillämpa dina nya kunskaper i verkligheten – på en gång!

Nästa kursstart är den 29 november 2021 i Stockholm. Du kan boka dig på vår hemsida www.foretagsuniversitetet.se eller ringa 08-600 62 00.

Boka direkt:

foretagsuniversitetet.se/131

I en värld där kunden har makten och klassiska reklamformat tappar i effektivitet är det viktigt att arbeta för bästa möjliga kundupplevelse. De företag som lyckas "mappa in sig" som en del i människors liv är de som blir framtidens vinnare. Transparens och äkthet är och blir ännu viktigare och konversationen ersätter kommunikationen.

Annika Holst, huvudkursledare

Marknadskoordinator

– praktisk utbildning för marknadsassistenter och marknadskoordinatorer

PROGRAM

Block 1

- **Marknadsföring och kommunikation – a och o för en marknadskoordinator**
 - information, kommunikation, marknadsföring och försäljning – begrepp och terminologi
 - AIDAS och andra kommunikationsmodeller
 - framgångsrika kommunikationsprojekt – olika case
 - presentation av projektuppgiften
- **Rollen som marknadskoordinator – arbetsuppgifter, ansvar och utmaningar**
 - vad innebär det att vara marknadskoordinator?
 - roller och relationer, internt och externt
 - internkommunikation
- **Vem är kunden och hur ser marknaden ut?**
 - målgruppsanalys – segmentering och val av målgrupper
 - marknads- och konkurrensanalys
 - beslutsprocesser och köproller
- **Marknadsföringens praktiska verktyg**
 - SWOT-analys
 - konkurrentanalys
 - trendanalys
 - faktainsamling, syfte och metod
 - undersökningsmetodik, marknadsundersökningar och källor
 - utvärderingar
- **Praktiska övningar, diskussion och reflektion**

Block 2

- **Arbete med projektuppgiften**
 - introduktion och genomgång
 - projektmall
- **Ett starkt varumärke – hur skapar man det?**
 - vikten av ett starkt varumärke
 - identitet, image och profil
 - vad kännetecknar ett starkt varumärke?
 - positionering – den unika idé du ska tjäna pengar på
- **Marknadsinformation – lär känna din marknad**
 - syfte och metod
 - källor
 - marknadsundersökningar
- **Marknadskommunikation som säljer**
 - vad ska vi säga och vad är egentligen bra reklam?
 - välj rätt kanaler och media
 - välj och formulera budskap – hjärta eller hjärna
 - PR, sponsring och events som ger effekt
- **Planera för lyckade kommunikationsprojekt**
 - lär dig sätta SMARTA mål och identifiera behov
 - hur hänger allt ihop – koppling till försäljning och ekonomi
 - den perfekta marknadskommunikationsmixen, finns den?
 - hur förstärker kommunikationsprojektet varumärket
 - olika sätt att mäta och följa upp kampanjer
- **Praktiska övningar, diskussion och reflektion**

Block 3

- **Effektiva och attraktiva texter för webben**
 - skriva kort – välj ut det viktigaste
 - bestäm syfte med varje enskild text
 - målgrupp – vem du riktar dig till
 - sökord och hur du ska välja rätt
 - led läsaren/mottagaren vidare i digitala kanaler
 - så får du bättre effekt – enkelt att beräkna
 - arbete med verkliga case
- **Sälj din idé med en tydlig och säljande pitch**
 - sälj in din idé med övertygande argument
 - utveckla en bekväm och säker presentationsstil
 - välj verktyg efter situation
- **Digital kommunikation – sociala medier och webb**
 - hur skiljer sig webb och digitala medier från andra marknadsföringskanaler?
 - strategi och hantverk när man utformar digital kommunikation
 - hur optimerar man webbplatsen för att synas i sökmotorer?
 - hur påverkas företag och organisationer av sociala medier
 - använda sociala medier i företagets kommunikation
- **Praktiska övningar, diskussion och reflektion**

Block 4

- **Köpa kommunikationstjänster**
 - så arbetar en reklambyrå
 - att samarbeta med reklam-, PR- och mediabyråer
 - den kreativa processen
 - rätt och fel i reklamen
- **Projektuppgiften**
 - praktiskt arbete med projektuppgiften med handledare
 - muntlig och skriftlig rapportering av praktikfallen
- **Presentation av projektarbetet**
 - muntlig och skriftlig rapportering av praktikfallen
- **Summering och avslutning**



KURSLEDARE



Loredana Jelmini är marknadskommunikatör och en erfaren utbildare inom marknadskommunikation, försäljning och varumärken. Med över 20 års erfarenhet av ledande roller som marknads- och kommunikationschef har hon arbetat med många av Sveriges mest välkända och respekterade varumärken inom såväl offentlig förvaltning och civilsamhälle som inom kulturella och kreativa näringar. Med passion och uthållighet guidar och coachar hon organisationer, företag och studenter genom deras utmaningar i syfte att skapa resultat, utveckling och ihållande affärsmöjligheter.



Mikael Rosén är copywriter med lång erfarenhet från yrket, mycket uppskattad föreläsare och utbildare samt författare till bland annat boken Skriva för att övertyga som kom ut 2012.



Sofie Nylén är utbildningskonsult med examen från Lärarhögskolan. Sofie är expert på skriftlig och muntlig kommunikation och har lång erfarenhet av kommunikationsutbildning på alla nivåer. Sofie brinner för pedagogik och är en stjärna på att lära ut och coacha genom positiv och konstruktiv feedback. Sofie får människor att växa och våga.



Margareta GetaKroon har mer än 15 års erfarenhet som marknadschef på både stora och små, svenska och internationella bolag som bl.a. Mexx, Rikskuponger och Delicard. Hon är i dag varumärkes- och kommunikationskonsult med tonvikt på idéburna organisationer såsom Hyresgästföreningen, Svensk sjuksköterskeförening och Storsthlm.

Vad har utbildningen Marknadskoordinator gett dig?



Jag gick utbildningen Marknadskoordinator 2016 och det ångrar jag inte. Jag var arbetslös när jag började, men fick ett jobb under tiden och kursen var nog mycket bidragande till det.

Det var en bra blandning av allt man behöver kunna som marknadskoordinator och kursledarna var väldigt bra. Jag tycker att det var bra att den var uppdelad i olika block med några veckors mellanrum eftersom man då hade möjlighet och tid att reflektera allt man lärt sig. Jag rekommenderar absolut denna kurs till andra som vill bli ännu bättre i rollen som marknadskoordinator.



Magdalena Kennedy, marknadskommunikatör på GSAB

FAKTA

Tider

Första dagen i varje block 10.00-17.00, följande dagar 09.00-16.00

Deltagare

Marknadscoordinatorer, marknadsassistenter, kommunikatörer, assistenter och andra medarbetare på marknadsavdelningen.

Mål

Utbildningens mål är att ge kunskaper som behövs för att

- framgångsrikt driva olika typer av marknadsprojekt
- förstå och kunna använda marknadsföringstermer
- upprätta en kampanjplan
- köpa reklam och PR-tjänster
- genomföra säljande presentationer
- skriva effektiva texter för webb och sociala medier.

Metod

Utbildningen varvar teori och praktik. Tid ges för diskussion och reflektion. En projektuppgift går som en röd tråd genom utbildningen och innebär att du tillsammans med andra i grupp ska ta fram en kampanjplan.

Kursledare

Geta Kroon
Loredana Jelmini
Mikael Rosén
Natalie Eriksson
Sofie Nylén

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	Ort	Kursavgift
29-30 november, 16-17 december 2021, 13-14 januari och 7-8 februari 2022	Stockholm	42 000

Stockholm: Kurser i Stockholm 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 inläring.