

MARKNADSFÖRING & SOCIALA MEDIER

Instruktör:	Anna Råström
Datum + plats 1:	25e mars Stockholm
Datum + plats 2:	15e april Göteborg
Datum + plats 3:	23e april Malmö
Längd:	1 dag
Tid:	10:00-17:00
Minimum antal deltagare:	10
Maximum antal deltagare:	25
För vem:	Butikschefer, mellanchefer, personer med marknad/sociala medier-ansvar
Pris:	3100kr / pers (ej medlem 3800kr) I priset ingår lunch, förmiddagsfika, eftermiddagsfika och kaffe under hela dagen.

Det gäller att ständigt hänga med, att vara på tå, att vara först, att nå ut bäst, snyggast och smartast till sin målgrupp. Detta är vardagsprat i en marknadsförarens värld. Men i dagens digitala samhälle är aldrig en marknadsförare ensam ansvarig för dessa frågor. Alla i ett företag är marknadsförare och på ett eller annat sätt ansvariga för den kommunikation som kommer ur ett bolags olika kanaler.

I denna kurs kanaliseras vi begreppet marknadsföring och framför allt digital marknadsföring. För dig som är marknadsföringsansvarig på eller för dig som har ett intresse av hur er verksamhets uppfattas ur er gästs perspektiv värvas i denna kurs praktik och teori i högt tempo. Vi går bland annat igenom vilka digitala kanaler som finns och hur de fungerar, hur man sätter mål, mäter och följer upp och vilka verktyg man kan använda sig av och vad som passar bäst för just er verksamhet.

Syftet med kursen är att öka butikens digitala närvaro och att ge deltagarna en idé om hur de kan använda sociala medier som marknadsföring och kontaktkanal till sina kunder.

Föreläsningen innehåller bland annat:

- Varför sociala medier - what's in it for my business?
- Vilka sociala medier är aktuella för närvarande och vilka passar mig som bagare?
- Konkreta exempel på lyckade och mindre lyckade initiativ med dos and don'ts
- Vad är en rimlig målbild, vad kan en satsning i sociala medier ge min verksamhet konkret?

Workshopen innehåller bland annat:

- Vilka är min målgrupp och hur når jag dem?
- Inventering av egen verksamhet, what's in it for the user?
- Hur använder jag "rätt" socialt medie för min målgrupp och vilka funktioner är mest användbara?
- Målbild, vilka aktiviteter i sociala medier skulle ge mest roi för min verksamhet?
- Vilket upplägg på spännande kampanj i sociala medier skulle kunna passa min verksamhet?

Kursledare

Anna Råström – Marknadsföring & Sociala medier

