



Uddannelsesplan for Digital Marketing Manager 53

Dag 1

Markedsføringsplanen og kunderejsen med Nicolai Teglskov Pedersen

På denne dag får du overblik over, hvordan de mange emner digital marketing uddannelsen spiller sammen.

Du bliver skarp på kunderejsen, som når din kunde f.eks. går fra søgning i Google, til anonym besøgende på din webside, til at være modtager af nyhedsbrevet og endelig til at være din kunde.

Desuden dykker vi ned i vigtigheden af en markedsføringsplan, hvilke områder i planen der er vigtige, og hvordan du får lavet din markedsføringsplan. På den sidste dag i uddannelsen vender vi tilbage til markedsføringsplanen.

(48318)

Dag 2

E-mail marketing med Mailchimp med Dennis Kronborg

E-mail marketing er en af de mest effektive måder at drive trafik, kendskab og salg på.

Med en gennemarbejdet plan, kendskab til brugen af e-mail marketing software og muligheden for efterfølgende at forstå hvordan dine e-mail kampagner har klaret sig, står du godt rustet til at kunne varetage driften af dit firmas e-mail marketing.

Før undervisningsdagen skal du sikre, [at du har adgang til en gratis MailChimp konto](#).

(48319)

Dag 3

Google AdWords med Dorte Tindahl

Med udgangspunkt i din branche, klædes du bedre på til at forstå arbejdet med Google Ads, uanset om du har kontakt til et udførende bureau, eller selv varetage arbejdet.

Du får gennemgået det grundlæggende i Google Ads, hvor vi bl.a. ser på:

- Fordele og ulemper ved brug af Google Ads
- Kampagnetyper
- Annoncetyper
- Opbygning/strukturering af konto
- Brug af søgeord og negative søgeord
- Optimering af annoncer
- Måling af performance (inkl. Konverteringssporing)
- Optimering af performance
- Tips og tricks til det daglige arbejde med Google Ads
- Spørgsmål fra din hverdag

Før undervisningsdagen bør du sende en mail til dtm@asento.dk med en googlekonto, som du ønsker knyttet til en testkonto på Google Ads, som vi kommer til at bruge på selve dagen.

Du skal medbringe din egen bærbare computer. Hvis der er brug for det, så efterspørg i receptionen på IBC om det er muligt at låne en PC .

(48319)

Dag 4

Søgemaskineoptimering (SEO) med Benjamin Speedtsberg

Søgemaskineoptimering er én af de mest effektive og billigste former for markedsføring, du kan vælge. Men det kræver viden og træning at opnå de gode og stabile resultater.

På denne SEO-dag arbejder vi med:

- Søgeordsanalyser
- Konkurrentanalyser
- Landingssider
- Indhold - Både for brugeren og Google
- User Experience og Custom intent
- Intern linkbuilding
- Ekstern linkbuilding

Du får en forståelse af de vigtigste SEO faktorer i dag, så du selv kan arbejde videre med SEO. Derudover får du en liste af værktøjer, som giver dig det fundament, du skal bruge for at komme i gang.

(48319)

Dag 5

Facebook annoncering for begyndere Med Rikke Simonsen

På denne dag bliver du introduceret til de vigtigste elementer i Facebooks annonceadministrator, så du er fuldt klædt på til selv at oprette dine egne annoncer umiddelbart derefter.

Der vil være fokus på tekniske del af annonceadministratoren, så vi sikrer, at du føler dig tryk ved alle knapperne, men vi vil samtidig bruge meget tid på opbygning af relevante målgrupper og tankerne bag.

Før undervisningsdagen skal du sikre, at [du har adgang til en Facebookside](#), [du har adgang til Business Manager](#), [du har adgang til Facebook Annoncedadministrator og du har oprettet og installeret en Facebook-pixel](#). Alle kan oprette disse, hvis du ikke har en virksomhed, så kan du oprette en fiktiv og kalde du din virksomhed for f.eks. "Casen sandkassen".

Vi anbefaler, at du medbringer egen bærbar computer, en mus og Google Chrome er den anbefalede browser. Husk at ad blockere i din browser skal være deaktiveret.

(49556)

Dag 6

Video til websitet med Kristian Regel

Brugen af video content til websitet og sociale medier – vi laver vores egne små film. I lærer om de grundlæggende filmperspektiver og redigeringsprogrammet iMovie.

Der er lagt op til en praktisk dag, hvor I skal producere jeres egen video, hvor vi arbejder med at skabe blikfang tilpasset videoens emne og fortællermæssige indhold

- Brainstorme på film
- Skrive manus og skudplan
- Kameraføring – forgrund, mellemgrund og baggrund
- Teknik – lyd og lys
- Videoredigering
- Eksportere videoen klar til nettet
- Undertekstning

Hvis du har en iPad eller iPhone, så anbefaler vi, at du medbringer dit eget udstyr. Hvis der er brug for det, så skriv til [Jannie Holm](#) at du gerne vil låne en iPad.

(49556)

Dag 7

Tekster der sælger, tekster til web og nyhedsbreve med René Hjetting

På denne dag lære du at skrive levende og vedkommende tekster, der sælger. Du får viden om, hvad der kendetegner den gode salgstekst, både på sociale medier

og i nyhedsbreve. Undervisningen giver konkrete værktøjer til, hvordan du opbygger fængende tekster, som fanger dine kommende kunders opmærksomhed. Tekster, som giver en positiv respons. Kurset byder på masser af konkrete eksempler, praktiske øvelser og tips og tricks, og det er learning-by-doing, så der bliver masser af tid til at afprøve de nye værktøjer undervejs.

Du lærer, at:

- Finde den gode historie
- Skrive den gode historie
- Sælger dine budskaber/produkter til den rigtige målgruppe.

Herudover vil du blive bekendt med:

- Salgsteksters opbygning nyhedstrekanten
- De 5 nyhedskriterier
- Ikke-prøven og andre vigtige værktøjer (KISS og show it, don't tell it)
- Den skarpe vinkling
- Hvordan man skaber relation til sine læsere
- Teaser-teksters opbygning
- Hvordan man skaber overskuelighed i en tekst
- Hvordan du får dit budskab ud over rampen
- Tekstforfatterens hemmeligheder og "beskidte" tricks
- Hvordan du kan optimere din skriveproces

Udbytte: Dagen giver dig en række konkrete værktøjer, indsigter og teknikker til at gøre dine salgstekster endnu bedre, så du trænger igennem til din målgruppe, øger responsen – og skaber bedre resultater.

(49556)

Dag 8

Google Analytics med Benjamin Speedtsberg

Google Analytics er et uundværligt værktøj når vi taler om performance online. Med viden og forståelse for de marketingkanaler du arbejder med, får du et klart overblik over hvordan de hver især performer.

På denne dag lærer du:

- Hvorfor Google Analytics er et vigtigt værktøj
- Hvordan Google Tag Manager og Google Analytics snakker sammen
- Opsætning af begge tools
- Opsætning af konverteringssporing både for Service og Ecommerce branchen
- Hvordan du læser og bruger data fra de forskellige marketing kanaler
- Tips og tricks i det daglige arbejde med Google Analytics
- Spørgsmål fra hverdagen

Du får en gennemgang af de vigtigste funktioner i Google Analytics så du kan

bruge værktøjet med viden inden for de vigtigste performance parametre.

(48318)

Dag 9

Brugervenlighed - få styr på dit website med Jens Balle

Hvis dine kunder synes, at det er besværligt at bruge dit website, så køber de hos dine konkurrenter, som har styr på brugervenlighed. Derfor er det vigtigt at kende grundreglerne for brugervenlighed og tage udgangspunkt i dine kunders behov og mål, så du kan mindske sandsynligheden for, at kunderne forlader dit website, inden de har konverteret.

På dette modul kommer du i dybden med følgende:

- Hvad er brugervenlighed for en størrelse?
- Design til hulemanden – psykologi bag adfærdsdesign
- Eksempler på hvordan vi tænker (bias)
- Hold dig til konventionerne – gør det nemt for kunderne
- Undgå Pain of Shopping på kunderejsen
- Grundprincipper for brugervenlighed.
- Metoder og værktøjer til at teste brugervenligheden på dit website

Dagen vil veksle mellem gruppearbejde, opgaver og teoretiske oplæg.

(46732)

Dag 10

Markedsføringsplanen - opfølgning med Nicolai Teglskov Pedersen

Vi samler op igen på den markedsføringsplan, vi lagde grunden til i 1. modul. Vi tager også en tur rundt om øvelser i, hvordan du bevarer overblikket, og hvordan du bedst vurderer, hvor du skal lægge fokus i din virksomhed. Målet er, at du drager hjem med en klar oversigt over dine næste skridt med al din læring fra kurset.

(48318)

Der bliver løbende justeret på både undervisersteam og indhold på uddannelsen, sådan at du altid får den mest relevante viden. Derfor er dette ikke den endelig uddannelsesplan, der kan være ændringer i både rækkefølge og indhold.