



Kursus
1 dag
Nr. 72533 A

DKK 4.999
ekskl. moms

Dato
09-12-2020
03-03-2021
02-06-2021

Sted
Aarhus
Taastrup
Taastrup

Marketing for ikke-marketingmedarbejdere

Arbejder du med marketing uden at have marketingbaggrund og savner du viden om, hvordan du gennemfører marketingopgaver i praksis? Deltag på dette kursus og får de grundlæggende redskaber og begreber på plads.

Bliv bedre klædt på til marketingopgaver

Mange får opgaver med marketingindhold uden at have en formel baggrund inden for marketing. Kurset giver personer uden marketingbaggrund en køreplan og en værktøjskasse til at gennemføre marketingopgaver i praksis.

Deltagerprofil

Dette kursus er rettet mod dig, der har brug for grundlæggende marketingviden og redskaber, og ikke har en teoretisk uddannelse i marketing. Du kan f.eks. være administrativ medarbejder (projektleder, koordinator, sekretær etc.), konsulent, kommunikationsmedarbejder, teknisk specialist - eller helt ny medarbejder i marketing.

Udbytte

- En trin for trin køreplan for, hvordan man løser marketingopgaver.
- Viden til at kunne argumentere og sparre om hvilken markedsføring der er den mest relevante.
- En værktøjskasse med værktøjer til hvert trin.
- Overblik over de vigtigste begreber indenfor [marketing](#).
- Viden om markedsføring til såvel virksomheder (Business-to-Business) som forbrugere (Business-to-Consumer).
- Praktiske eksempler på, hvad der virker og ikke virker, både i den fysiske verden og online



- Komme i gang med at målrette dit produkt, dit budskab og din markedsføring bedre.
- Styrket evne til at se nye muligheder for at tilfredsstille kundernes behov og skabe værdi.

Værktøjskassen og køreplanen kan anvendes både overfor interne og eksterne kunder/modtagere, og såvel i offentlige som i private virksomheder og organisationer.

Indhold

Marketing-basics

- Hvordan marketing har udviklet sig
- De 4 P'er
- Emner der fylder i moderne marketing (inkl. praktiske eksempler)

Målgruppe

- Målgruppe definition
- Målgruppe indsigt og adfærd
- Kunderejsen
- B2B vs. B2C

Kanaler til markedsføring

- Paid, owned, earned; definitioner, perspektivering og praktiske eksempler
- Push vs. pull
- Offline vs. online; Hvordan har marketing ændret sig, og hvilke muligheder giver det

Planlægning

- Mediestrategi
- Integreret kommunikation
- 'Det aktive fravalg'

Målsætninger og analyse

- Hvordan opsætter man mål for sine aktiviteter, og hvordan måles effekten af disse?
- Effekt evaluering og analyse (inkl. konkrete værktøjer)

Kurset tager udgangspunkt i deltagernes egen hverdag og erfaringer, og bygger på dialog og diskussion med fokus på det praktiske og anvendelige. Medbring meget gerne egen marketingudfordring på kurset. Der anvendes cases som alle kan diskutere og lære af, med eksempler på markedsføring overfor såvel virksomheder som forbrugere. Under kurset er der mulighed for at stille konkrete og specifikke spørgsmål til egne marketingopgaver, som vil blive besvaret undervejs.

Underviser

Michael Storm har arbejdet med marketing i mere end 11 år. Han har specielt arbejdet meget med den generelle digitalisering af den danske marketing-scene, hvor han bl.a. har været ansat på nogle af Danmarks største mediebureauer, samt i et af de mest toneangivende danske mediehuse; JP/Politikens Hus. Michael har derfor både en indgående strategisk- og hands-on erfaring med en lang række af fagets facetter, opbygget gennem års arbejde med en række både danske og internationale brands, på tværs af flere brancher. Michael har altid vægtet udvikling og vidensdeling højt, og har derfor forestået mange, både interne og eksterne, undervisningsforløb.

Har du faglige spørgsmål så kontakt



Vicki Bech Hansen
+45 72202465
vih@teknologisk.dk

