

Kursusforløb og litteratur – Social Media Manager

Dag 1 Forbrugertrends og sociale mediers karakteristika

Første kursusdag har fokus på at introducere kursisten til de enorme ændringer i forbrugeradfærd, som sociale medier har medført. Derudover afdækker vi, hvordan det påvirker virksomheder. Samtidig skaber vi et overblik over de vigtigste sociale medier og nye spændende trends. Vi sætter fokus på, hvordan medierne er forskellige, og hvilken indflydelse det har for social media manageren.

- Hvorfor bruger vi sociale medier, og hvad bruger vi dem til?
- Hvilke forandringer skaber sociale medier?
- Hvilke sociale medier er de vigtigste i en B2B- eller B2C-kontekst?
- Hvilke muligheder og forskelle er der på medierne?

Dag 2 Forretningsværdi, social media-strategi og -organisering

Anden kursusdag har fokus på at arbejde med social media managerens væsentligste opgave: fx at sikre, at investeringen i sociale medier skaber forretningsmæssig værdi. Derudover arbejder vi med, hvordan initiativerne bliver forankret i en strategi, hvor indsatserne bør prioriteres i en hensigtsmæssig rækkefølge.

- Forretningsværdi, social media-strategi og -organisation
- Hvordan skaber sociale medier forretningsværdi?
- Hvad er en social media-strategi, og hvad indeholder den?
- Hvilke dele af organisationen påvirkes af sociale medier?
- Hvilke behov for nye arbejdsgange og job-roller opstår der?

Dag 3 Fra strategi til planlægning og implementering

Tredje dag har fokus på at omsætte strategi til planlægning og implementering. En ting er at udarbejde en social media-strategi, en anden er at få den implementeret. Typisk kan man som social media manager ikke gøre alt på én gang. Et vigtigt element er først at få opbakning til strategien, derefter at få tildelt de nødvendige ressourcer. Ofte er dette et arbejde på tværs af organisationen. Måske skal man starte med de mest profitable kanaler og implementere trinvis?

- Hvordan brydes en strategi ned i håndterbare faser?
- Hvilke elementer vil give den største forretningsmæssige værdi?
- Hvilke ressourcer skal der afsættes til realisering af strategien?

Dag 4 Kommunikationsstrategi og dialog via sociale medier

Fjerde kursusdag har fokus på at lave en målrettet strategi for, hvordan du kommunikerer på sociale medier. Beskriv, hvordan du rammer din målgruppe og samtidig tager højde for diversiteten af de enkelte medier. Vi beskæftiger os med, hvilken kommunikationsform der får dit indhold og budskab til at stå klart og tydeligt for dine modtagere.

- Hvordan kommer du din målgruppe i møde?
- Hvordan laver du en kommunikationsstrategi?

- Hvordan skaber du værdi med din kommunikation?
- Hvad adskiller kommunikation på sociale medier fra andre medier?

Dag 5 Markedsføringsstrategi og annoncering på sociale medier

Femte kursusdag har fokus på detaljerne vedrørende sociale medier som markedsføringskanaler, ligesom markedsføringen tænkes ind i en større sammenhæng. På kurset introducerer vi omkring markedsføring på Facebook, LinkedIn, YouTube, Google+ og andre sociale netværk.

- Hvordan sikrer du overensstemmelse med virksomhedens øvrige markedsføring?
- Hvilke muligheder er der for markedsføring på de forskellige sociale medier?
- Hvordan rammer du din målgruppe effektivt med annoncering?
- Hvordan udnytter du viral markedsføring og "word of mouth"?

Dag 6 Statistik, analyse, effektmåling og ROI

Sjette kursusdag har fokus på, at mange virksomheder tøver med at markedsføre sig via sociale medier, fordi det er sværere at dokumentere effekten af indsatsen på de sociale medier end med anden markedsføring. Dette arbejder vi med, således at du sikrer, at der opnås den bedst mulige effekt af de forskellige aktiviteter. Det er vigtigt, at du bliver i stand til at påvise en forretningsmæssig værdi.

- Hvordan måler du effekten af din kommunikation?
- Hvordan måler du effekten af dine kampagner?
- Hvordan beregner du den forretningsmæssige værdi af dine aktiviteter?

Litteratur

Udleveres på kurset

Kursustaske indeholdende:

- Bogen "Dit omdømme på de sociale medier" af Trine Nebel
- Bogen "The Social Media Management Handbook" af Nick Smith & Robert Wollan
- Social Media Manager-kursusmappe
- A4-notesblok og kuglepen

BEMÆRK

Det er en fordel at medbringe egen laptop eller alternativt en tablet.

Der forudsættes kendskab til engelsk, da en væsentlig del af kursusmaterialet er på engelsk