

SUPEREGO[®]

Akademiet | Klogere på
marketing

Dagens forløb

- Agenda

- Hvem er jeg?
- Hvilket bureau er I? (Find et navn).
- Hvad er en digital strategi?
 - Hvorfor har vi brug for en digital strategi?
 - Hvad skal en digital strategi indeholde?
 - Forstå kunden som det første + 5 gode råd
- Nu er det jeres tur. Opgave 1: Multiple choice
- Eksempel på en digital strategi
- Den gode præsentation
- Nu er det jeres tur. Opgave 2: Lav jeres strategi
 - Case: Børneshoppen
- Bureau-dating. (15 min præsentation pr. bureau + feedback og spørgsmål)

Hvem er jeg?

Jimmi Toft Zadstov

Team Lead & Digital
Marketing Manager ●



Hvilket bureau er I?

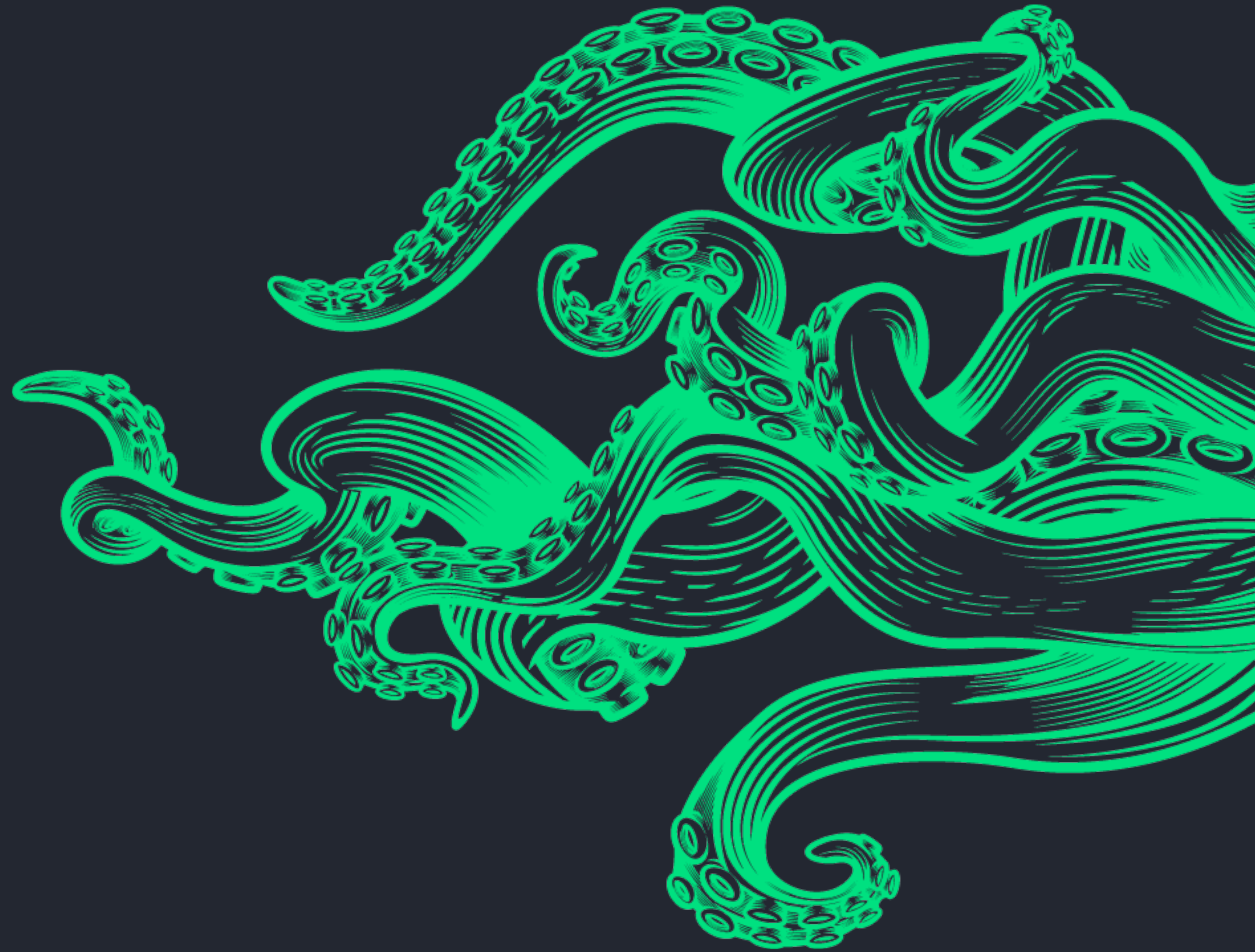
- find et navn



I skal lave et bureau. Vi skal nemlig bureau-date senere.

1. Hvad er jeres bureau-navn og hvorfor?
2. Hvilken type bureau er I? Digitalt, Reklamebureau, mediebureau mv.
3. Hvilke ansættelser har I?
4. Logo? Hvis I kan nå det.

Sæt i gang!



Digital strategi ●

Hvad er en - Digital Strategi?

- En digital strategi er en strategisk opbygget plan, der integrerer digitale teknologier og marketingværktøjer for at nå virksomhedens overordnede online mål. Den omfatter bl.a. brugen af digitale kanaler for at kommunikere med og engagere kunder.



Formålet med en - Digital Strategi?

- Formålet med en digital strategi er at forbedre virksomhedens online tilstedeværelse, øge brand awareness, drive trafik til virksomhedens hjemmeside, generere leads og konverteringer, og opnå en høj ROI (Return on Investment).



Udbyttet ved en - Digital Strategi?

- En digital strategi er ligeledes et værktøj, man kan bruge til at få et øget indblik i virksomhedens nuværende indsats, markedspotentialiet samt konkurrenternes digitale indsats.



Hvorfor har vi brug for en - Digital Strategi?

Målbarhed



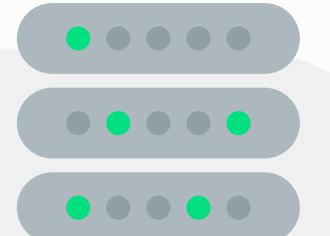
Digitale strategier giver mulighed for at måle og analysere resultater i realtid, så virksomheder hurtigt kan justere deres taktik for at opnå bedre resultater.

Kundeforståelse



Gennem data og analyser kan virksomheder få en dybere indsigt i deres kunders adfærd, præferencer og behov, hvilket gør det muligt at skræddersy deres marketingindsats.

Målrettet tilgang



En digital strategi hjælper virksomheder med at fokusere deres indsats på de mest effektive kanaler og teknikker, hvilket sikrer, at ressourcerne bruges optimalt.

Hvorfor har vi brug for en - Digital Strategi?

Øget synlighed

En veludviklet digital strategi kan give virksomheder en konkurrencemæssig fordel ved at nå ud til målgruppen på en mere effektiv måde end konkurrenterne.

Konkurrencefordel

En veludviklet digital strategi kan give virksomheder en konkurrencemæssig fordel ved at nå ud til målgruppen på en mere effektiv måde end konkurrenterne.

Hvad skal den indeholde?

- Digital Strategi

- **Mål og målsætninger:** Definér klare, specifikke og målbare mål f.eks. køb, visninger mv.
- **Målgruppe:** Identificér og analyser din målgruppe, herunder demografi, adfærd, præferencer og behov.
- **Konkurrentanalyse:** Undersøg konkurrenternes digitale tilstedeværelse.
- **Digitale kanaler:** Vælg de relevante digitale kanaler.
- **Indholdsstrategi:** Planlæg og udvikl engagerende og relevant indhold.
- **Ressourceallokering:** Fordel budgetter og ressourcer effektivt på tværs af valgte kanaler.
- **Tidsplan og roadmap:** Lav en detaljeret tidsplan for implementeringen.
- **Måling og analyse:** Fastlæg KPI'er (Key Performance Indicators) og brug analyseværktøjer til at måle resultater.
- **Risikovurdering:** Identificer potentielle risici og udfordringer samt udvikle planer for at håndtere dem.





To be continued...

5 gode råd - til din strategi

Vær fleksibel

1

Vær klar til at justere din strategi baseret på resultater og markedstendenser.



5 gode råd - til din strategi

Kend dine værktøjer

2

Sørg for at forstå og bruge de rigtige digitale værktøjer og teknologier effektivt.



5 gode råd - til din strategi

Engager dit publikum

3

Skab indhold og kampagner, der engagerer og involverer din målgruppe.

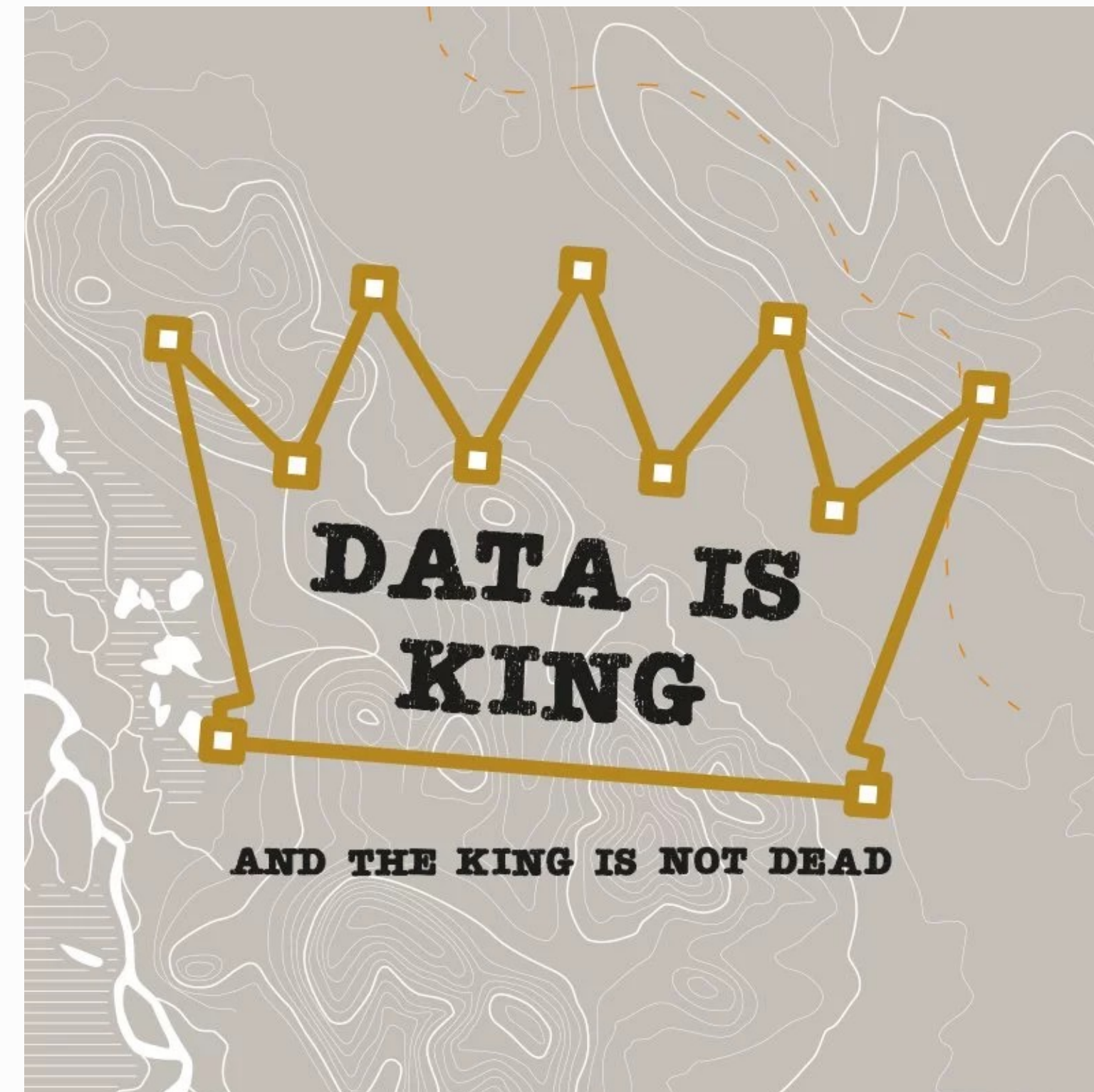


5 gode råd - til din strategi

Data-drevet beslutninger

4

Brug data og analyser til at informere dine beslutninger og strategier.



5 gode råd - til din strategi

5

Kend din modtager

Kend ALTID kunden inden, I begynder på en strategi - Stil spørgsmål, så udgangspunktet bliver godt.



Opgave 1

- Kahoot!-tid



SUPEREGO[®]

Akademiet

| Klogere på
marketing



Eksempel på en strategi .

Digital strategi

- indhold

- Markedspotentiale
- Markeds digitale adfærd
- Konkurrenterne
- Hvor er (kunden) nu?

Fase 1: Kunden skal føle sig i gode hænder

Giv kunden en fornemmelse for potentialet, konkurrenterne plus et skulderklap for deres nuværende indsats. Ros kunden, men hav fokus på det uforløste potentiale.

Udbytte: Giver fuld opmærksomhed fra modtager.



Digital strategi

- indhold

- Kunderejsen

Fase 2: Skrue op for teori og faglighed

Nu skal I vise kunden, at jeres bureau har fagligheden til at løse opgaven.

Udbytte: Viser kunden, at I har jeres faglighed på plads, og skaber derved tryghed.



Digital strategi

- indhold

- Målgrupper
- Indhold og budskaber
- Valg af platforme
- Marketingplan

Fase 3: Strategien skal præsenteres for kunden

Kunden skal se, at I kan kæde jeres analyse og observationer med teori. Det er her strategien skal præsenteres.

Udbytte: Det er her kunden skal se og høre sin strategi for første gang - I har et skud til at wow kunden.



Digital strategi

- indhold

- Hjemmeside / SEO
- Email marketing

Fase 4: Highlight andre indsatser, som I mener kan være til fordel for strategien

Hvis der er andre områder, som kan gavne jeres arbejde, skal de sælges ind her. Selvom det er out of scope, så viser det en øget indsats, som er med til at overbevise kunden omkring jeres ekspertise.

Udbytte: Viser kunden, at I tør tænke ud af kassen og ud over scope.



Digital strategi

- indhold

- Budgetoverblik
- Produktionsplan
- Next step

Fase 5: Fremlæg budgettet plus arbejdsplanen

Vær ikke bange for at udfolde budgettet, som understøtter alle de opgaver, I tidligere i præsentationen har været igennem. Kvalitet koster penge.

Udbytte: Kunderne vil altid synes, det er dyrt - nu har I muligheden for at forsvare jeres budget plus give indsigt i produktionsplanen.





Den gode præsentation .



Verdens bedste strategi er intet
uden den rette præsentation

Hvad er en god - præsentation



- En præsentation med mange slides ?
- En præsentation med den rigtige opbygning ?
- En præsentation med meget teori ?
- En præsentation med flotte farver ?
- En præsentation med fede billeder ?
- En præsentation med mange oplægsholdere?
- En præsentation som var hurtig at lave ?

Eller

En præsentation skabt med følelser?

“

Simpelt....den gode præsentation
handler om hjernes signalstoffer.
Vi skal øge dopamin og sænke
kortisol

Øg

- Dopamin

Dopamin – har det formål at trække oplægsholder imod nydelse og fornøjelse.

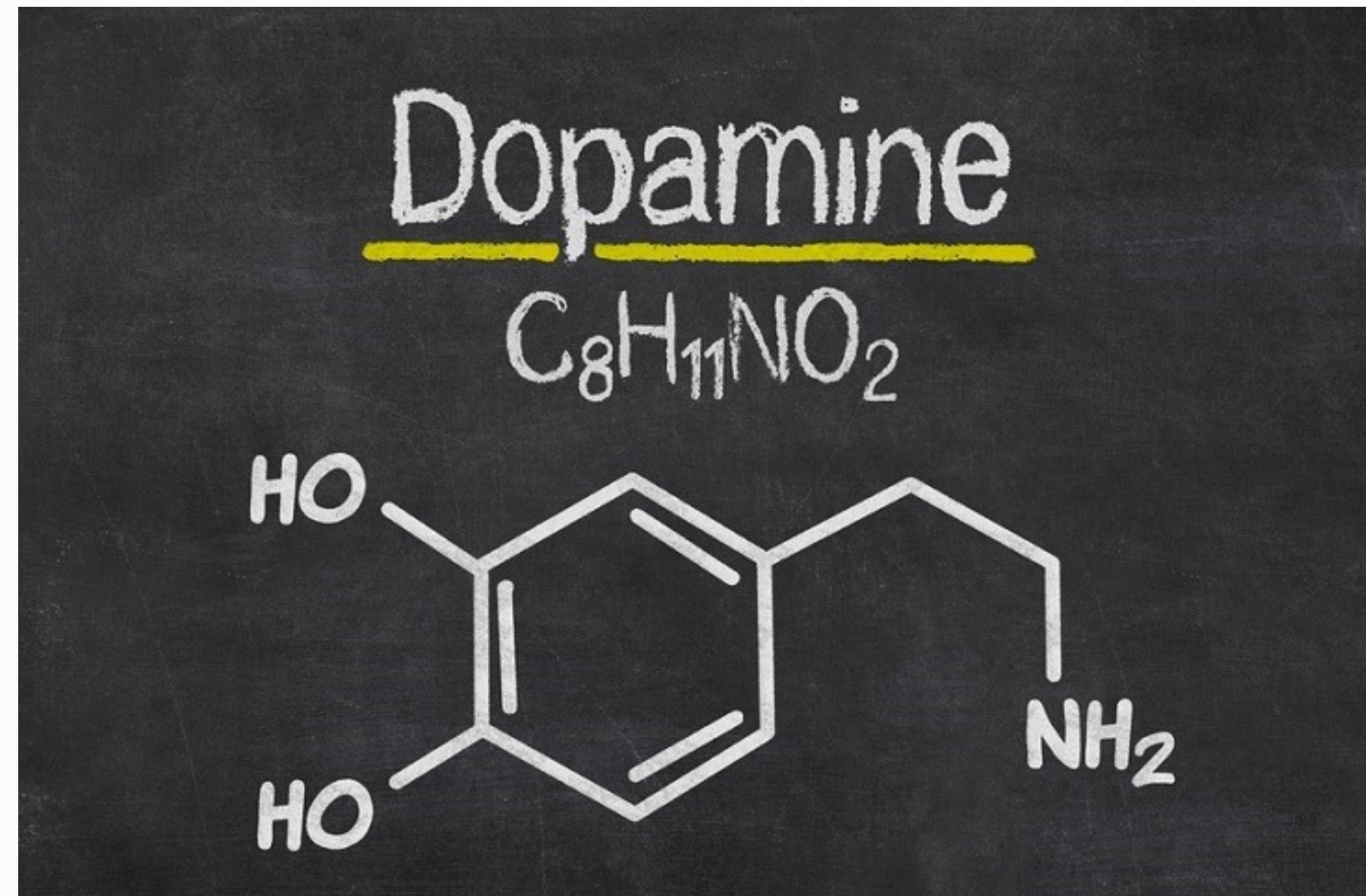
Effekter:

Forhøjet fokus

Forhøjet motivation

Forhøjet drive

Forøget adgang til egen hukommelse



Sænk

- kortisol

Kortisol – Kortisol har det formål at bevæge dig væk fra smerte og ubehag. Kortisol signalerer til hjernen at du er i en situation, som du føler ubehagelig og skal væk fra.

Effekter:

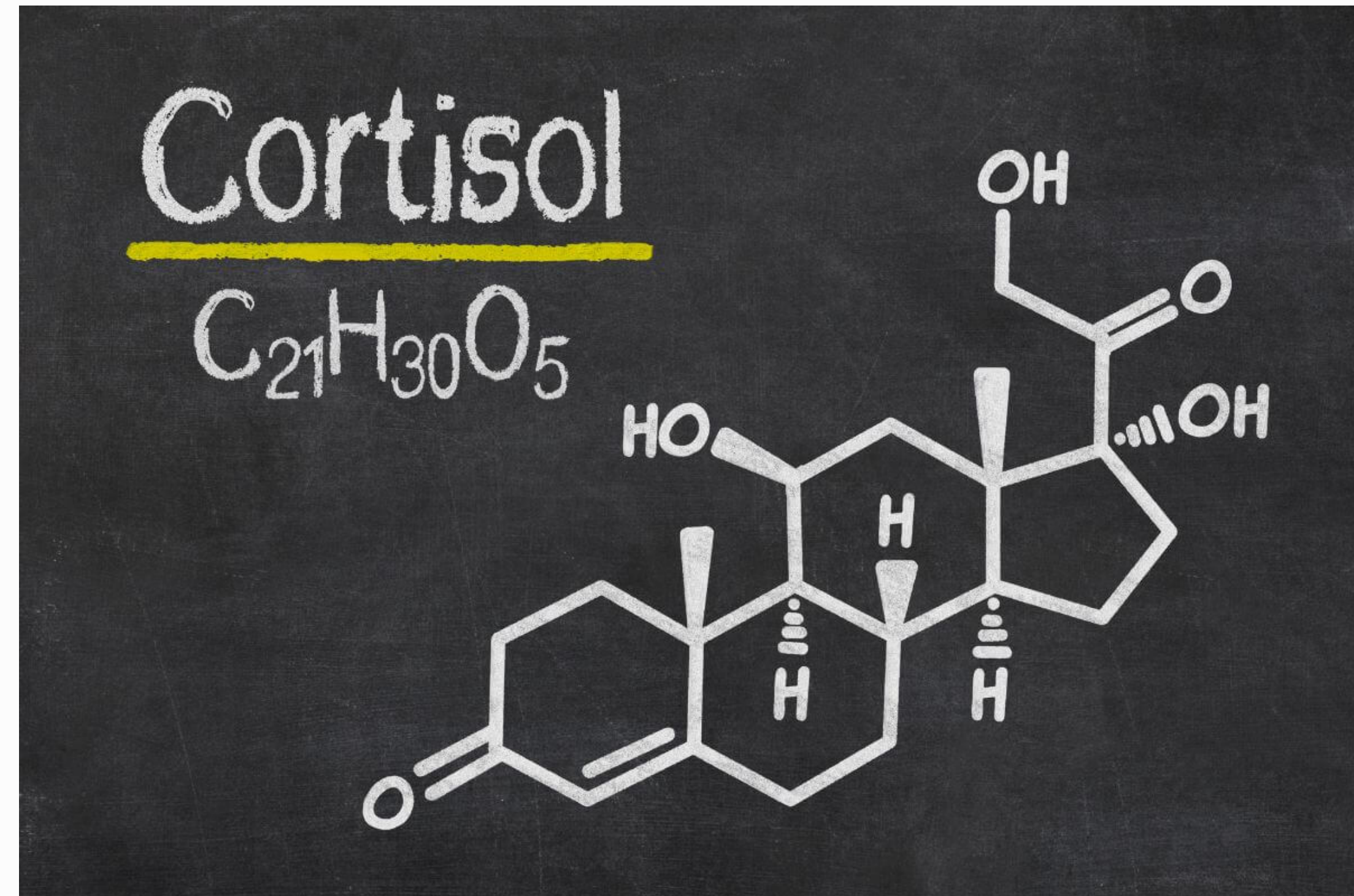
Snakke for hurtigt

Reducerer pauser

Gøre meget brug af Ahhhh og Øhhhhh

Nervøs fremtoning og gang på scenen

Springe over indhold for at holde det kort



“

Forskellen er kæmpe stor.

Spørgsmålet er så bare?



Kan det fåes på flaske som Asterix
og Oberlix?

Desværre ikke!

“

Dopamin hooks er vejen frem!





Uden dopamin miste du modtagers opmærksomhed.

Husk, nøglen er at vedligeholde en følelse af forventning, usikkerhed og overraskelse.

Eksempler på - dopamin hooks i storytelling

Uventede Drejninger:

"Vi går konkurs! Hvordan skal vi overleve?"

Brug overraskende begivenheder til at skabe spænding og stimulere dopamin".

Dramatiske Scener:

"Det er det længste agenda nogensinde! Alt, hvad I tænker er sikker, hvordan jeg skulle komme ud i live!"

Dramatiske situationer fanger naturligt folks opmærksomhed.

Eksempler på - dopamin hooks i storytelling

Mystiske Lyde:

"Pludselig hørte vi et skrig, og ingen forstod, hvor det kom fra."
Uforklarlige begivenheder øger spænding og forventning.

Uventede Resultater:

"Og jeg tænkte for mig selv, kan dette blive værre... og det gjorde det..."
Forventning om uventede resultater holder dit publikum engageret.

Eksempler på - dopamin hooks i storytelling

Uforudsigelig Adfærd:

Revolutionær Forandring: "Og uden advarsel rejste et af mødedeltagerne sig og forlod rummet i en fart..."

Uforudsigelig adfærd kan vække interesse og nysgerrighed.

Revolutionær Forandring:

Revolutionær Forandring: "Ingen vil have vores produkter. Det er en farlig vej, men vi bliver nødt til at genopfinde os selv fuldstændigt."

Radikal forandring signalerer usikkerhed, hvilket kan fange interesse.

Case: Børneshoppen



SUPEREGO®

Akademiet | Klogere på marketing

Nu er det jeres tur

- Skab en digital strategi



“

1. I skal lave en strategi for Børneshoppen max 10 slides.
2. Vi afholder første runde af bureau-dating - I får 15 min pr. bureau til at fremvise jeres strategi.

Sæt i gang!

Akademiet