



ROGER ELVERSKOG

e-marknadsföring AB

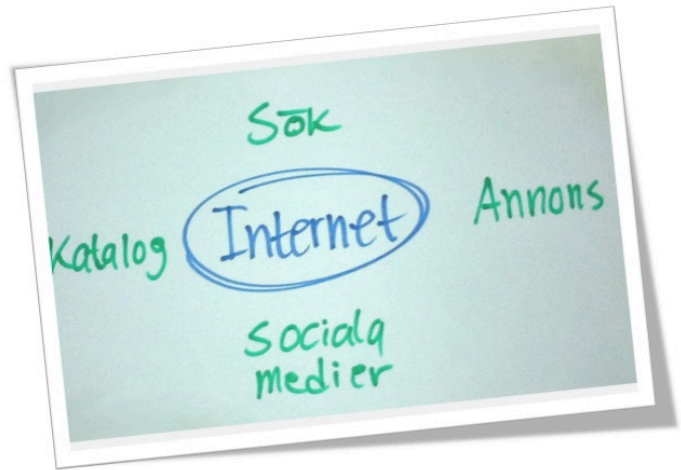
## Utbildning i Internetmarknadsföring (allmän).

(Del 1 av 3)

Syftet är att höja kunskapsnivån generellt om marknadsföring på Internet.

En kvalificerad hemsidesägare kan idag ofta mer om internetmarknadsföring än en mediasäljare på tidningen.

Men ökad kunskap kan säljarna ha en bättre dialog med hemsidesägaren, förstå behoven och argumentera för sina produkter med rätt infallsvinkel.



### Innehåll

- Hur fungerar olika typer av marknadsföring på nätet? Hur tänker större hemsidesägare kring marknadsföringen?
- Det digitala avtrycket
- Katalogtjänster, för- och nackdelar
- Webbannonser (display)
- Sökordsannonsering, hur funkar det, hur mäter man? Case.
- Sociala medier i marknadskommunikationen. Exempel.
- Sökordsoptimering, hur funkar det?
- Grupparbete: Diskutera hur ni kan möta en renodlad nättaktör med era produkter (diskussionspunkten kan anpassas med säljledningen)

Tidsåtgång: 3,5 timmar med pauser. Minst 5 deltagare, max 20. Utbildning av hela gruppen på förmiddagen, coaching av säljare och säljledare på eftermiddagen på avdelningen.

Utbildningen blir effektivast om den hålls per tidningstitel eller försäljningsorganisation. Förarbete tillsammans med tidningens analytiker ingår liksom närmaste säljledaren för att fånga upp lokala behov.