



# Digitalt Salg

– nøglen til  
fremtidens  
detailhandel

**Start**

14. eller  
27. april

Vil du blive bedre til online-salg og digital markedsføring? Drømmer du om at udvikle webshops eller øge salget gennem sociale medier?

Bliv klar til din digitale fremtid med et 6 ugers onlineforløb.

Du kan begynde på kurset tirsdag den **14. april** og mandag den **27. april** – og hver anden mandag derefter.

Hvis du ikke har lyst til at tage alle 30 dage, kan du plukke de moduler ud, som er relevante for dig. Kontakt Aarhus Business College for at høre mere.

Kurset Digitalt Salg giver dig en solid viden om brug af de forskellige platforme, der skal sikre butikkens fremtid i den digitale verden.

På 6 uger får du værktøjerne til at skabe en optimal kunderejse i både den fysiske og digitale verden. Du bliver i stand til at sammensmelte din fysiske butik og din webshop – til fordel for både dig og dine kunder.

Kurset foregår online, så du har stor fleksibilitet gennem forløbet. Kurset udbydes af Aarhus Business College, hvor erfarne undervisere sidder klar bag skærmen til at vejlede dig.

#### På kurset lærer du om:

- Kundeoplevelsen og optimering af webshoppen
- Analyse af kundernes købsadfærd på nettet
- Anvendelse af de vigtigste sociale medier
- Analyse og udvikling af online marketing med henblik på at øge omsætningen
- Omnichannel-marketing og mulighederne i din butik
- Analyse af webshoppens performance.

#### Moduler

Kurset består af 14 moduler. Hvert modul tager 1-3 dage.

## Nye kunder via viral markedsføring



### 2 dages varighed – modul SoMe – 40995

Med udgangspunkt i virksomhedens e-strategi lærer du at anvende viral markedsføring til at styrke virksomhedens online markedsføringsindsats. Du stifter bekendtskab med forskellige markedsføringsmedier og -kanaler, herunder sociale netværk, niche-sites, communities og blogs, så du kan vurdere om eller hvornår, de skal bringes i spil i forhold til virksomhedens ønskede målgruppe.

Du kan herefter bistå ved udarbejdelsen af en markedsføringskampagne og kan placere den i de relevante medier.

## Søgemaskineoptimering af digital kommunikation

### 1 dags varighed – Modul: Markedsføring – 40814

Du lærer at forstå arbejdet med søgemaskineoptimeringen af webløsninger i forbindelse med virksomhedens produktion af digitale kommunikationsløsninger, fx profileringswebsite, digitale magasiner og -reklamer.

Herunder opnår du viden om forskellene i funktionalitet mellem søgerobotter og kataloger. Du får også et kendskab til de tekniske virkemidler, som kan bruges i søgemaskinearbejdet, samt begreber som linkpopularitet og pagerank.



## Anvendelse af sociale medier i virksomheden



### 3 dages varighed – Modul: SoMe – 49556

Du lærer at bruge sociale medier til markedsføring og branding af virksomheden. Du bliver bevidst om vigtigheden i at formulere tekst, anvende billeder, konkurrencer, storytelling og andre midler på de sociale medier i kommunikationen med virksomhedens kunder, leverandører og andre interessenter.

Du bliver i stand til at anvende sociale medier til målrettet at fastholde og tiltrække kunder og udbygge kundeloyalitet i virksomheden. Du kan herefter medvirke til at udvikle virksomhedens e-koncept og kan bruge sociale medier, der understøtter virksomhedens e-strategi. På dette modul lærer du de lovmæssige krav ved brug af sociale medier at kende, herunder GDPR.

## Sociale medier som kommunikationskanal i detail

### 1 dags varighed – Modul: SoMe – 47341

Her får du kendskab til forskellige sociale medier, og du lærer, hvordan detailhandelsvirksomheder kan bruge dem som kommunikationskanal til kunderne.

Du lærer også, hvordan detailhandelsvirksomheder kan anvende sociale medier som kommunikationskanal til medarbejderne.



## Markedsanalyse i detail- og handelserhvervet

### 3 dages varighed – Modul: Drift – 40001

Her lærer du at planlægge og gennemføre mindre markedsanalyser inden for detail og handel.

Du får kendskab til love og regler i forbindelse med markedsanalyse og markedsføring, og du lærer at bruge søgemaskiner til at indhente og vurdere informationerne. På den baggrund bliver du bedre til at lave handlingsplaner, der tilgodeser nuværende eller fremtidige målgrupper og mål.



## Trends og livsstil hos forbrugeren i detailhandlen

### 1 dags varighed – Modul: Drift – 45925

På dette modul lærer du at vejlede kunden i valg af varer under hensyntagen til de nye tendenser, som forbrugsmønstret afspejler.

Du får viden om den stigende individualisering og de mere sammensatte ønsker hos forbrugere. Du lærer, hvor du skal søge informationer om aktuelle trends og livsstil, forbrugernes forventninger til bekvemmelighed, deres valg af farver og effekter mv. Du får desuden viden om brancheglidning og globalisering, og om hvordan disse forhold påvirker forbrugsmønstre og dermed en hensigtsmæssig produktsammensætning og kundevejledning.



## Dialogbaseret markedsføring

**3 dages varighed – Modul: SoMe – 49321**

På dette modul får du viden om gyldig og pålidelig dataindsamling i forhold til målgrupper. Du lærer at indsamle og bearbejde data med henblik på at udarbejde en 1 til 1 (one2one) markedsføringsaktivitet.

Du bliver i stand til at udarbejde forslag til markedsføring af en udvalgt aktivitet, der henvender sig til et bestemt segment - målrettet segmentets behov og relationer. Du kan herefter gennemføre markedsføringsaktiviteten under hensyntagen til love og regler inden for området Direct Marketing.

Sidst men ikke mindst kan du undersøge effekten af både online og offline markedsføringskampagner og justere den pågældende markedsføringsaktivitet.



## Udvikling af e-koncepter og produktdifferentiering

**2 dages varighed – Modul: Drift – 45952**

Med udgangspunkt i kundeanalyse og e-strategi lærer du at udvikle virksomhedens online koncept(er). Gennem webprofilering arbejder du med at definere de rigtige målgrupper til dine produkter, og du lærer, hvordan det skaber salg.

Du får kendskab til konceptudvikling i forhold til tema-websites, så du kan medvirke i udviklingen af firmaets e-koncept(er). Du arbejder med storytelling og lærer dermed at formulere og præsentere budskaber, der underbygger produktens egenskaber.

Du bliver bevidst om muligheden for at opnå en "word of mouth"-marketingeffekt via dialogintegration, og du får forståelse for kundeloyalitetsprogrammer, der kan tilbydes online og fremme salg.

## Online kundeservice og -rådgivning

**2 dages varighed – Modul: Drift – 47189**

Her får du vigtige færdigheder i at anvende onlineservices og -tjenester til kommunikation med kunder, leverandører og samarbejdspartnere.

I forbindelse med onlinevejledning og -rådgivning af kunder om virksomhedens produkter og serviceydelser lærer du at sikre, at lovmæssige krav overholdes i forhold til elektronisk markedsføring og handel.

Det er afgørende, at du kan yde en god service og hjælpe dine kunder både telefonisk og via elektroniske medier – fx websites, blogs, e-nyhedsbreve og mails. Men du bliver også i stand til at vurdere, hvornår en personlig face-to-face rådgivning med fordel kan benyttes.



## E-teknologi og online opdatering

### 2 dages varighed – Modul: Drift – 45956

Du får kendskab til de grundlæggende principper i CMS (Content Management System), så du kan bruge programmet i forbindelse med organisering og fletning af virksomhedens sites og systemer.

Du lærer desuden at vedligeholde administrationssystemet for optimering af firmaets e-business løsning. Det betyder, at du kan opdatere vareinformationer i firmaets administrationssystem, som ligger til grund for din onlinevarepræsentation og salgsplanlægning. Du kan også opdatere firmaets profil og forretningskoncept via CMS eller manuel redigering af html-sider.

Du bliver i stand til at anvende web-statistikker og præsentere opfølgingsrapporter og salgsstatistikker ved at behandle de data, som opsamles elektronisk efter en markedsføringsindsats.



## E-markedsføring og reklameindsats

### 2 dages varighed – Modul: markedsføring – 45953

Med udgangspunkt i firmaets e-strategi lærer du at styrke virksomhedens markedsføringsindsats med reklameplacering på online-medier.

Du bliver i stand til at målrette markedsføringen via websites, der indeholder søgeord, link fra referencer og interesseforums i forhold til specifikke tilbud eller nyheder. Du lærer også at styrke virksomhedens markedsføringsindsats i forhold til at udarbejde materiale til kampagner, som skal indrykkes i de trykte reklamemedier. Efter dette modul kan du generere og behandle online besøgsdata og udarbejde forslag til justering af virksomhedens markedsføringsplaner.



## Multikanalmarkedsføring – forretningsmodeller

### 3 dages varighed – Modul: Markedsføring – 48318

Omnichannel er når alle virksomhedens fysiske og digitale kommunikationskanaler arbejder sammen om at kommunikere til kunden og indsamle data. Det skal vi arbejde med her. Med udgangspunkt i firmaets omnichannel-indsats, bliver du i stand til at styrke placeringen på både online- og offline-markedet. Du lærer at målrette indsatsen gennem digitale forretningsmodeller, der kan ruste virksomheden til fremtidens forbrugere.

Du bliver bevidst om, hvordan du styrker virksomhedens indsats ved at videreudvikle de digitale forretningsmodeller med det formål at fremme virksomhedens omnichannel-indsats. Herefter kan du behandle og anvende omnichannel-relevant data til at udvikle din markedsføring, så den rammer virksomhedens målgruppe.



## Multikanalmarkedsføring – anvendelse

**3 dages varighed – Modul: Markedsføring – 48319**

Du er en vigtig brik, når det handler om at optimere virksomhedens omnichannel-markedsføring. I dette modul lærer du at bruge data målrettet med det formål at vurdere og justere den marketingindsats, som fungerer på tværs af kanaler.

På baggrund af data lærer du at identificere nye muligheder for udvikling og derefter komme med forbedringsforslag eller udvikle nye løsninger inden for virksomhedens omnichannel-indsats.



## Kundeanalyse og e-strategi

**2 dages varighed – Modul: Drift – 45951**

Du lærer at udføre en mindre analyse af virksomhedens kunder, så du kan afdække potentialer for salg af virksomhedens ydelser og produkter online.

Via kundeanalysen bliver du i stand til at lave en behovsoversigt og finde frem til nøgleområder for virksomhedens strategi på onlinemarkedet (e-strategi). Herunder indsatsen der handler om online markedsføring og salg.



[Læs mere og tilmeld dig her](#)