

B2C

B2B

Multikanalstrategidagen 2018 –

Digitala och Analoga marknadsstrategier i symbios

Integrera och optimera försäljning och varumärkesutveckling i dina digitala och analoga marknadskanaler.



Ta del av de senaste nyheterna, marknadstrenderna och en inblick i framtiden

Träffa marknadens ledande experter och lyssna till de intressantaste kundcasen



MODERATOR – MATTIAS FAHLÉN

Konferens 22 november 2018, Hotel Birger Jarl, 8.30-17.00

UR INNEHÅLLET

- Smart digital marknadsföring! Så maximerar du samspelet mellan kanalerna.
- Inbound marketing – så ökar du försäljningen hos dina kunder
- Det verkliga värdet av Influencer Marketing. Så kan det bli slagkraftigt.
- Så här kan blockchain teknologin utveckla den digitala marknadsföringen
- Därför ska du satsa på video i din marknadsföring!
- Eyetracking mäter vad dina kunder ser. Möjligheterna är enorma.
- Dark Social - så marknadsför man sig i dolda kanaler som Snapchat, Instagram Stories och Messenger
- Hur kan man mäta och analysera effekterna av digital och analog marknadsnärvaro.
- Content Marketing – Så tar du fram en strategi.
- Så kan du, med en kundcentrerad organisation en kundupplevelse i världsklass!
- Breakout sessions med fokus på B2C och B2B.

inspectum

För att registrera dig ring: 08-228770 e-post: lars.frick@inspectum.se

Web: www.inspectum.se

AI, Blockchain, Chattbotar och Dark Social. Begreppen är Många men hur skall man förhålla sig till dessa?

Än idag sitter många på marknadsavdelningen och tror saker och lever på gamla meriter, tyvärr duger inte gamla meriter i en snabbt föränderlig digital värld. Sedan sitter många och tittar på analyticsdata och jämför det man gjorde i år jämfört med förra året, trots att man inte har provat nya saker och itererat. Om man har detta förhållningssätt kommer inget att förändras. Vi kommer att få tillgång till mer data, högre krav på avkastning, ökad programmatisk annonsering, mer komplexa kundresor och en ökad efterfrågan av realtidsteknik som förutspår kunders beteende online och mer. När en allt större andel av våra transaktioner flyttas till digitala kanaler kommer investeringarna i användarvänlighet och mätning att bli betydande. Samtidigt kommer gränserna mellan webb och mobilen samt kommunikation och e-handel att suddas ut. Även om du inte säljer fysiska produkter och transaktionerna främst sker offline kommer du tänka som en e-handlare som vill öka konverteringsgraden. Om man inte tänker relevans, konvertering och mätning på en vanlig informationssajt är det risk att man halkar efter.



Dagligen kan man läsa om nya trender och marknadstekniker som man måste hålla reda på. Om man inte gör det så skräms man av att komma hopplöst efter. Hur skall man då som marknadsförare, som online-ansvarig, kommunikatör eller försäljare förhålla sig till detta och hur hänger saker och ting ihop. Big Data eller Smart data? Blockchain? Dark Social, AI? VR? Influencer marketing? Content marketing? Instagram, Snapchat, Facebook, LinkedIn, YouTube, Periscope, vilka plattformar passar mig bäst? Är det antingen eller? En kombination? Oavsett så är det viktigaste att förstå vad som driver försäljning. Det mesta handlar om expectations management; att bygga upp rätt sorts förväntningar och motsvara dem. Och detta gäller både B2C och B2B. Frågorna är många och behovet av mer kunskap om hur andra lyckas är stort. Detta sammantaget är anledningen till att vi vill se dig på Multikanalstrategidagen 2018 – digitala och analoga marknadsstrategier i symbios.



Kontakta mig gärna om du har några frågor eller funderingar kring detta arrangemang.
Lars Frick, Innehållsansvarig Inspectum
lars.frick@inspectum.se
0708-539200

VARFÖR MULTIKANALSTRATEGI KONFERENS

Smarta mobiler och plattor, alltid uppkopplad oavsett var du befinner dig - det är verklighet för de flesta idag. Det här gör att konsumenterna är aktiva i flera olika typer av kanaler och förväntar sig en sammanhållen och integrerad upplevelse över nätet, mobilen och i den fysiska butiken. Det här gör att behovet av en tydlig och sammanhållen multikanalstrategi ökar för en mer konsekvent och förbättrad kundupplevelse. Oberoende av kanal behöver företagen samverka internt för att utveckla effektiva mötesplatser.

VILKA BÖR DELTAGA

- VD/CEO
- Marknadschefer
- PR & Kommunikations ansvariga
- Online ansvariga
- Försäljningschefer
- Affärsutvecklare
- IT-strateger
- Kundansvariga

Preliminär Agenda

Moderator Mattias Fahlén öppnar konferensen och hälsar välkommen!

Mattias Fahlén, Salesforce. Mattias arbetar strategiskt med kundmötet. Med flera år av affärsutvecklingsarbete i gränslandet - Digital Selfservice och Optimal Customer Service stod han bland annat bakom uppmaningen "bemanna butikerna" Mattias har erfarenhet från ett 30-tal projekt på området OmniChannel Transformation.

Bered dig på plattformarnas världsherravälde

En handfull företag från Silicon Valley och Seattle närmar sig en värdering på en trillion dollar. De har blivit stora som mindre länder genom att dominera sin digitala nisch.

Hur påverkas världen och näringslivet av att en handfull stora företag styr den grundläggande infrastrukturen som informationssamhället byggs på? Vilka framtidsområden riktar plattformsföretagen in sig på? Vilka andra företag, institutioner och motkrafter hotar deras hegemoni? Vilken roll kan svenska företag ta i en värld av trillion-dollar-företag?

Urban Lindstedt är journalist, författare och journalist som har bevakat digitaliseringen i två decennier.

Trendspaning

Därför satsade WeSafe på Inbound Marketing

Studier visar att över 90 % av alla B2B-köp startar på nätet, på Google eller i sociala nätverk. Köpare på alla nivåer gör allt mer av sin informationsinsamling på egen hand. Trenden betyder att säljande företag behöver gå från mer traditionell push-marknadsföring, även kallad outbound marketing, mot en mer mätbar och effektiv Inbound Marketing. Det handlar om att attrahera besökare med relevant och intressant innehåll, konvertera besökare till leads, leads till kunder och i slutändan få lojala kunder som företagets bästa referens. WeSafe är ett kundfokuserat IT-företag som säljer Microsofts molntjänster. Med målet att få in både fler och större kunder har WeSafe på ett år gjort resan från traditionellt marknadsförings- och säljtänk till att arbeta fullt ut med Inbound Marketing. Resultatet är såhär långt är en fördubbling av försäljningen med samma investering som tidigare. I denna seminariepunkt får vi veta mer om WeSafes resa och ta del av viktiga erfarenheter som gjorts.

Per Liljenberg, sälj- och marknadsansvarig, WeSafe IT, **Malin Sjöman**, konsult på Hägvall & Sjöman

Kundcase
Inbound Marketing

Inspectum reserverar sig för eventuella ändringar i Agendan

6 SKÄL TILL VARFÖR DU INTE KAN MISSA MULTIKANALSTRATEGIDAGEN 2018

- Ta del av andras erfarenheter och lösningar
- Få inblick i framtiden och input till företagets strategiarbete
- Få tips om hur andra företag framgångsrikt har utvecklat och implementerat multikanalstrategier
- Ta del av praktiska råd och beprövade angreppssätt för effektivare kampanjarbete
- Träffa marknadens mest efterfrågade experter och leverantörer
- Knyta viktiga affärskontakter och träffa branschkollegor

Preliminär Agenda

Smart digital marknadsföring! Så maximerar du samspelet mellan kanalerna.

Att ha full kontroll på sina digitala kanaler är idag ett måste. Kunderna finns på nätet och vi behöver nå dem i alla delar av köpresan, när de söker, när de läser, när de tittar på film och när de engagerar sig i sociala medier. För att lyckas med detta behövs både tid och kunskap, något som ofta är en bristvara idag på svenska företag. Detta seminarie är till för dig som vill lära dig mer om de olika kanalerna och hur de samspekar. Vilka fallgropar finns det och vilka sätt är bättre än andra. Allt från att utvärdera dagsläget till att ha en klar och tydlig digital strategi. Bland annat kommer följande punkter att beröras.

Oskar Alm arbetar som seminarie och utbildningsansvarig på Mediamind AB. Med över 13 års erfarenhet är Oskar en uppskattad och erfaren utbildare inom SEO och digital marknadsföring. Han har genomfört över 200 seminarier runt om i landet där han har gett företagare bättre kunskap om hur de kan arbeta både smartare och lönsammare med sin digitala marknadsföring.

Strategi

Så tar du fram en Content Marketing Strategi.

Content marketing ses ofta som nyckeln till Inbound marketing, och beskrivs ofta som en metodik för att bygga och bibehålla relationer till en målgrupp, med hjälp av värdeskapande innehåll via ex bloggar, whitepaper, nyhetsbrev och poster i sociala medier som publiceras i egna kanaler i ett ständigt pågående arbete med syfte att uppnå affärs- eller verksamhetsnytta. I denna seminariepunkt tar vi mer er på köparens beslutsresa och ser över vilka delar som är viktiga för att bygga upp en hållbar Content Marketing Strategi.

Strategi

Så här kan blockchain teknologin utveckla den digitala marknadsföringen

Många människor tror att blockchain bara handlar om cryptovalutor, men det finns många fler användningsområden för tekniken än bara ett digitalt betalningsalternativ. Vad kan då blockchain innebära för marknadsföring? Blockchain har kapaciteten att revolutionera digital marknadsföring – en marknad som idag är värd över 175 miljarder dollar. Men frågan är var pengarna går? Där det idag är omöjligt att veta antalet faktiska visningar, vem som sett vad och vem som konverterat kan blockchain-teknologin erbjuda full transparens. I denna seminariepunkt får vi veta mer om blockchain och vilka fantastiska möjligheter som finns i den framtida digitala marknadsföring.

Blockchain

Inspectum reserverar sig för eventuella ändringar i Agendan

6 SKÄL TILL VARFÖR DU INTE KAN MISSA MULTIKANALSTRATEGIDAGEN 2018

- Ta del av andras erfarenheter och lösningar
- Få inblick i framtiden och input till företagets strategiarbete
- Få tips om hur andra företag framgångsrikt har utvecklat och implementerat multikanalstrategier
- Ta del av praktiska råd och beprövade angreppssätt för effektivare kampanjarbete
- Träffa marknadens mest efterfrågade experter och leverantörer
- Knyt viktiga affärskontakter och träffa branschkollegor

Preliminär Agenda

Det verkliga värdet av Influencer Marketing. Så kan det bli slagkraftigt

Influencermarknadsföring uppskattas ha växt med 30 procent förra året till runt 650 miljoner kronor i Sverige. Influencers har blivit en naturlig del i marknadsföringsmixen och har etablerats som en kanal. Viktigt att förstå är att influencers inte handlar om popularitet utan påverkan. Influencers kan vara riktigt prisvärt om man går ner något segment, men det gäller att ta reda på vad influencern genererat under tidigare kampanjer – allt från kommentarer, likes till konverteringar. Men vad är det verkliga värdet av marknadsföringen och hur går du bäst tillväga?. I denna seminariepunkt får du tips om hur du bäst jobbar med bloggare, YouTubers och andra influencers för att maxa din digitala marknadsmix.

Influencers
Marketing

Artificiell intelligens revolutionerar marknadsföringen – så här kan den utveckla marknadsavdelningen.

Den artificiella intelligensens intåg i marknadsföringen går snabbare än man tror. Artificiell intelligens har både beskrivits som ”den nya elektriciteten” och jämförts med den industriella revolutionen och internets genombrott. Marknadsavdelningen kan spara extremt mycket tid och faktiskt göra bättre val och ett bättre arbete. Processer som tidigare bara kunde utföras manuellt och primärt optimerades med magkänsla eller gissningar blir nu automatiserade och datadrivna, med självlärande algoritmer som ger affärsinsikter vi tidigare inte kunde hitta. I denna seminariepunkt ser vi över hur AI kan förändra och förstärka marknadsavdelningens funktion. Hur påverkar det marknadschefens roll?

AI och
marknadsföring

Eyetracking mäter vad dina kunder ser. Möjligheterna är enorma.

Med hjälp av en liten kamera som tar 50 – 1200 bilder per sekund och avancerade algoritmer vet vi plötsligt vad människor tittar på. Det handlar om eye tracking-teknik. Eye tracking gör det möjligt att följa läsarbeteenden på en helt ny detaljnivå. Vilka annonser dras ögonen mot? Vilka annonser undviker användaren aktivt? Vad var det sista läsaren tittade på innan fönstret stängdes ner? Tidigare fick vi gissa, idag kan vi få svaret. Plötsligt är det möjligt att ta betalt för när personen verkligen tittar på annonsen och inte bara när han eller hon skulle kunna se den. Ögonen skulle också kunna visa vilka typer av intryck vi fått av en annons. Möjligheterna är många och i denna seminariepunkt får vi en inblick i hur denna spännande teknik kan användas inom marknadsföring och försäljning

Emelie Löfdahl, Director of Product Management and Business Development at Tobii AB

Eyetracking

Inspectum reserverar sig för eventuella ändringar i Agendan

6 SKÄL TILL VARFÖR DU INTE KAN MISSA MULTIKANALSTRATEGIDAGEN 2018

- Ta del av andras erfarenheter och lösningar
- Få inblick i framtiden och input till företagets strategiarbete
- Få tips om hur andra företag framgångsrikt har utvecklat och implementerat multikanalstrategier
- Ta del av praktiska råd och beprövade angreppssätt för effektivare kampanjarbete
- Träffa marknadens mest efterfrågade experter och leverantörer
- Knyt viktiga affärskontakter och träffa branschkollegor

Preliminär Agenda

Så mäter och följer vi effekterna av vår närvaro i de digitala och analoga kanalerna.

När man planerar kampanjer måste man ju, förutom räckvidd och trafik, mäta vilka man når (och inte når) och inte bara hoppas på det bästa. De kanaler som inte låter sig mätas kommer att missgynnas i framtiden oavsett medieslag. I denna seminariepunkt får vi lyssna till hur man kan arbeta mer systematiskt i arbetsprocessen med kampanjhantering, uppföljning och analys. Hur vi kan mäta, sätta mål och förbättra effektiviteten i mediabruset samt öka kunskapen inom företaget om hur ens kunder ser ut och agerar. Vi kommer även få ta del av exempel på hur mätning och analys lett till ökad kunskap och därmed högre konvertering och ökad försäljning.

Effektmätning

Dark Social - så marknadsför man sig i dolda kanaler som Snapchat, Instagram Stories och Messenger

Beräkningar visar att cirka 80 procent av all webbtrafik som kommer från delningar på sociala medier härrör från länkdelningar mellan individer i "privata" sociala media-kanaler. Det kan till exempel handla om Snapchat, Instagram Stories, Facebook Messenger och WhatsApp. Denna trafik är svår att spåra och fenomenet kallas för "Dark Social". I denna seminariepunkt får du lära dig mer om Dark Social och vilka möjligheter som finns och hur du anpassar din marknadsstrategi till att maximalt utnyttja möjligheterna.

Snapchat, Instagram
Messenger

Inspectum reserverar sig för eventuella ändringar i Agendan

6 SKÄL TILL VARFÖR DU INTE KAN MISSA MULTIKANALSTRATEGIDAGEN 2018

- Ta del av andras erfarenheter och lösningar
- Få inblick i framtiden och input till företagets strategiarbete
- Få tips om hur andra företag framgångsrikt har utvecklat och implementerat multikanalstrategier
- Ta del av praktiska råd och beprövade angreppssätt för effektivare kampanjarbete
- Träffa marknadens mest efterfrågade experter och leverantörer
- Knyt viktiga affärskontakter och träffa branschkollegor

Preliminär Agenda - Breakout session

Customer Experience
Management

Så kan du, med en kundcentrerad organisation utveckla och optimera närvaron i de sociala och digitala kanalerna och skapa förutsättningar för en kundupplevelse i världsklass!

Det är lätt att gå vilse när man jobbar med kundresan. Både under kartläggningen av kundresan och när det är dags att genomföra kundcentrerade förändringar i organisationen. Hur bryter man sig loss från organisatoriska silos? Med ett förändrat köpbeteende och tuffare konkurrens krävs det idag stora organisationsförändringar, för att möta kundens behov. Skrämmande tycker många, utmanande tycker andra.

I detta anförande ser vi över hur vi kan använda sociala och digitala kanaler för att skapa kundinsikt och kundengagemang som nyttjas för att stärka upp företagets produkt- och tjänsteutveckling. Frågor som bland annat besvaras är

- Hur bör organisationen formas kring den digitala kommunikationen och sociala närvaron?
- Vilka är de interna rollerna som behövs och hur ser resursallokeringen ut?
- Hur skapar man en arbetsprocess som stöder det löpande arbetet i de olika kanalerna?

Video
marknadsföring

Därför ska du satsa på video i din marknadsföring!

Det har väl knappast undgått någon att video är stort på hemsidor och i sociala medier och spås av många att bli det ledande marknadsföringsmediet. Det spelar egentligen ingen roll om det rör sig om en kampanj, instruktionsfilm eller ett webinar. Dina kunder och återförsäljare föredrar att konsumera och dela ditt innehåll med hjälp av videos. Med en video kan du engagera och fånga publikens intresse på ett helt nytt vis. Men vad vinner du och ditt företag egentligen på att använda video? I denna seminariepunkt ser vi över vilka fördelar det finns med att använda video i marknadsföringen och hur man skall tänka för att ta fram en kostnadseffektiv kampanj.

Inspectum reserverar sig för eventuella ändringar i Agendan

6 SKÄL TILL VARFÖR DU INTE KAN MISSA MULTIKANALSTRATEGIDAGEN 2018

- Ta del av andras erfarenheter och lösningar
- Få inblick i framtiden och input till företagets strategiarbete
- Få tips om hur andra företag framgångsrikt har utvecklat och implementerat multikanalstrategier
- Ta del av praktiska råd och beprövade angreppssätt för effektivare kampanjarbete
- Träffa marknadens mest efterfrågade experter och leverantörer
- Knytta viktiga affärskontakter och träffa branschkollegor

Preliminär Agenda – Breakout session

E-handeln B2B växer, men den skulle kunna vara mycket större. Så här övervinner du utmaningarna!

Det finns flera anledningar till att B2B e-handeln inte tagit samma fart som B2C och en av de största utmaningarna är att bemöta den allmänna konservatism som präglar många B2B företag. Att allt fler B2B-företag utvecklar egen e-handel är ett bevis på att det går att övervinna hindren. Räkna med att e-handeln B2B kommer att växa lika snabbt som konsumenthandeln på nätet. Den som är beredd att bryta ny mark och bli först med kundcentrerad e-handel i sin bransch kan muta in en hel bransch.

I denna seminariepunkt får du konkreta tips på hur du kan gå till väga för att bli en vinnare inom B2B e-handel.

E-handel

Content och marketing automation som verktyg för att generera kvalitativa leads och driva försäljning för B2B.

Genom att utgå från kundens köpprocess istället för den interna säljprocessen kan man ta fram en mer effektiv contenstrategi. I denna seminariepunkt tar vi även upp hur du kan

- skapa relevant content till LinkedIn för att utnyttja dess fulla potential som säljkanal
- säkra att du inte bara har populärt content utan att dina läsare konverteras till kunder?
- Öka samarbetet mellan sälj och marknad för att maximera nyttan av content marketing och marketing automation

E-handel

Inspectum reserverar sig för eventuella ändringar i Agendan

6 SKÄL TILL VARFÖR DU INTE KAN MISSA MULTIKANALSTRATEGIDAGEN 2018

- Ta del av andras erfarenheter och lösningar
- Få inblick i framtiden och input till företagets strategiarbete
- Få tips om hur andra företag framgångsrikt har utvecklat och implementerat multikanalstrategier
- Ta del av praktiska råd och beprövade angreppssätt för effektivare kampanjarbete
- Träffa marknadens mest efterfrågade experter och leverantörer
- Knytta viktiga affärskontakter och träffa branschkollegor

Multikanalstrategidagen 2018 – Digitala och Analoga marknadsstrategier i symbios

22 november 2018 Klockan 8.30-17.00, Hotel Birger Jarl Konferens, Stockholm
Birger Jarlsgatan 61 A, Stockholm

Anmälan på: <https://multikanalstrategidagen-2018.confetti.events/>
eller skicka in nedanstående anmälningsformulär.

Anmälningsblankett: Multikanalstrategidagen 2018

För anmälan till konferensen:

Inspectum AB
Konferens 22 november 2018
Sockenvägen 542
12134 Enskededalen
Ring: 0708-539200

E-mail:
info@inspectum.se

Jag vill anmäla mig till Multikanalstrategidagen 2018:

Ja! Jag representerar ett användarföretag/- organisation och betalar 3295:- exkl. moms

Namn: _____
Titel: _____
Avdelning/Enhet: _____
Adress: _____
Postnummer: _____
Postort: _____
Telefon: _____
e-Post: _____

Eventuella allergier eller andra önskemål: _____

Konferensavgiften är exkl. moms och inkluderar lunch, kaffe och digital dokumentation. Inspectum reserverar sig för eventuella ändringar i programmet. Inspectum är ett oberoende konsult, undersöknings och utbildningsföretag.

Inspectum har varit verksamma sen 2004 och genomför uppdrag för offentlig samt privat sektor.

Avbokning och överlåtelse:

Din bokning är bindande. Om du får förhinder och inte kan delta på en konferens kan du när som helst överlåta din plats till en kollega. I det fall Inspectum ställer in en konferensdag krediteras du det inbetalda beloppet.

För frågor kring avbokning och överlåtelse: 0708-539200

inspectum

För att registrera dig ring: 0708-539200 e-post: lars.frick@inspectum.se

Web: <http://www.inspectum.se>