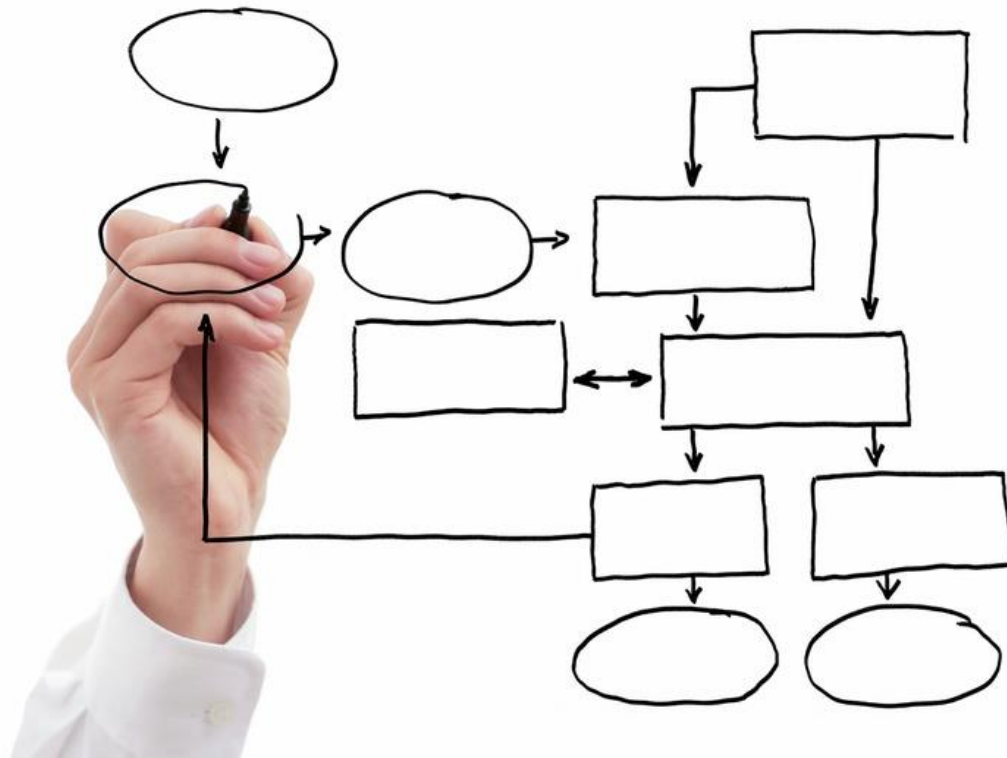


UGE 47: Digitale Strategier



#stormvind



En slide om Dorte

Iværksætter lige som dig ...

#stormvind



Mønsterbryder



Digital indvandrer
[årgang 70]

#stormvind

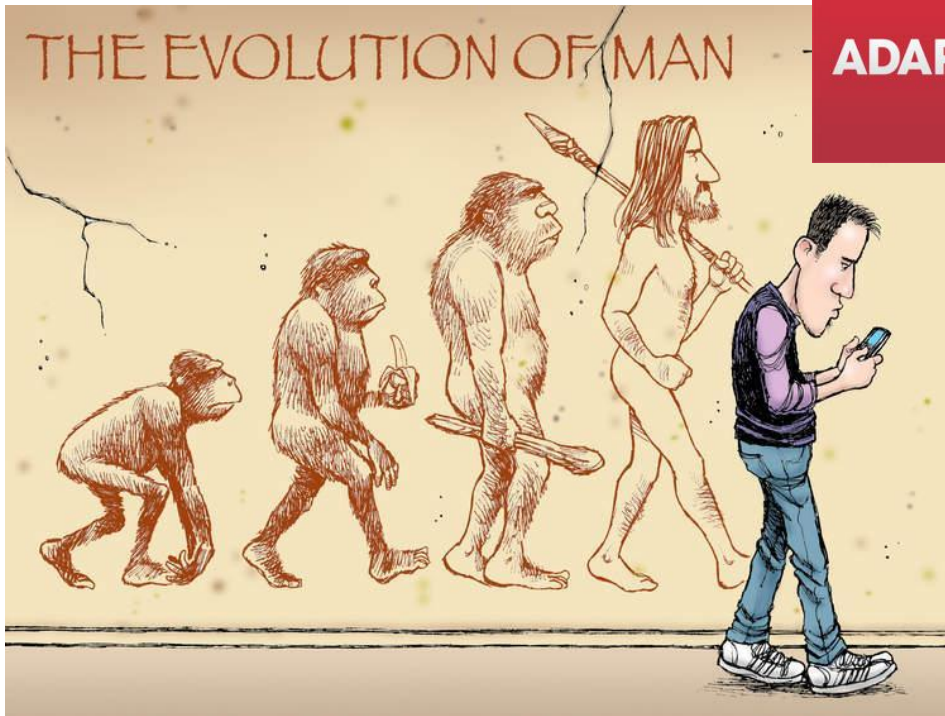


Indblik i nogle digitale strategier, metoder og værktøjer

Fra www.STORMVIND.dk

”Stormvind’s mål er: At skabe digitale strategier, der bidrager positivt til salget hos mine kunderne!”

Digital Darwinism

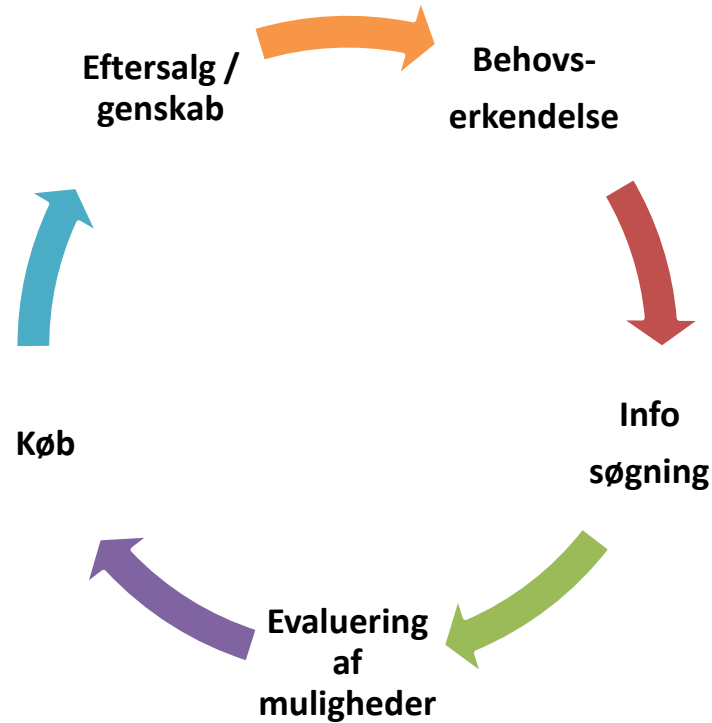


ADAPT OR DIE.



Kundernes købsproces har ændret sig fra...

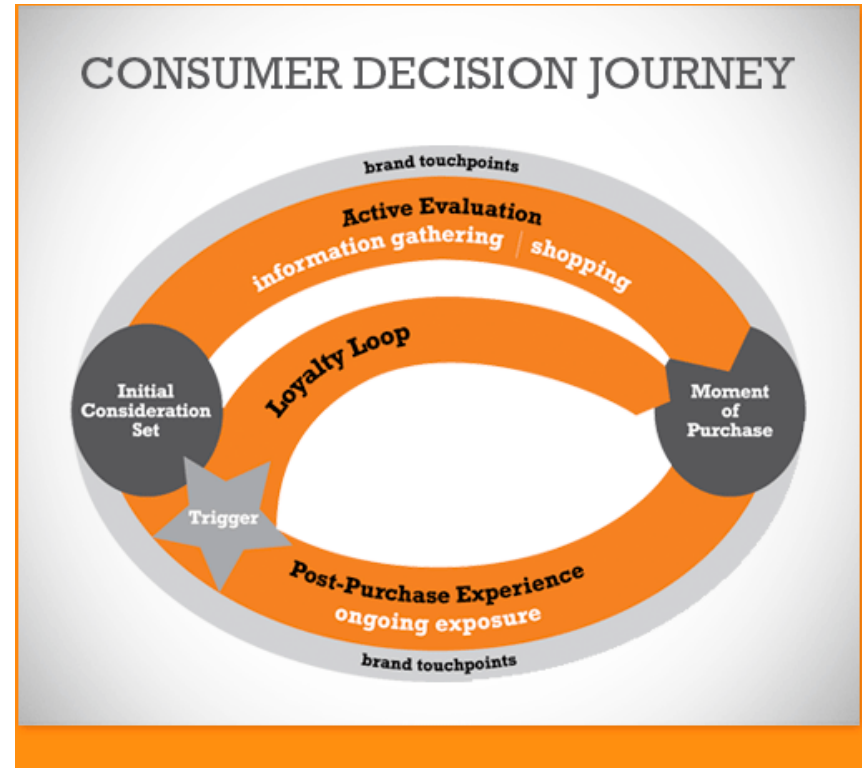
Købsproces
i 2003



2013

[**Connected consumerism**]

forbrugere der er
tilsluttet/online/forbundne





Credit: marketingisus

Generation C

(ikke at forveksle med generation Y-Why)

- Stiller krav
- Skaber & deler
- Always on
- **Generation Connected**

#stormvind



du bør derfor tilføje digitalitet til...



- Din markedsføringsstrategi
- Din netværksstrategi
- Dine produkter (måske)
- Din salgsstrategi & proces
- Din kundeservice
- Dine referencer / ambassadører

En digital strategi kommer bl.a. omkring

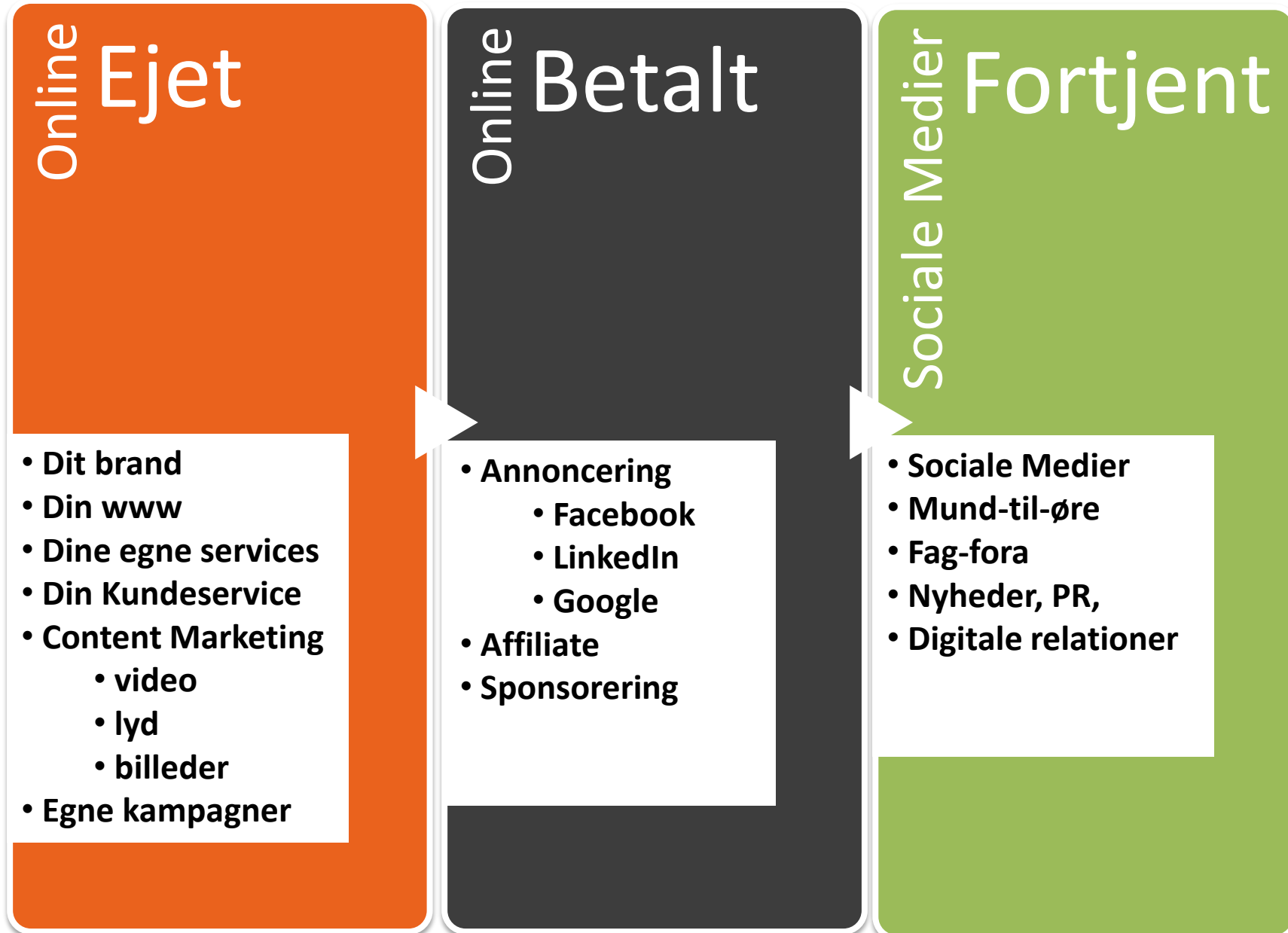
- **Hvorfor** du gør indsatsen
- **Hvem** du ønsker "at ramme" og komme i dialog med
- **Hvor** målgrupperne befinder sig
- **Hvad** de vil finde værdifuldt (OVP)
- **Hvordan** det skal serveres
- **Hvordan** du vil måle at det virker

PLUS



- KPI'er
- Ressourcer
- Politikker
- Ansvarsfordeling
- Brand management
- Krisehåndtering/beredskab

3 typer



Indhold

70 % planlagt

20 % temaer

10 % ad hoc



Årshjul

Kampagner

Events

Temaer

Nyhedsbreve

Indholdsstrategi / kalender -> KORT OG LANGSIGTET

En samlet kalender – styres i Google Drev, så flere kan opdatere.

Tænkes at den indeholder:

- Fast digitale rutiner – ugens konkurrence, ugens spørgsmål, weekend-lege-tip – andet...
- Sæsonbetingede aktiviteter
 - Vinter
 - Forår
 - Sommer
 - Ferie
 - Skolestart
 - Efterår
 - Jul
- Kampagner
- Events
- Temaer
 - Den nyfødte
 - Tumling
 - Børnehavebarnet
 - Skolebarnet
 - Tween
 - Producenter – mere om eks. Tumble & Dry
 - Materialer – vidste du dette om uld...
 - "Klub Far" - arbejdstitel

Der skal til info noget på en Facebook side 3-5 gange pr. uge for at den forbliver Top of Mind og det skal være noget der skaber en aktivitet – klik, like, kommentar, deling.

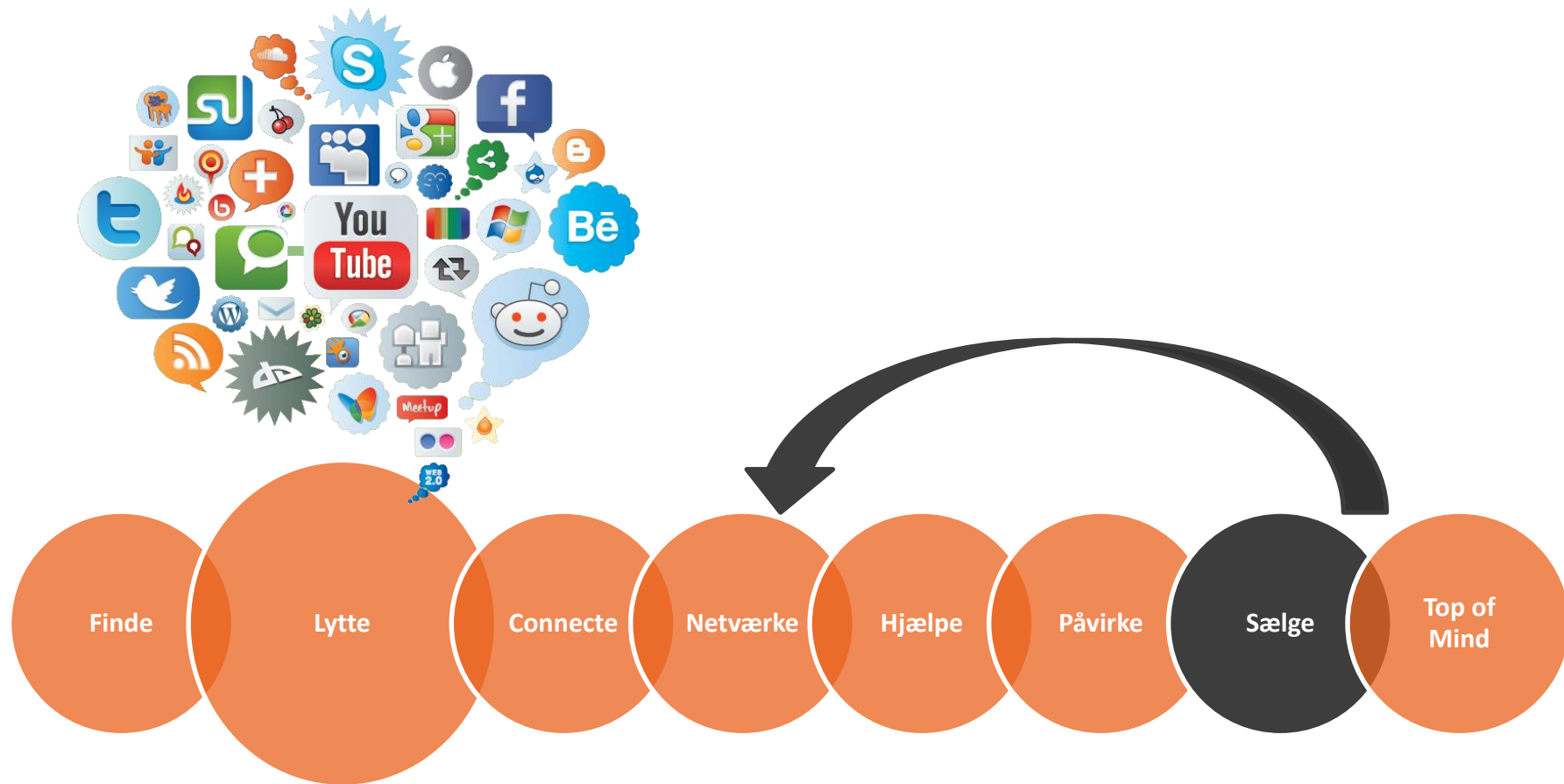
Social Selling

En positiv forandring til salget
– salg uden kold kanvas og ondt i maven

#stormvind



- at bruge de teknologiske muligheder til at..



#stormvind



- mere er muligt end nogensinde før

- Virkeligt forstå målgruppen behov
 - Finde reelle muligheder fra motiverede købere
 - Leverer relevante og overbevisende budskaber
 - Og skabe dybere connections med kunder
-
- Kunder ønsker værdi ikke bare markedsføring
– det kan du nu nemmere vise og give dem

Spørg dig selv

- Hvad interesserer min målgruppe sig for?
- Hvad bliver de inspireret af?
- Hvem stoler de på?
- Hvor samles de?
 - Hvad er de sammen om?

70 %

SiriusDesicions

Husk – det mest unikke du
har at sælge – er dig selv!

Kort øvelse

- Vend dig mod sidemanden...
- **Fortæl**

Jeg hjælper _____
med at _____
så de kan _____

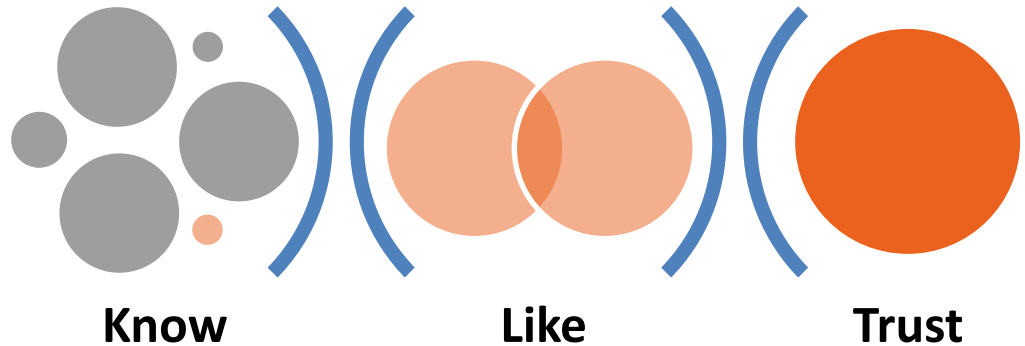
- **Spørg**
Hvor tænker du - at de søger deres inspiration online?

Dit personlige brand

Dine online profiler

Dine bidrag

Dit content



5 ting du kan sætte i gang med, allerede i denne uge

1. Optimer dine eksisterende profiler – se professionel ud (billede, bio, indhold)
2. Tjek hvad du skal hedde online på <http://namechk.com/>
3. Lav en kort spørgeundersøgelse...
Lær din målgruppe endnu bedre at kende
4. Skab din "digitale smagsprøve"
5. Få sat online "lytning op" eks HootSuite.com



Kig gerne ind forbi...

- "Sociale medier Tips og tricks v/Stormvind"

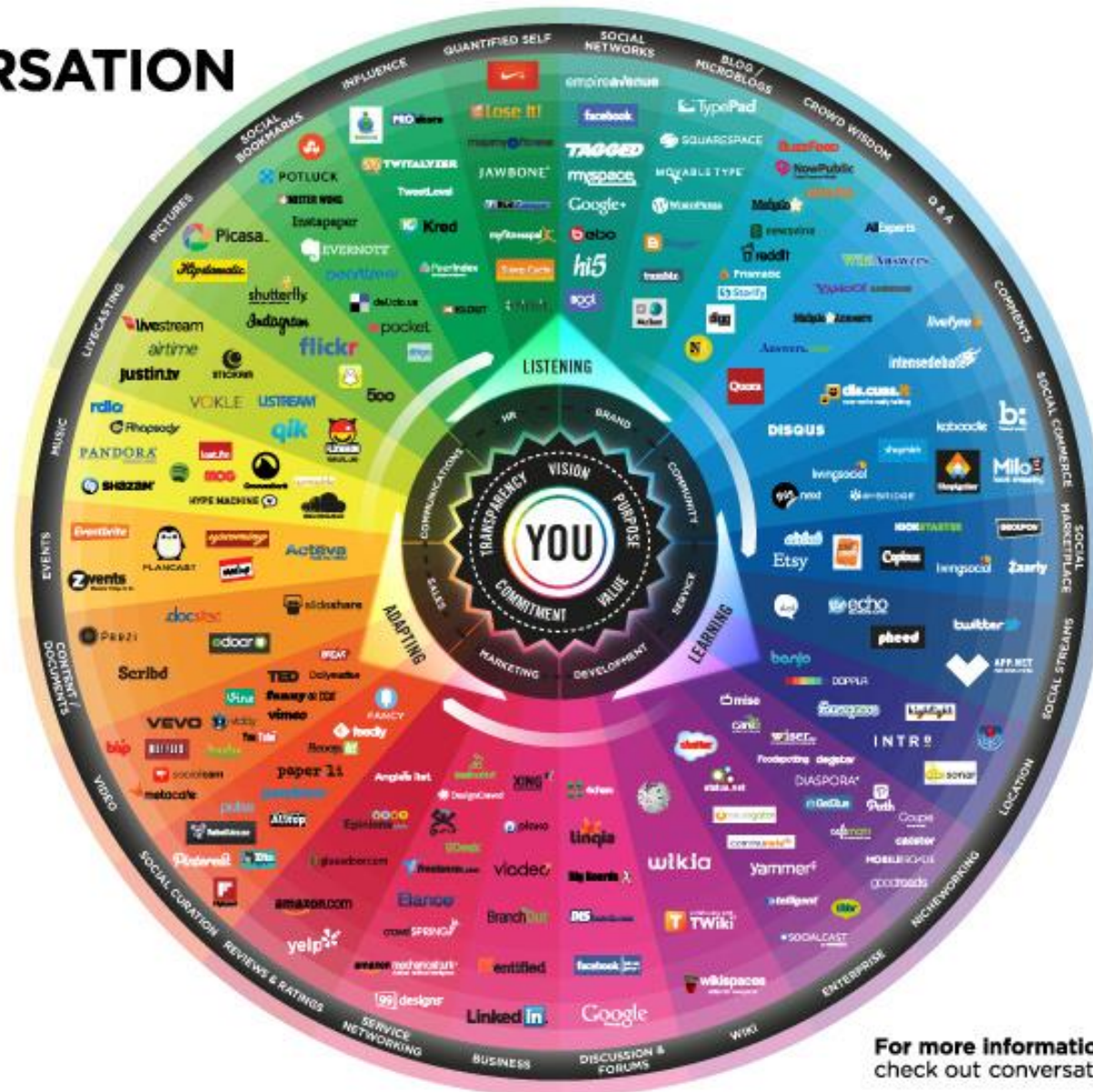
Der er SÅ mange gode smutveje til at bruge de forskellige sociale medier "bedre". Her i gruppen vil der blive delt tips & tricks og af og til annonceret gratis spørgetime & webinarer. Siden er til dig der gerne vil vide mere om Sociale Medier, uanset om du er STORMVIND kunde eller ej, så velkommen til :-)



**Men Dorte, hvor skal
jeg være?**

THE CONVERSATION PRISM

Brought to you by
Brian Solis & JESS3



For more information
check out conversationprism.com

Størst men hård konkurrence

Vigtigst i fht. SEO



Visuel og god til at lede trafik

Få kunderne til at bidrage

”Den digitale golfbane”

SEO, international, presse og meget mere

+ evt. niche-steder eks. indenfor foredrag, turisme osv. osv.

Lidt til værktøjskassen

- **HootSuite** – www.hootsuite.com
Administrations platform der er gratis at bruge for mange mindre virksomheder
- **MailChimp** – www.mailchimp.com
System til produktion og udsendelse af nyhedsbreve. Inkl. statistikker og mulighed for at koble til hjemmeside.
- **Bit.ly** www.bitly.com
En gratis service til at forkorte lange links og se statistik på, hvor ofte de er blevet klikket på.
- **Google Alert** www.google.com/alert
Google service til at overvåge nyt spændende indhold. Få evt. besked på dit firmanavn, produktnavne eller direktørens navn.

Ses vi?



På [about.me](#) kan du se links til alle mine profiler. På LinkedIn har jeg [en personlige businessprofil](#), en [STORMVIND firmaside](#) og en [Social Selling gruppe](#). På Facebook har jeg en [personlig profil](#), hvor jeg connecter med venner og hvor andre kan følge offentlige indslag. STORMVIND har en [Facebook side](#) og en [Facebook Gruppe](#), hvor du kan spørge om ALT indenfor Sociale Medier og få tips og tricks. Derudover elsker jeg [Twitter](#), [Google+](#), [Instagram](#) og [Pinterest](#). På [Slideshare](#) kan du efterfølgende finde denne præsentation. Min blog på [STORMVIND.dk](#) fokuserer på indlæg og Digital Strategi & Social Selling, håber vi ses!