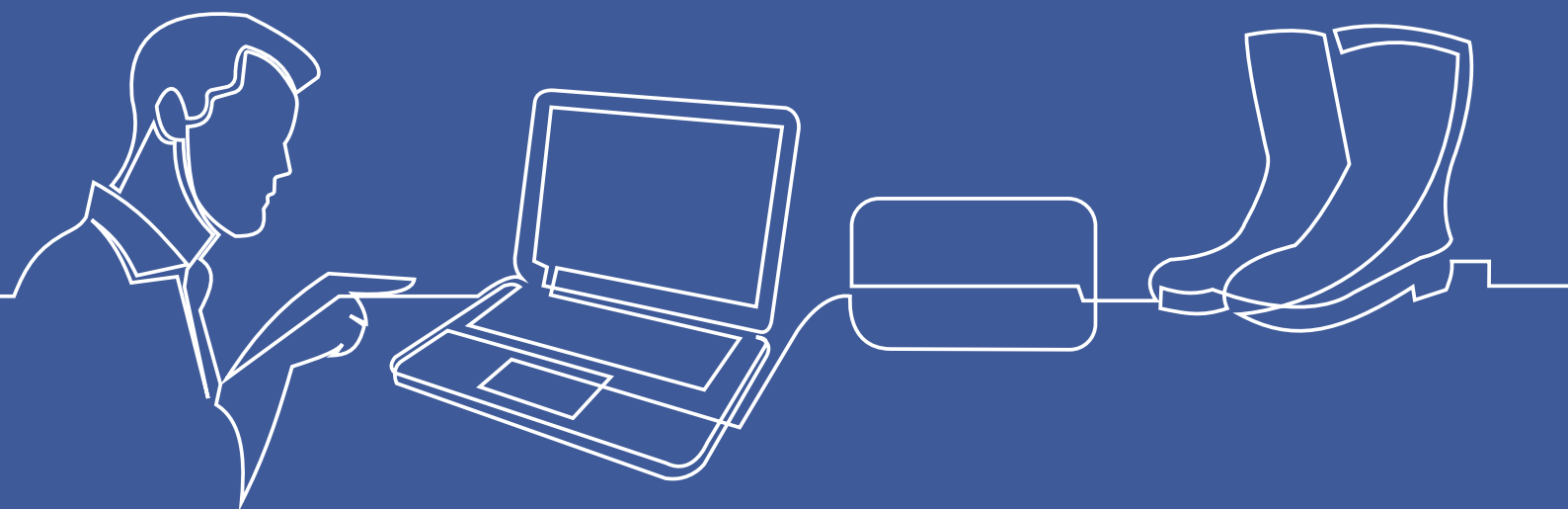


Utbildningsprogram

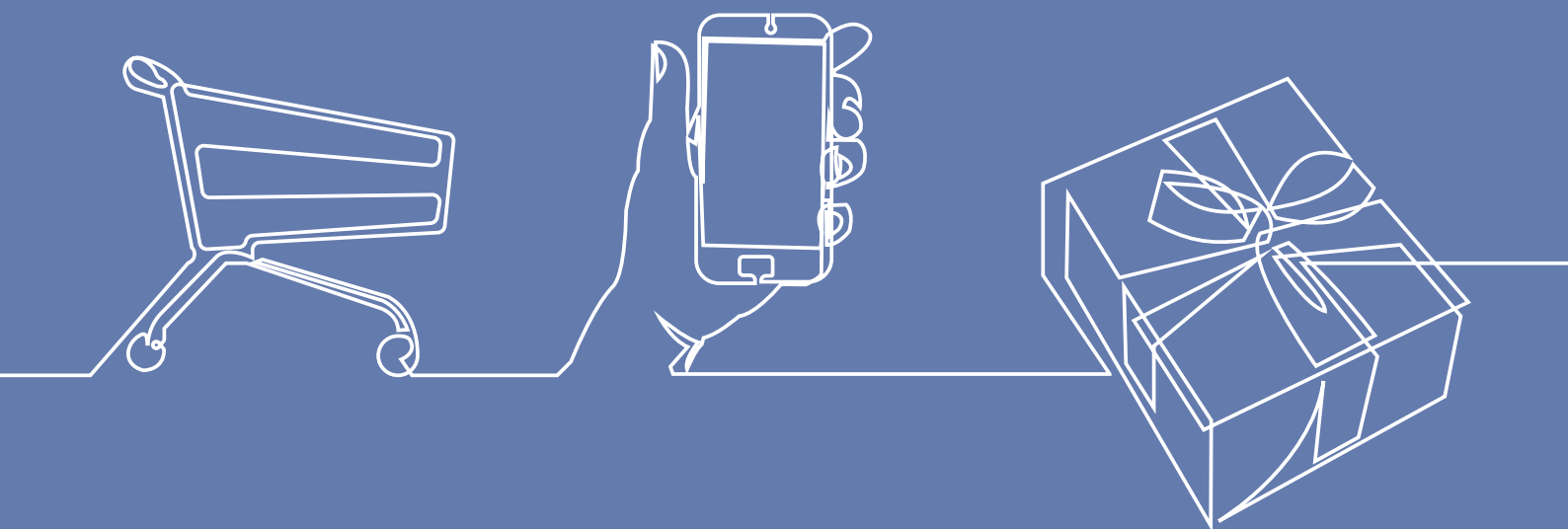
Kompetenslyft för handeln 2





Utbildningar

Handelns digitala transformation.....	4
Omvärldsanalys i den digitala handeln	5
E-handel, fysisk handel eller både och	6
Agera lönsamt	7
Modigt ledarskap i handelns digitala transformation.....	8
Från tanke till köp.....	9
Kundservice och kundbemötande 2.0	10
Träffa rätt i din digitala marknadsföring	11
Marknadsföring i sociala medier	12
Vad är Kompetenslyft för handeln 2?	14



Handelns digitala transformation

– en resa du vill vara med på

Handeln utvecklas ständigt för att motsvara marknadens behov, som i sin tur till stor del styrs av kundens önskemål. Den digitala transformationen pågår för fullt och idag förväntar sig allt fler en digital och sömlös kundupplevelse. Syftet med utbildningen är att förstå hur handeln kan dra nytta av digitaliseringen och den omvärld vi befinner oss i.

Vi går igenom handelns digitala utveckling under de senaste åren. Hur har digitaliseringen påverkat handeln och handelns förutsättningar? Vi tittar på hur bland annat internets framväxt, e-handeln, sociala medier, market places och covid-19 har påverkat köpmönster och köpbeteenden och förändrat våra konsumtionsmönster. Vi går även igenom fakta och statistik hur butiker och e-handel inte bara kan samexistera utan även dra nytta av varandras olika styrkor. Vilka möjligheter finns med digitaliseringen? Hur går det att använda digitala mätverktyg, insikter från sociala medier och utnyttja en global räckvidd på en lokal marknad?

Under en halvdag går vi igenom:

- Handelns digitalisering – en översikt
- E-handel och butiksdöden, fakta och myter
- Digitaliseringens möjligheter
- Globalt och lokalt – hur hänger det ihop?
- Konsumentbeteende
- Trender
- Drivkrafter
- Möjligheterna i den digitala transformationen
- Hur ska man tänka i sin verksamhet för att möta konsumentens behov?

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Efter utbildningen kan du ge exempel på utmaningar och möjligheter som följer av handelns digitala transformation. Du kan beskriva hur kraven och förväntningarna på den egna verksamheten påverkas. Se den digitala transformationen i handeln som en möjlighet att utveckla din verksamhet och kunna möta den framtida kundens behov ännu bättre.



Utbildningsledare: Magnus Ohlsson, *We Hunt For Heads*
Utbildningslängd: en halvdag
Målgrupp: alla nivåer

Omvärldsanalys i den digitala handeln

- ett verktyg för att lyckas följa utvecklingen

Omvärldsanalys låter högravande, men handlar enkelt uttryckt om att ha koll på vad som händer omkring dig för att kunna fatta beslut som gynnar din verksamhet. Det handlar om att göra den egna verksamheten konkurrenskraftig och relevant. Genom utbildningen får du lära dig att jobba med omvärldsanalys på ett sätt som fungerar för din verksamhet.

Under utbildningen går vi igenom hur du kan arbeta med olika verktyg och metoder för att omvärldsbevaka och analysera din verksamhet, din bransch och dina konkurrenter. Efter utbildningen kan du svara på frågor som: Hur sätter du mål för omvärldsanalysen? Hur avgör du vilka kunskapskällor/mediaflöden som är relevanta för dig? Hur får du fram bra information? Hur ser du till att informationen hamnar där den gör nytta. Utbildningen hålls i workshopform där vi blandar teori med praktiska övningar.

Under en halvdag går vi igenom:

- Verktyg och hjälpmedel för digital omvärldsanalys
- Omvärldsbevakning i sociala medier
- Källkritik
- Analysmetoder
- Hur gör du en digital SWOT?

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Efter utbildningen kan du genomföra sökningar på nyheter, analyser och trender som leder till en löpande omvärldsbevakning. Du kan värdera olika omvärldstrender som påverkar den egna verksamheten och kan ge exempel på olika perspektiv/frågor som kan vara intressanta att omvärldsbevaka.

Utbildningsledare: Magnus Ohlsson, We Hunt For Heads

Utbildningslängd: en halvdag

Målgrupp: personer i ledande befattning



E-handel, fysisk handel eller både och

- affärsstrategi i ett digitalt handelslandskap

Vilken affärsstrategi är rätt för ditt företag i ett digitalt handelslandskap? Vilka vägval och överväganden bör företaget göra? Idag gäller det att förändringshastigheten inom företaget är lika stor som i omvärlden. Annars riskerar företagen att hamna på efterkälken. Det gäller att kunna ta till vara de möjligheter som finns och hantera de utmaningar som digitaliseringen skapar. En väl formulerad strategi och tydliga mål är en förutsättning för en stabil utveckling.

Under utbildningen bygger vi upp kunskapen om hur företaget kan vässa sin affärsidé, mission och vision, samtidigt som vi kartlägger företagets starka och svaga sidor jämfört med omvärldens och kundernas förväntningar. Vi går igenom målgruppssegmentering och olika försäljningskanalers för- och nackdelar och hur företaget på lämpligast sätt väljer att fördela sina resurser för att nå störst effekt.

Under två halvdagar går vi igenom:

- Analys av starka och svaga sidor i företagets verksamhet
- Förstå begreppet affärsstrategi jämfört med t.ex. marknadsstrategi
- Affärsidé, vision och mission
- Målgruppssegmentering
- Olika kanalers styrkor och svagheter
- Tillväxtstrategier

Mellan träffarna behöver viss tid avsättas för hemarbete för att färdigställa planerna. Den sista träffen ägnas åt redovisning och möjlighet att ge och få feedback av övriga deltagare.

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Efter utbildningen kan du förklara vad en affärsstrategi är och ge exempel på olika affärsstrategier och förutsättningar för olika försäljningskanaler, samt hur man positionerar sig för att lyckas.



Utbildningsledare: Magnus Ohlsson, We Hunt For Heads

Utbildningslängd: två halvdagar

Målgrupp: ledare och medarbetare med utvecklingsansvar

Agera lönsamt

- löpande affärsanalys utifrån relevanta analyser och nyckeltal

Hur vet du att verksamheten utvecklas åt rätt håll? Vilka analyser behöver du löpande göra för att ha koll på företagets utveckling? Genom utbildningen lär du dig att använda affärsanalys på ett sätt som fungerar för din verksamhet. Du lär dig att löpande analysera verksamhetens prestation utifrån nyckeltal och vilken information/data som det kräver.

Vi inleder med hur affärsanalys/business intelligence kan användas i olika verksamheter och på olika nivåer i organisationen. Vi går även igenom syftet, grunderna och hur brett affärsanalysen kan sträcka sig. För att analyserna ska vara framåtsträvande pratar vi även om målens betydelse, att sätta mål för att därefter koppla affärsanalysen till faktorer relevanta för den egna organisationen. En modell som kommer att användas är Mål – Kritiska framgångsfaktorer – Nyckeltal och kopplingen dem emellan. Vi går även igenom skillnaden på ekonomiska och operativa nyckeltal och hur du väljer de bästa nyckeltalen för aktuellt syfte. Allt i riktning mot en mer (eller fortsatt) välmående organisation.

Under två halvdagar går vi igenom:

- Affärsanalys/business intelligence vad är det?
- Syftet med affärsanalys/business intelligence
- Kopplingen mål – affärsanalys/business intelligence
- Mål – KFF:er (kritiska framgångsfaktorer) – KPI:er (nyckeltal)
- Ekonomiska nyckeltal och operativa nyckeltal
- Hur du får in detta arbete (samt styrningen) i det dagliga arbetet

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Efter utbildningen kan du löpande analysera verksamhetens prestation utifrån några löpande nyckeltal och genomföra enklare beräkningar och analyser. Du kan bedöma olika nyckeltals relevans för din verksamhet.

Du kan även löpande bidra i affärsanalysen utifrån den egna rollen i verksamheten och därmed använda analysen för att utveckla både det egna och verksamhetens arbete.

Utbildningsledare: Johan Bjärklings, StigFram
Utbildningslängd: två halvdagar
Målgrupp: säljare och ledare med resultatansvar



Modigt ledarskap i handelns digitala transformation

- hur skapar du engagemang kring förändringsarbetet?

Sedan ett antal år tillbaka sker en omfattande och accelererande strukturomvandling inom handeln. En förändring som ställer nya krav på ditt företag och dina anställda. Det krävs ett medvetet ledarskap för att utveckla verksamheten i positiv riktning och bli mer lönsam. Syftet med utbildningen är att du lär dig olika sätt att säkra gemensamt ansvar och ägarskap för verksamhetens resultat och får verktyg att leda och driva förändring på ett hållbart och modigt sätt.

Vi börjar med att skapa förståelse för de förändrade krav som ligger bakom behovet av förändring och utveckling. Du kommer att ta fram dina kritiska framgångsfaktorer för en lyckad transformation och utifrån dessa skapar du din handlingsplan. I all transformation kommer olika roller att påverkas. Vissa saker blir viktigare, andra kan falla bort eller minska, mycket kan vara helt nytt. Du får också lära dig av lyckade förändringsarbeten och får verktyg för att driva en effektiv och engagerande förändringsprocess.

Under fyra halvdagar går vi igenom:

- Hur vi får alla att bli engagerade och delaktiga
- Hur kommunikation kan behöva anpassas efter den rådande kulturen
- Förändringskommunikation som engagerar
- Insikt i vilka ledarkompetenser som behövs för att leda ett förändringsarbete
- Träning i att hålla svåra samtal och teammöten där förändringar ofta kan upplevas som negativa

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Efter utbildningen har du som ledare identifierat ditt ledarskap i organisationen. Du får verktyg för att driva förändringskommunikation som engagerar och du har mål och uppföljningsverktyg för att säkra ett gemensamt ansvar.



Utbildningsledare: Jan Jacobsson, StigFram

Utbildningslängd: fyra halvdagar

Målgrupp: nuvarande och framtida ledare med personalansvar

Från tanke till köp

- förstå och anpassa dig till den nya kundresan

Idag har kunderna stora möjligheter att hitta information om och jämföra varor, priser och butiker. Det är på alla sätt viktigt att förstå hur och varifrån den potentielle kunden får information och köplust. Tack vare digitaliseringen sker kundpåverkan genom många olika kanaler.

Utbildning tar fasta på kundresan. Var, när och hur möts du och din kund? Hur upplever kunden olika steg på sin väg till, under och efter sitt köp? Och vad kan utvecklas för att göra kundresan ännu bättre? Det här är exempel på frågor som vi tar upp under utbildningen. Utbildningen är praktisk och du får utifrån ditt eget företag identifiera typkunder, undersöka hur din kunds resa ser ut och fundera på hur ditt företag kan prioritera och anpassa så att kundens resa blir enklare framåt.

Under två halvdagar går vi igenom:

- Kundresa – att gå i kundens skor
- Beteenden och förväntningar från dagens kunder
- Awareness, Consideration, Conversion – från inspiration till köp
- Utgå från kundens frågor och verklighet
- Den digitala och fysiska butiken i samspel
- Hur kan företaget anpassa kanaler, information och bemötande?
- Vilka är företagets målgrupp, typkunder och personas?
- Hur ser deras kundresa ut?

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Efter utbildningen kan du ge exempel på olika kontaktytor under en kundresa och vilka delar du själv kan påverka. Du får även lära dig hur du kan ställa relevanta frågor så du förstår dina kunders upplevelser och med detta som underlag utveckla verksamheten utifrån en helhetssyn på kundens resa innan, under och efter ett köp.

Du kommer utifrån företagets målgrupp identifiera typkunder (personas), analysera hur företaget kan anpassa medieval, kundmötet och kommunikation utifrån deras behov och förväntan under kundresan.

Utbildningsledare: Helena Mattsson, StigFram
Utbildningslängd: två halvdagar
Målgrupp: roller som ansvarar för kundbemötande eller på annat sätt bidrar till att öka företagets konverteringsgrad



Kundservice och kundbemötande 2.0

- samma kunder - nya förväntningar

Samhällets utveckling har lett till att kunderna är ständigt uppkopplade, pålästa och medvetna. Konkurrensen från digitala medier ställer ännu högre krav på dig som säljare. Du måste öppna upp för en kommunikation som hjälper kunden att identifiera behov och komma vidare i sin köpprocess. Du måste skapa förtroende och få kontakt.

Vi utgår från kundens behov och det goda mötet. Vi funderar på vad som gör att vi når fram och hur du kan anpassa ditt bemötande efter människa och situation nu när kunden är allt mer digital. Hur tar du initiativ och ger beslutsstöd? Hur får jag reda på vad kunden vill? Hur bryter jag min autopilot och utvecklar mitt bemötande? Vi tar upp tips och trix som hjälper dig komma förbi dina egna barriärer och utveckla ditt bemötande på ett medvetet och individanpassat sätt.

Under två halvdagar går vi igenom:

- Handelsplatsens roll i det digitala landskapet
- Hur påverkar ditt bemötande försäljningen?
- Servicetrappan
- Kundens resa innan, under och efter ett köp
- Vilket bemötande värderas högt?
- Leva sitt varumärke
- Kundpsykologi, olika kunder, olika förväntningar
- Hur får du reda på mer om kunden?
- Hur är du som säljare?
- Vad kan du förändra och förstärka?
- Hur kan ni tillsammans utveckla ett tydligare, positivt bemötande som ger långsiktig effekt?

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Utbildningen ger dig redskap som du direkt kan använda i din vardag. Du har fått på dig kundglasögon, förtydligat din yrkesroll och förstår hur du kan anpassa kundmötet utifrån olika kunders förväntningar. Du har uppdaterat din egen och verksamhetens syn på relevant bemötande och hur ni kan utveckla er kommunikation och värdskap.



Utbildningsledare: Jan Jacobsson, StigFram
 Utbildningslängd: två halvdagar
 Målgrupp: medarbetare med kundkontakt

Träffa rätt i din digitala marknadsföring

- rätt fokus för dina kunder

Det ställs allt högre krav på effektivare och bättre marknadsföring för att nå och fånga kundens intresse. Digitaliseringen medför nya kanaler och möjligheter att nå ut brett och rätt. Hur kan digital marknadsföring hjälpa dig att fånga nya och befintliga kunders intresse?

Utbildningen går igenom hur optimal digital marknadsföring ska genomföras, både i helikopterperspektiv (att mäta allt, jobba datadrivet) och i praktiskt genomförande (kanalval, optimalt innehåll per kanal). Det blir teori kring hur du bör arbeta strategiskt för att mäta resultat och få önskad effekt. Vi går igenom de viktigaste kanalerna för digital marknadsföring (Google Ads, SEO, Paid Social etc.) och du får en grundläggande förståelse för hur du använder dessa möjligheter på bästa sätt. Genom utbildningen kommer du utveckla din förmåga att utvecklas inom digital marknadsföring på ett sätt som är relevant för din verksamhet. Utbildningen blandar teori med praktiska övningar.

Under två halvdagar går vi igenom:

- Strategi för synlighet i digitala kanaler
- Den digitala köpresan och hur du blir en Growth hacker
- Google Ads: Youtube, display (GTM), sökordsannonsering
- Facebooks marknadsföringskanaler: Facebook, Instagram, display (Audience network): Vad kan du köpa för synlighet? Hur ska du tänka kring budgetstrategi etc.?
- Grunden i sökmotoroptimering

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Efter utbildningen kan du sätta ord på den egna verksamhetens marknadsföringsstrategi och anpassa den utifrån företagets affärsstrategi och kundkännedom. Du har förmågan att värdera olika digitala marknadsföringsalternativ för att optimera en digital närvaro i relevanta digitala kanaler.

Utbildningsledare: Daniel Erksam, *Salgado*
Utbildningslängd: två halvdagar
Målgrupp: ledare och medarbetare med ansvar för digital kundinteraktion



Marknadsföring i sociala medier

- skapa relevant content för dina kunder

Att synas och marknadsföra sig i olika medier är viktigt för många handelsföretag. Att skapa ett genomtänkt och snyggt innehåll kan vara desto svårare. Det är lätt att jobba på med manér och uttryck som funkar i traditionella medier men som inte alls ger samma resultat i de sociala kanalerna. Genom utbildningen lär du dig att arbeta med egen marknadsföring i sociala medier på ett sätt som fungerar för din verksamhet. Du kan ge exempel på hur marknadsföring i sociala medier kan se ut och lär dig skapa enklare rörligt innehåll, bilder och text anpassad för sociala medier.

Under utbildningen går vi igenom de viktigaste och mest relevanta sociala medie-kanalerna. Vilka särskilda krav som ställs på innehåll och vad kännetecknar bra innehåll i sociala medier? Rörligt/video är ett viktigt format som bör användas. Vi går igenom hur du kan börja producera eget rörligt innehåll för publicering i kanaler som till exempel Instagram stories och Snapchat. Facebook är den viktigaste och mest använda och därmed mest relevanta kanalen som därmed ägnas mest tid. Utbildningen blandar teori med praktiska övningar.

Under två halvdagar går vi igenom:

- De viktigaste och mest relevanta sociala kanalerna just nu för just din verksamhet.
- Vad kännetecknar innehåll som är bra för sociala medier?
- Börja arbeta i Facebooks marknadsföringskanaler: Facebook, Instagram, display (Audience network)
- Disposable media (stories) finns numera i de flesta sociala kanaler (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter och Snapchat). Hur görs optimalt innehåll för just det formatet?
- Påbörja arbetet med annonsering

Vilka färdigheter och förmågor kan du förvänta dig efter avslutad utbildning?

Genom utbildningen kommer du som deltagare utveckla din förmåga att bedriva egen marknadsföring i sociala medier på ett sätt som är relevant för din verksamhet. Du har fått verktyg som bidrar till mer medvetna vägval och en ökad förmåga att skapa relevant content i olika sociala medier.



Utbildningsledare: Daniel Erksam, *Salgado*

Utbildningslängd: två halvdagar

Målgrupp: ledare och medarbetare med ansvar för digital kundinteraktion



Vad är Kompetenslyft för handeln 2 ?

Kompetenslyft för handeln 2 är ett utbildningsprojekt som stärker handelns kompetens att dra nytta av den digitala transformationen. Genom projektet vill Handelsrådet bidra till en attraktiv handelsbransch som professionaliseras och utvecklas i takt med samhället – en handelsbransch som ser möjligheterna som den digitala transformationen medför.

Du som deltar i utbildningen utvecklar din kompetens att vara och hålla dig anpassningsbar och relevant i en ständigt föränderlig handelsbransch. Genom att delta visar du att du vill och vågar utvecklas. Du bidrar även till en pågående och ständig professionalisering av branschen.

Kompetenslyft för handeln drivs av Handelsrådet och medfinansieras av Europeiska Socialfonden.

