

DIGI GROW

Inspiration til
digitalisering

INDHOLD

Om projekt "DigiGrow"	3
Give-Aways	4
#1 Automation	4
#2 Kend kunderejsen	4
#3 Udforsk nye teknologier	6
#4 Amazon	6
#5 Symfoni med traditionelle & nye værktøjer	8
#6 Dataforståelse	8
#7 Marketing = Redaktion	10
#8 Småt & godt	10
Definition af digitale kompetencer	12

Udgivet af
Erhvervsakademi SydVest,
Projekt DigiGrow, juni 2019.

TEKST OG KONCEPT
Heidi Birkler
Søren Hansen

DESIGN OG LAYOUT
SYNLIGT

ISBN
978-87-971463-0-9

OM DIGIGROW PROJEKTET

DigiGrow blev oprettet fordi Erhvervsakademi SydVest arbejder strategisk med digitalisering. Projektet skal afdække hvilke digitale kompetencer, der er behov for i virksomhederne fremadrettet.

Fokus er på virksomhedernes marketingfunktion. Der skal fokus på rette digitale kompetencer, så der kan skabes konkurrencemæssige fordele hos virksomhederne. Kompetencerne skal også udvikles i rette retning.

DigiGrow er et forsknings- og udviklingsprojekt og skiller sig ud fra andre projekter:

- Fundamentet spørgeskemaet bygger på en "7-trins" raket med data fra studerende, stillingsopslag, virksomheders profiler, personers profiler, rapporter, kursusdeltagelse, samtaler med virksomheder, der arbejder med digitale opgaver mv. Intentionen har været at skabe et spørgeskema, der bygger på "snitflade af opdateret viden" fra en bred vifte af kilder og ikke på omfattende analyse af eksisterende artikler.
- Dataindsamling er sket gennem verdens største digitale business platform, LinkedIn og online annoncering er anvendt for, at nå bredt ud og ud over egne "netværk".

- Projektperioden er 12 måneder, dvs. for at sikre aktualitet i resultater.
- Løbende formidling gennem projektperioden har fundet sted for, at sikre "kanalisering" af viden tilbage til virksomhederne for optimal værdiskabelse og aktualitet. Der har derfor også været artikler med fokusområder på f.eks. på LinkedIn og i JyskeVestkysten inden projektafslutning.

- Tæt og mere samarbejde med virksomhederne under projektperioden herunder events f.eks. digitalisering og trends for Erhvervskvinder Esbjerg, undervisningsforløb til virksomheder gennem Business Esbjerg mv. så viden kan tages i anvendelse og løbende udbredes.

Formålet er, at inspirere til arbejdet med digitalisering og udvikling af virksomhedens digitale kompetencer via forskellige input opsamlet under projektet.

God læselyst.

Søren Hansen
shan@easv.dk
Tlf. 4177 5724



Jeppe Moritz Led
jle@easv.dk
Tlf. 4199 1234



Heidi Birkler
hbb@easv.dk
Tlf. 4199 1233



GIVE-AWAYS

#1

Automation

Hvordan kommer man så i gang med automation?

Flere virksomheder vi har været i kontakt med, starter i det små med automatisering af email-flows og flows som følge af henvendelser via hjemmesiden. Nogle begynder at implementere chatbots – der automatiserer chatfunktionen på hjemmesiden.

En af de nyere muligheder er chatbots på virksomhedens Facebookside. De kan integreres på Facebook Messenger via systemer som fx Chatfuel. Chat er med til at fastholde og aktivere de besøgende – især hvis du har en yngre målgruppe.

“
Meget genbestilling sker via automatiseret e-mail flow. Vi bruger machine learning til at finde det bedste tidspunkt.
”

I Projekt DigiGrow har vi afdækket, at marketing automation får en stigende vigtighed for virksomhederne fremover.

#2

Kend kunderejsen

Du skal være opmærksom på, at du kan påvirke kunderne mange steder på kunderejsen og ikke kun satse på at optimere ”det sidste klik”.

Hvis sociale medier tager en væsentlig del af din målgruppes tid, så overvej hvordan du kan bruge disse kanaler på et tidligt tidspunkt i kunderejsen.

“
Vigtigt at have ambassadører på de sociale medier – det virker bedre, når de anbefaler produktet.
”

“
Det handler om en ”sømløs kunderejse”. Marketing automation kæder det hele sammen.
”

GIVE-AWAYS

#3

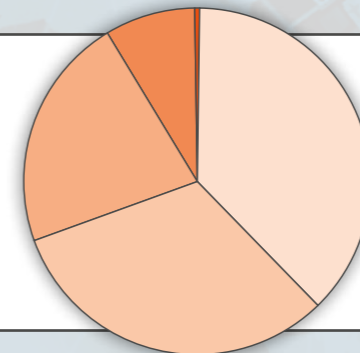
Udforsk nye teknologier

Overvej hvordan din virksomhed kan give dine kunder merværdi via services, der benytter sig af VR og stemmestyring. Måske skal jeres kommende medarbejdere have kendskab til eller kompetencer inden for disse teknologier, og måske skal eksisterende medarbejdere bruge tiden på disse teknologier.

Der tegner sig nemlig et billede af en vis usikkerhed omkring de nye teknologier – og lavere vurdering af vigtighed. Dette kan vække bekymring for, at virksomhederne ikke udnytter vækstpotentialet fuldt ud på længere sigt.

Bliver Virtuel Reality (f.eks. Google glasses) et vigtigt redskab for virksomheden fremover?

- Meget vigtigt
- Vigtigt
- Lidt vigtigt
- Mindre vigtigt
- Ved ikke



Sørg for, at innovation er på agendaen i din virksomhed, så du drager fordel af de nye teknologier.

#4

Amazon

Har du en strategi for, hvad din virksomhed skal gøre når Amazon er her? Vil I gå på Amazon? Eller vil I stå udenfor? Eller vil I skaffe jer erfaringer ved at sælge udvalgte produkter via Amazon? Uanset hvilken vej I vælger, bør I forholde jer til, hvordan I vil konkurrere, når Amazon kommer. For kommer det gør de.

Kun en fjerdedel af respondenterne i vores undersøgelse angiver, at faglige kompetencer inden for salg/markedsføring via Amazon er vigtige fremadrettet. For nogle virksomheder, kan det forklares ved, at de primært sælger på B2B-markedet.

Det er vigtigt at følge med i, at salgsspillet ændres når Amazon kommer til.

“Vi overvejer ikke Amazon, da vi har et komplekst produkt, der kræver en del rådgivning.”

Amazon er i Tyskland og det er et spørgsmål om tid før Amazon kommer til Danmark/Norden.

“Frygt ikke Amazon, men alle de kunder der vil ligge deres produkter på Amazon.”

GIVE-AWAYS

#5

Symfoni med traditionelle & nye værktøjer

Størstedelen af virksomhederne fastholder brugen af "traditionelle marketing-værktøjer". Det er Adobe-pakken/AdobeCloud, der er løsningen samtidig med, at nye redskaber kommer til. Det hænger sammen med, at der fortsat er brug for at kunne lave det kreative selv f.eks. arbejde med logo, tilpasninger til formater, sider mv.

Men nye apps og værktøjer skal også anvendes, så der kan arbejdes hurtigt, effektivt og professionelt med opslag til f.eks. sociale medier og hjemmesider, herunder også med lettere foto og videobehandling. Anvend f.eks. "Canva" (sociale medier opslag), Pikto-chart.com (infografikker), Mailchimp (nyhedsbreve), Instagram, annoncering online mv.

Redskabskompetencer kan styrkes ved, at afsætte tid til at lege med nye digitale "værktøjer" og apps, men også gennem fokus på, at de traditionelle fortsat skal mestres.

Gi' mig noget der er lige så godt som Adobe!

Vi bruger Photoshop til billedbehandling – vi er nødt til at have professionelt system.

#6

Dataforståelse

Kig med og få styr på din virksomheds data.

Tal, analyser og statikker skal omsættes til værdi gennem optimal udvælgelse og behandling af større og større mængder af data i din virksomhed.

Det kan ske gennem anvendelse af analyseværktøjer f.eks. online CRM-systemer, web-analyseværktøjer som Google Analytics, der kan give statistik omkring dine brugers adfærd f.eks. på websider, data fra udsendelse af nyhedsbreve online mv.

Virksomhederne kan med fordel sørge for selv at have indsigt i sin data og arbejde med den herunder lære fra det, der sker og observeres. Start et sted – "ingen blev ekspert overnight". Fokus skal være på, at finde og anvende data, der skal skabe værdi for netop din virksomhed/produkter og din kunde.

Det første jeg ville vælge skal kunne analysere data, enorme mængder, men det kræver talent at aflæse og bruge det.

Test om opslag, hvor man kan vinde 1.000 kr. til køb, virker bedre end opslag, hvor man ikke kan vinde noget. Vi tester det og kigger på data.

Nogle virksomheder vil have en data-oversigt hver måned, andre vil intet have for forretningen går jo godt...

GIVE-AWAYS

#7

Marketing = Redaktion

Det er en god idé at tænke din marketingindsats og funktion, som en gammeldags avis-redaktion.

- Hvilke historier har I?
- Planlæg hvornår I skal bruge dem?
- Hvordan skal de bruges?
- Tilpas dem til f.eks. Instagram, Twitter, hjemmesiden, messer mv.

Kompetencerne I skal anvende til dette er specialiseret: én skal lave "opsøgende salg" og én skal skaffe kunder gennem onlineannoncering. Én tredje skal "optimere sider og indhold", så de skaber værdi for kunderne.

Der er derfor brug for kompetencer, der kan medvirke til online samarbejde, online projektstyring, online indholdsplaner mv. Det kan ske gennem anvendelse af nye online værktøjer f.eks. Trello hvor flere kan arbejde i den samme projektplan og også se det fra en mobiltelefon. En Contentplan eller en persona kan f.eks. laves i Xtensio.



Samme "historie" bruger vi alle steder, men tilpasset.

#8

Småt og godt

Der søges, shoppes og tilbringes mere tid på små platforme f.eks. smartphones.

Så fremtidige digitale kompetencer er i høj grad relateret til, at kunne "begå" sig småt og godt. I skal forstå hvordan jeres opslag og billeder virker på forskellige skærme og I skal kunne lave et værdiskabende indhold, knivskarpe billeder med hurtig upload tid – selv til små devices og skærme.

Så kommunikation er stadig i fokus nu kombineret med "forståelse" for teknologien, den skal virke sammen med.

Drømmen er, at have en professionel siddende, der har mod og tid og kan lave alt det der digitale: Sociale medier/nyhedsbreve mv. og kan navigere i den verden.

En person med digitale kompetencer er god til at undersøge, analysere og fortolke forbrugeradfærden og kunde- rejsen på digitale medier samt anvende digitale værktøjer til at engagere brugerne.

*Definition udviklet af:
Heidi Birkler & Søren Hansen,
november 2018*

Links til digitale værktøjer

piktochart.com
(piktochart, grafik)

www.canva.com
(social media opslag)

mailchimp.com
(nyhedsbreve)

trello.com
(projektledelse)

services.amazon.com
(Amazon)

analytics.google.com
(Google Analytics)

www.qr-code-generator.com
(QR-kode)

www.chatfuel.com
(chatbot)

www.fdi.dk
(viden)

www.lederne.dk
(viden)

wetransfer.com
(fil-overførsel)

Læs mere om
DigiGrow på
projectdigigrow.wordpress.com

