



Kapitel 1: Introduktion till Digital Marknadsföring

- Vad är digital marknadsföring?
- Skillnader mellan traditionell och digital marknadsföring
- Betydelsen av digital marknadsföring för svenska företag

Kapitel 2: Målgrupp och Kundbeteende

- Identifiering av målgrupp och segmentering
- Konsumentbeteenden online
- Verktyg för att analysera målgruppens beteenden (Google Analytics, etc.)

Kapitel 3: Innehållsmarknadsföring

- Vad är innehållsmarknadsföring?
- Skapa värdefullt och relevant innehåll
- Strategier för att distribuera innehåll effektivt

Kapitel 4: Sociala Medier

- Översikt av populära plattformar i Sverige (Facebook, Instagram, m fl)
- Bygga en stark närvaro på sociala medier
- Strategier för sociala mediekampanjer

Kapitel 5: Sökmotoroptimering (SEO)

- Grundläggande principer för SEO
- Nyckelordsanalys och innehållsoptimering
- Off-page och on-page SEO-strategier

Kapitel 6: Betald Marknadsföring (PPC)

- Introduktion till betald annonsering
- Google Ads och Facebook Ads: grunderna
- Budgetering och ROI-beräkningar

Kapitel 7: E-postmarknadsföring

- Effektiva strategier för e-postkampanjer
- Bygga och vårda en e-postlista
- Automatisering av e-postmarknadsföring

Kapitel 8: Analys och Rapportering

- Viktigheten av dataanalys i digital marknadsföring
- Hur man använder Google Analytics för att mäta framgång
- Rapportering och användning av resultat för framtida strategier