



**DIMMY 2.0**

**2020 - 2022**

DigiLiik-hanke 2020 - 2022

Laadukas  
Digitaalisen  
Markkinoinnin  
Käytännönläheinen  
Täydennyskoulutus

[www.oamk.fi/dimmy](http://www.oamk.fi/dimmy)

Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma

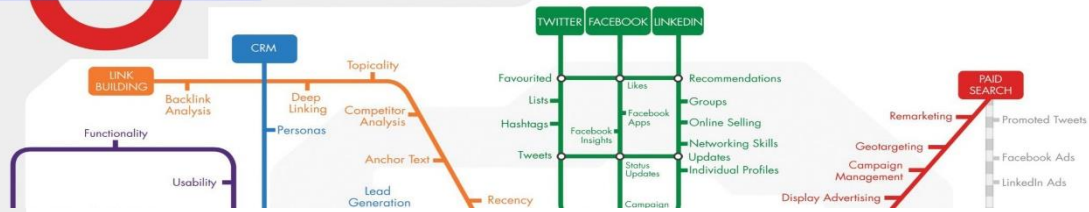
[www.rakennerahastot.fi](http://www.rakennerahastot.fi)

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014-2020



Euroopan unioni  
Euroopan aluekehitysrahasto

## THE DIGITAL MARKETING MAP



# DIMMY 2.0

Dimmy 2.0 -koulutus on – Oamkin DigiLii-hankeen puitteissa järjestämä – Pohjois-Suomen monipuolisin ilmainen digitaalisen markkinoinnin ja myynnin koulutus. Koulutuksen päätavoitteena on vahvistaa Oulun seudun pk- ja mikroyritysten digitaalisissa kanavissa tapahtuvaa myyntiä ja markkinointia sekä kannattavien asiakassuhteiden luomista.

Koulutus on suunnattu

1. digiliiketoiminnan ja -markkinoinnin osaamisensa vahvistamisesta kiinnostuneille markkinoinnin ja myynnin parissa toimiville henkilöille
2. pk-yritysten johdolle
3. yrittäjille
4. työttömille ja työttömyysuhan alla oleville henkilöille.

Koulutus sisältää kaikki keskeisimmät digitaalisen markkinoinnin sisällöt, rakenteet ja työkalut, jotka on koottu helposti opiskeltavaksi paketiksi. Koulutuksessa keskitytään nykyaikaisen digitaalisen markkinoinnin suunnitteluun, tuottamiseen ja analyttiseen johtamiseen. Koulutuksessa käydään läpi muun muassa digitaalisten mainostyökalujen tuloksellisen hyödyntämisen keinoja, sisältömarkkinoinnin tuottamista, sosiaalisen median markkinointia ja digitaalista analytiikkaa.

Koulutus kestää noin 5 kuukautta, ja se järjestetään lukukausittain. Koulutus toteutetaan pääosin verkko-opintoina, mutta se sisältää myös työpajoja, joissa kehitetään koulutukseen osallistuvien digitaalisen markkinoinnin osaamista sekä heidän yrityksen digitaalista markkinointia yhdessä asiantuntijoiden sekä tarvittaessa muiden koulutukseen osallistuvien kanssa.



Kestävää kasvua ja työtä -ohjelma



# KOULUTUS

## 1. Moduuli – Digitaalisen markkinoinnin suunnittelun perusteet

Digitaalisen markkinoinnin perusteet moduulissa keskitytään oman digitaalisen markkinoinnin osaamisen ja yrityksen digitaalisen kyvykkyyden tunnistamiseen sekä yrityksen lähtökohta-analyysin tekemiseen. Moduulin sisältö koostuu esimerkiksi asiakasanalyysistä, kilpailija-analyysistä, organisaation oman digitaalisen kyvykkyyden tunnistamisesta sekä omien digitaalisen markkinoinnin tulosten tulkinnasta ja seuraamisesta.

## 2. Moduuli – Digitaalisen markkinoinnin keskeiset taktiikat

Digitaalisen markkinoinnin taktiikat moduulissa käsitellään yrityksen keskeisimpiä digitaalisen markkinoinnin taktiikoita ja toimenpiteitä. Moduulin sisällössä käydään läpi keskeisimmät taktiikat, kuten hakusanamarkkinoinnin (SEM = search engine marketing), hakukoneoptimoinnin (SEO = search engine optimization), mainostamisen digitaalisissa kanavissa (Google Ads) ja asiakaskokemuksen kehittämisen (CX = customer experience). Moduulissa käydään läpi myös sähköpostimarkkinoinnin ja analytiikan perusteet.

## 3. Moduuli – Myynnin luominen digitaalisissa kanavissa

Myynnin luominen digitaalisissa kanavissa moduulissa keskitytään yrityksen käytössä oleviin keinoihin myynnin luomiseksi ja lisäämiseksi. Moduulissa käsitellään sisältömarkkinointia (content marketing), suositelumarkkinointia, asiakasprosessia digitaalisissa kanavissa ja ostotapahtuman tukemista verkossa. Moduulissa käydään läpi myös sisällönsuunnittelua eri kanaviin esimerkiksi tarinallistamisen (storytelling) avulla, kampanjasuunnittelua sekä editoriaalinen, sisältökalenterin ja sisällöntuotannon suunnittelua.

## 4. Moduuli – Myynti- ja markkinointiprosessien kehittäminen digitaalisissa kanavissa

Myynti- ja markkinointiprosessien kehittäminen digitaalisissa kanaissa moduulissa perehdytään muun muassa digitaaliseen verkkokaupan ja verkkosivujen navigaation suunnitteluun, konversio-optimointiin (CRO = conversion rate optimization), myynnin optimointiin analytiikkaan perustuen, asiakkaiden sitouttamissuunnitelman luontiin, asiakassuhteiden hallintaan ja kehittämiseen sekä kannattavien asiakassuhteiden tunnistamiseen esimerkiksi RFM-analyysiin perustuen.

## 5. Moduuli – Digitaalisen markkinoinnin johtaminen ja kehittäminen

Digitaalisen markkinoinnin johtaminen ja kehittäminen moduuli paneutuu paneutuu kokonaisvaltaisen asiakaslähtöisen digitaalisen markkinoinnin johtamiseen ja kehittämiseen. Moduulissa keskitytään analytikkapohjaiseen digitaalisen markkinoinnin johtamisen kehittämiseen ja tiedolla johtamiseen markkinoinnissa. Moduulissa käsitellään myös digitaalisen markkinoinnin trendejä, kuten tekoälyä (artificial intelligence) ja markkinoinnin automatisointia. Lisäksi moduulissa käsitellään digitaalisen markkinoinnin kehittämissuunnitelman laatimista SOSTAC-mallin avulla.

# KOULUTUKSEEN HAKEMINEN

## Koulutus on suunnattu:

1. digiliiketoiminnan ja -markkinoinnin osaamisensa vahvistamisesta kiinnostuneille markkinoinnin ja myynnin parissa toimiville henkilöille
2. pk-yritysten johdolle
3. yrittäjille
4. työttömille ja työttömyysuhan alla oleville.

Hae opintoihin 1.7.-9.8.2020 lähettämällä lyhyt, maksimissaan A4-mittainen vapaamuotoinen hakemus, CV:si ja viimeisin tutkintotodistuksesi pdf-tiedostoina osoitteeseen: [haku.dimmy@oamk.fi](mailto:haku.dimmy@oamk.fi)

Otsikoi hakemuksesi seuraavasti: **DIMMY 2.0 Syksy-2020-haku.**

Koulutus alkaa **keskiviikkona 19.8.2020.**

Koulutuspaikkana on Oulun Digiaseman Ahjo-sali, osoitteessa Hallituskatu 36 A, Oulu.

**Huomio!** Koulutuksesta kiinnostuneiden työttömien on syytä tutustua [omaehtoiseen opiskeluun työttömyysetuudella](#).

- Lisätietoja enemmän hankkeen kotisivuilta [oamk.fi/dimmy](http://oamk.fi/dimmy)



[oamk.fi/dimmy](http://oamk.fi/dimmy)



[@dimmyoamk](https://www.instagram.com/dimmyoamk)



[info.dimmy@oamk.fi](mailto:info.dimmy@oamk.fi)

