

## IAB Sveriges Certifieringskurser

För frågor om certifieringen hör av dig till Mikael Lenstrup [mikael.lenstrup@iabsverige.se](mailto:mikael.lenstrup@iabsverige.se)



### Digital Media Manager (DMM)

Riktat sig till dig som jobbar med kommunikation, marknadsföring samt PR/reklam och som vill få en djupdykning inom det digitala medielandskapet med dess utmaningar och möjligheter.

### Digital Sales – Tech & Data

Riktat sig primärt till säljare/försäljningschefer av digitala mediekkanaler som har erfarenhet från branschen, högre studier via t.ex. Medieinstitutet eller som tidigare gått IABs certifiering av Onlinesäljare.

Certifieringarna är framtagna tillsammans med tongivande företag bland IAB Sveriges medlemmar. Specialister inom IAB Sveriges task forces och vår samarbetspartner Brandenfeldt Sales and Marketing har bidragit till utveckling av materialet.

### Upplägg

Certifieringarna bygger på självstudier och inleds med en lärarledd heldag. För DMM-kursen ingår en workshop med ett riktigt företags case som gruppen arbetar för att hitta lösningar till. Certifieringsprovet och 90% av allt studiematerial är på svenska, resten är på engelska.

### Plats

Introduktionsdagen och workshopen hålls i Stockholm. Finns det ett större antal deltagare från ett och samma företag kan ett företagsspecifikt certifieringsupplägg skapas. Då beslutar parterna var introduktionsdag och provskrivning ska ske.

### Ansökan

Du ansöker via länken <https://iabsverige.se/ansok/> Ansökan måste vara fullständigt ifylld, behörighetskraven uppfyllda och certifieringen betald för att gälla. I anslutning till kursstart får du tillgång till studiematerialet.

### Examination

Provet består av 90 flervalsfrågor som besvaras under max två timmar. Diplom delas ut på plats om minst 80 % rätt uppnåts. Omcertifiering genomförs vanligtvis inom 2-6 veckor och kostar 1200kr. Certifieringsresultatet ges förutom till deltagaren även till beställaren av kursen.

### Certifierad

När du har klarat certifieringen får du ett diplom och en digital stämpel att använda på till exempel LinkedIn. Certifieringen gäller i två år, därefter krävs en godkänd förnyelse inom nio månader för att diplommet skall förlängas ytterligare två år. För en godkänd förnyelsecertifiering behöver du delta på tre av IAB Sveriges seminarier.

### Bokningsvillkor

Anmälan är bindande och sker i samband med godkänd antagning.

Kursplatser faktureras i anslutning till introduktionsdagen. Du kan kostnadsfritt avboka en kursplats upp till tre veckor innan kursstart. Vid avbokning senast 1 vecka innan kursstart återbetalas 50% av kursavgiften och därefter sker ingen återbetalning men kursplatsen kan överlåtas till en kollega som uppfyller kunskapskraven. En kursdeltagare som pga sjukdom inte har möjlighet att slutföra sin certifiering under kursperioden erbjuds ansluta till nästkommande grupp.

### Övrigt

IAB Sveriges personal skall upprätthålla en lista på alla som har certifierats och är skyldiga att på begäran ge ut namn på personer som framgångsrikt har avslutat certifieringsprocessen. Gäller under de två år certifieringen är giltig.

Allt material som ingår i en kurs kopplat till certifieringsprogrammet tillhör IAB Sverige.

IAB Sverige äger certifieringsfrågorna. Deltagarna undertecknar ett sekretessavtal och förbinder sig att inte dela eller kopiera material.

## Kursinnehåll: Digital Media Manager

<b>A MARKNADSFÖRINGSMODELLER &amp; MÅLGRUPPSMÖJLIGHETER</b>	<b>15%</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Marknadsföringsmodeller</li><li>• Nya beslutsprocessen för konsumenten</li><li>• Consumer Relationship Management</li><li>• Att skapa kundprofiler baserad på data</li><li>• Ägd, betald och förtjänad media</li><li>• Traditionella medier vs digitala</li><li>• Digitala mätningar</li></ul>	
<b>B DE OLIKA DIGITALA KANALERNA</b>	<b>23%</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sökmarknadsföring</li><li>• Displayannonsering</li><li>• Mobilannonsering</li><li>• Native Advertising</li><li>• E-postmarknadsföring</li><li>• Sociala medier &amp; Influencer Marketing</li><li>• Videoannonsering</li><li>• Digital Audio</li><li>• DOOH</li><li>• Programmatisk handel</li></ul>	
<b>C DET DIGITALA MEDIELANDSKAPET</b>	<b>40%</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Synlighet av dina kampanjer</li><li>• Viewability</li><li>• Fraud</li><li>• Reklmatrötthet</li><li>• Attribution och konverteringsvärden</li><li>• Mätverktyg</li><li>• Att välja rätt KPI:er</li><li>• Utvärdering av digitala kampanjer</li><li>• Mediematematik</li></ul>	
<b>D BESTÄLLARENS ROLL I DET DIGITALA EKOSYSTEMET</b>	<b>22%</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Beställarens roll gentemot din byrå</li><li>• Vikten av en tydlig brief</li><li>• Marknadsföringens regler och riktlinjer</li><li>• Det föränderliga digitala medielandskapet</li></ul>	

## Kursinnehåll: Digital Sales - Tech & Data

<b>A FÖRSTÅELSE OCH KUNSKAP OM DEN DIGITALA AFFÄREN</b>	<b>10%</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Affärsförståelse</li> <li>• Kundnytta</li> <li>• Köpprocessen för konsumenten</li> <li>• Säljarens möte med kunden</li> <li>• Förstå branschkällor</li> </ul>	
<b>B DIGITALA MEDIELANDSKAPETS FÖRUTSÄTTNINGAR</b>	<b>20%</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viewability</li> <li>• Fraud</li> <li>• Reklamtrötthet och ad-blocking</li> <li>• Värdekedjan för media/ägarformer</li> <li>• Värdet av en tydlig brief             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi och idékoncept</li> <li>- Mediaval och kanalval</li> <li>- Briefmodell</li> </ul> </li> <li>• Utvärdering av digitala kampanjer</li> <li>• Att mäta effekt</li> <li>• Kundens KPI:er</li> <li>• Hårda och mjuka värden</li> <li>• Marknadsföringens regler och riktlinjer</li> </ul>	
<b>C DATA, TEKNISKA VERKTYG I EN SÄLJARES VARDAG</b>	<b>20%</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmatiska affären ändrar spelplanen</li> <li>• Data - i mötet med kunden</li> <li>• Kundprofiler baserat på data</li> <li>• Digitala verktyg och tekniker</li> <li>• Köp- &amp; säljprocesser inom olika verktyg samt fördelar/nackdelar verktyg</li> <li>• Grunderna i GDPR</li> </ul>	
<b>D DIGITALA MEDIKANALER &amp; MEDIEMATEMATIK</b>	<b>50%</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sök-, display- och mobilannonsering</li> <li>• Native advertising</li> <li>• E-post marknadsföring</li> <li>• Social medieannonsering</li> <li>• Influencer marketing</li> <li>• Video</li> <li>• Audio</li> <li>• DOOH</li> <li>• Programmatisk handel</li> <li>• Mediematematik för samtliga områden</li> <li>• GDPR</li> </ul>	