

A group of people are seated in a circle in a dark room, possibly a workshop or meeting. The room has a high ceiling with exposed wooden beams and some hanging plants. The people are dressed in casual to semi-formal attire. Some are looking towards the center, while others are looking down at papers or devices. The overall atmosphere is focused and collaborative.

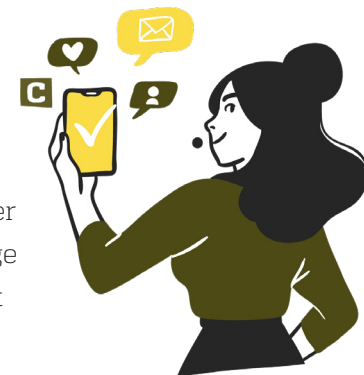
Contentlinjen

2023

**ALGORITMEN KAN FÅ
DIN POST FORAN
MODTAGEREN.**

**- DET ER DIT CONTENT,
DER FÅR FOLK TIL AT
KIGGE PÅ DEN.**

VELKOMMEN TIL CONTENTLINJEN



Den 1. marts 2023 starter Contentlinjen igen. Over 20 aftener klæder vi deltagerne på til at varetage den i stigende grad afgørende rolle som Content Manager i virksomheden.

For content handler ikke bare om at lave nogle ugentlige SoMe posts på virksomhedens egne kanaler. Content er en teoretisk og praktisk fagdisciplin, der kræver forståelse for både brand- og kommunikationsstrategi, kreativ idéudvikling og produktion og ikke mindst måling og håndtering. Det er med andre ord en moderne blæksprutte-funktion, der kræver flere fagligheder.

Uddannelsens format og indhold er baseret på dybdeinterviews med CMOs og kommunikationsansvarlige blandt landets største annoncører, heriblandt TV2, Arla, Carlsberg, Ørsted og IKEA om deres ønsker og forventninger til en uddannelse i Content Marketing. Uddannelsens struktur trækker på erfaringen fra de øvrige uddannelser: Reklamelinjen og Tekstlinjen, der er kendetegnet ved at samle branchens dygtigste fra ind- og udland, der deler deres viden og faglighed.

På de følgende sider kan du få indblik i Contentlinjen, og hvorfor det er værdifuldt at investere i udvikle strategisk funderet og kreativt indhold, der engagerer og aktiverer virksomhedens stakeholders.



HVAD SKAL VI MED EN CONTENTUDDANNELSE?

Behovet for at være always on, at kunne handle på aktuelle trender eller hastigt opståede behov for kommunikation, gør det i stigende relevans for virksomheder at investere og udvikle egen inhouse content-afdeling.

Hvor kampagneindsatser får periodisk spotlight og fokusere på fx. positionering af virksomheden, er den fortløbende content-udgivelse virksomhedens kommunikative hjerteblod. Det er det indhold brugerne/målgrupperne møder 'året rundt', og er bevisførelsen af virksomhedens holdning og handling.

Det fragmenterede og hurtigvoksende univers, som content-medarbejdere bevæger sig i, stiller høje krav til deres kompetencer. Der ses således et oplevet behov blandt virksomhederne for en contentuddannelse, der kan være med til at opkvalificere medarbejderne og klæde dem på til bedre at kunne navigere og agere i det hurtigt voksende og fragmenterede univers, der kendetegner nutidens medielandskab.

CONTENT MANAGERENS MANGE ROLLER

Projektleder, der styrer processen fra idé til eksekvering

Kreativ udvikler og kurator, der både finder de unikke idéer og balancerer dem fra platform til platform

Sælger, der skal formå at sælge sine idéer internt

Håndværker, der både forstår platformenes muligheder og kan producere indhold, der er optimeret til platformen

Strateg, der linker indholdet til virksomhedens brand- og forretningsstrategi

Advokat, der med diplomati og afsæt i lovgivningen skal sikre, at den rette etik er i højsædet altid





Det essentielle i Contentlinjen er at give deltagerne allround værktøjer med fokus på den kreative udvikling

Kreativitet er en muskel vi alle har, og den kan trænes til at blive større, stærkere og klogere. I løbet af uddannelsen bliver du introduceret for værktøjer, som du kan bruge til at få flere og større idéer. En idé er nemlig ikke noget man finder på, men noget man finder frem til. Du lærer at få sat dine idéer i system, så du kan vurdere om de er gode eller dårlige. Først derefter kan du gå i gang med at få dem til at leve i virkeligheden - uanset om det er en reklamefilm, en app, en gratis koncert eller alle de muligheder, som vi ikke engang kender endnu. Det kaldes Integreret Kommunikation, og det er det, din fremtidige uddannelse, arbejdsgiver eller kunde efterspørger.

Der er ingen lektier i løbet af uddannelsen, men der skal afleveres en opgave baseret på jeres virksomheds egen problemstilling i slutningen af forløbet.

“Det betyder meget for mig, at vi på fagets vegne får løftet niveauet. Min generelle kæphest er, at vi skal huske, som kommunikationsfolk, at vi ikke bare sprøjtelakerer, og pynter noget eller fortæller en fin historie, men content og marketingarbejde har virkelig en mulighed for at påvirke samfundet, som vi skal være en del af.”

Troels Bjørn Thorn

Head of Global Branding & Marketing, Ørsted

MODULOPBYGGET UDDANNELSE

Contentlinjen er en modulopbygget uddannelse, der i løbet af de 25 undervisningsgange giver deltagerne solid indføring i og erfaring med at arbejde både teoretisk og praktisk med brandstrategi, målgruppe- og platformsindsigt, kreativ udvikling og produktion, samt måling og håndtering, og inspiration.

Særlig fokus sættes på den kreative idéudvikling samt produktion af content, som dermed giver deltagerne værktøjerne til at tænde deres kreative content-gnist.



STRATEGI

Strategi-forløbet vil hjælpe dig med at forstå hvordan content kan understøtte virksomhedens forretningsstrategi og kommercielle målsætninger. Du vil få et indgående kendskab til hvordan de forskellige platforme fungerer og lære at vurdere hvilke der skal bruges hvornår. Du vil lære teknikker til at analysere og forstå dine målgrupper og lære at tilrettelægge en plan for at nå dem. Alt sammen i selskab med nogle af danmark's dygtigste strateger og social media-eksperter.

Vi kommer også til at arbejde med hvordan man optimerer workflows og processer internt i organisationen. Og så giver vi dig et indblik i hvad du skal være opmærksom på i forhold GDPR og jura.

- Aktivering af brandstrategi på sociale medier
- Målgruppeforståelse - hvem kommunikerer vi til?
- Kanal- og platformsstrategi
- Samarbejde, workflows og stakeholder management
- Jura, GDPR og Etik
- Content strategi. Hvad er det og hvordan laver du den
- Indkøb, analyse og effektmålinger
- Influencer marketing - does and don'ts og hvordan får du det maksimale ud af det?

KREATIVITET

På kreativitets-forløbet fokuserer vi på udvikling af content. Du får træning i at spotte den gode idé, samt metoder og værktøjer til selv at komme på den. Vi arbejder med indsigter, inspiration, idégenerering, præsentationsteknikker.

Vi kommer til at arbejde med hvordan man kan være aktuel og reagere hurtigt når der sker noget ude i virkeligheden. Og hvordan man håndterer alt fra ukrainske troldenhære, utilfredse brugere og deciderede shitstorme.

EKSEKVERING

På eksekverings-forløbet lærer du at omsætte din strategi og gode ideer til færdigt content. Vi beskæftiger os konkrete værktøjer og godt håndværk så dit content altid står knivskarpt. Vi går i dybden med fagligheden og dyrker tekstforfatning, art direction og hvordan du får fortalt den gode historie.


Vi kommer også rundt om hvordan virksomheder som f.eks Apple arbejder med kreativitet på tværs af lande og sprog og hvordan man lærer at tænke skalérbarhed ind i sin arbejdsproces.

Derfor møder du på dette forløb både traditionelle håndværkere inden for reklame og marketing og den nye generation af content creators og influencers.

- Den gode briefing - hvorfor og hvordan
- Find de rigtige indsigter
- Idégenerering og konceptudvikling
- Aktualitet og humor
- Community Management og Shitstorms
- Kreativt indsalg og præsentationsteknik



- Content formater: Video, Foto, Podcast og meget mere
- Grundforståelse, konkrete værktøjer og godt håndværk
- Skriv bedre tekster og skriv til formatet
- Visuel storytelling 101 og art direction
- Skalérbarhed og content på tværs af mange markeder
- Medieindkøb, A/B-test og platformsforståelse
- Tænk idé - så platform (og så nogle gange omvendt)



“...for fanden, det der er det vigtigste de lærer dem på uddannelsen er hvordan de henter inspiration”

Jacob Weinreich

Kommunikations- og marketingdirektør for TV 2 og årets CMO 2021

TÆT PÅ VIRKELIGHEDEN

I al undervisning og alle opgaver prøver vi at være så tæt på virkeligheden og jeres virksomhed som muligt. Det gør vi, fordi vi ved, at den eneste rigtige måde at blive en dygtig contentudvikler på, er ved at blive undervist og coachet af branchens topfolk, som selv har været denne udvikling igennem og kan trække deres erfaring, samtidig med at der arbejdes med egen virkelighed, så læringen bliver sat i perspektiv af jeres daglige udfordringer og contentbehov.

UDDANNELSEN ER MÅLRETTET:

Marketingmedarbejdere, der fremadrettet skal beskæftige sig med virksomhedens sociale medier (grundforståelse og udbygning)

Medarbejdere, der har ansvar for dele af virksomhedens content (nuanceringer af grundforståelse og udbygning)

Interns, studentermedhjælpere og junior level, der har interesse i at dygtiggøre sig indenfor content strategi og creation (grundforståelse og udbygning) – disse vil efter endt uddannelse være meget attraktive for virksomhederne, der slippe for oplæring i egne rækker.

GÆSTELÆRERE

De bedste gæsteundervisere fra ind- og udland vil guide dig sikkert igennem de lærerige aftener. Vi får bl.a. besøge TV2s CMO (og årets CMO 2021) Jacob Weinreich, Executive Creative Director og mange gange Cannesvinder Morten Grubak fra VICE, instruktør på Tæt på Sandheden og opfinder af FC Zulu, Kasper Birch for bare at nævne nogle stykker.

I al undervisning og alle opgaver prøver vi at være så tæt på virkeligheden og jeres virksomhed som muligt. Det gør vi, fordi vi ved, at den eneste rigtige måde at blive en dygtig contentudvikler på, er ved at blive undervist og coachet af branchens topfolk, som selv har været denne udvikling igennem og kan trække deres erfaring, samtidig med at der arbejdes med egen virkelighed, så læringen bliver sat i perspektiv af jeres daglige udfordringer og contentbehov.

Og så er Kasper Sierslev, der er "klasselærer" nu heller ikke uden faglig balast...

Kasper Sierslev

Kasper er tidligere kreativ chef og har bygget og drevet inhouse-bureauer i bl.a. Maersk og Georg Jensen og i dag CCO i ZUPA ZITE, der driver inhouse bureauer for bl.a. Grundfos, Norlys, Kamstrup og Nic. Christiansen Gruppen. Nåh ja, så er han bog-aktuel med bogen "win-win-house", der er opfølgeren til bestselleren "Moving In-house" fra 2020.



ALT DET PRAKTISKE

Start // Onsdag den 1. marts

Slut // Fredag den 30. juni

Tid // Onsdage 17:30 og 2 til 2½ time frem

Sted // Sankt Peders Stræde 19A, 1453 København K

Pris // Online: 19.500 kr. (ex. moms) - Fysisk: 24.500 kr. (ex. moms)

Antal deltagere // 20 fysiske deltagere, 20 antal online modtagere

Tilmelding // Senest onsdag den 22. februar 2023 (eller først til mølle)

Læs mere på www.Contentlinjen.dk



Contentlinjen

Sankt Peders Stræde 19A
1453 København K