



Marketing
Levels

Bli en certifierad Attention Expert

De färdigheter och steg som krävs för att bli certifierad.



Innehållsförteckning

03. Välkommen

04. Förstå attention i marknadsföring

05. Rollen som certifierad Attention Expert

06. Vad du kommer att lära dig

07. Färdighet 1: Strategisk förståelse av attention

08. Färdighet 2: Attention-baserad medieplanering

09. Färdighet 3: Utvärdering av distinkthet

10. Färdighet 4: Attention-optimerade annonser

11. Vägen till certifiering

Vilka är vi?



Mitt namn är Erik Modig, PhD, forskare och lärare vid Handelshögskolan i Stockholm, och grundare av Marketing Levels.

Om du läser detta måste vi ha fångat din uppmärksamhet. Troligt beror det på att du har insett hur stora konsekvenserna attention-data har för varumärken. I det här dokumentet förklarar jag varför företag och byråer behöver en Certifierad Attention Expert på sin arbetsplats. Kanske är det du!

Marketing Levels



Marketing Levels erbjuder e-learning inom marknadsföring som grundades av Erik Modig med ambitionen att förändra marknadsföringsutbildningen med ett holistiskt perspektiv på alla roller och funktioner så att alla kan hålla ett fast fokus på tillväxt.

Marknadsföreningen Sverige



Marknadsföreningen Sverige är ett av Sveriges ledande nätverk för yrkesverksamma inom marknadsföring och kommunikation. De har anor från 1919 med en roll som mötesplats för kompetensutveckling för yrkesverksamma inom marknadsföring, kommunikation, PR och media. Som plattform för kompetensutveckling ger de dig den trovärdighet du behöver för din certifiering.

Om Digital Attention

I dagens snabbt föränderliga marknadsföringslandskap är det viktigare än någonsin att fånga och behålla uppmärksamheten hos din publik. Som marknadsförare kan du skilja dig från konkurrenterna genom att förstå hur uppmärksamhet fungerar och hur du kan utnyttja den.

Det är här som rollen som Certifierad Attention-Expert kommer in i bilden. Den här e-boken guidar dig genom vad en attention-expert är, vilka färdigheter de besitter och vilket värde de kan tillföra organisationen.

Vikten av uppmärksamhet

I en tid av informationsöverflöd bombarderas konsumenterna med otaliga meddelanden varje dag. Att fånga deras uppmärksamhet har blivit en betydande utmaning för marknadsförare. En attention-expert är utbildad för att förstå och navigera i denna komplexa miljö, vilket säkerställer att deras budskap sticker ut och når fram till målgruppen.

Vetenskapen bakom uppmärksamhet

Uppmärksamhet handlar inte bara om att bli uppmärksam; det handlar om att förstå de psykologiska och neurologiska processer som driver konsumentbeteende. Som attention-expert kommer du att fördjupa dig i vetenskapen bakom uppmärksamhet, lära dig hur hjärnan bearbetar information och vilka faktorer som påverkar uppmärksamhetsspann och retention.

Vad en attention-expert gör

En attention-expert är ansvarig för att utforma och genomföra strategier som fångar och upprätthåller publikens uppmärksamhet. Det handlar om allt från innehållsskapande och visuell design till timing och leveransmetoder. Du kommer att lära dig hur du skapar övertygande budskap som engagerar din publik och driver fram handling.

Som attention-expert kommer du att kunna:

- Rebranding och ökad varumärkeskännedom
- Planera och genomföra digitala kampanjer
- Lansera nya produkter eller tjänster
- Skapa nytt marknadsföringsmaterial
- Utvärdera marknadsföringsinsatser
- Utforma medieplaner

Attention-expertens 4 färdigheter

1. Strategisk förståelse av attention

- Förstår det aktuella **attentionklimatet** och det digitala landskapet
- Vet hur man **skiljer** mellan meningsfulla och ytliga **mätvärden**
- Kan förklara uppmärksamhetens **bidrag** till den **övergripande affärstillväxten**

2. Attention-baserad medieplanering

- Känner till genomsnittliga **fixeringsnivåer** och **fixeringstider** för olika medier
- Förstår hur en **medieplan** stödjer **önskade mål**
- Kan dela med sig av **värdefulla insikter** om hur olika exponeringar påverkar konsumentbeteendet

3. Utvärdering av distinkthet

- Förstår hur den moderna **attentionmiljön** ställer krav på **varumärkesstrategin**
- Kan ge **förslag** på hur varumärkesidentiteten kan göras **mer distinkt**
- Kan bedöma hur varumärkets positionering kan **förtydligas**

4. Attention-optimerade annonser

- Känner till **framgångsfaktorerna** för digital displayannonsering
- Känner till hur korta videos bör **utformas**
- Kan **identifiera** de vanligaste **felen och utmaningarna** inom digital annonsering

Strategisk förståelse av attention

Teknologisk utveckling som lett till nuvarande intresse

En attentionexpert förstår att den tekniska utvecklingen har förändrat uppmärksamhetslandskapet i grunden. De vet skillnaden mellan aktiva och passiva paneler och vilka möjligheter och utmaningar som olika AI-lösningar innebär.

Känner till vilka mätvärden som mäter uppmärksamhet och vilka som inte gör det

En uppmärksamhetsexpert förstår vikten av att skilja mellan ytliga mätvärden och djupare, mer meningsfulla indikatorer för att kunna utvärdera och förbättra marknadsföringsstrategier. De vet skillnaden mellan alla påhittade uppmärksamhetsmått som finns där ute och faktiska fixeringsmått.

Kan förklara uppmärksamhetens bidrag till den övergripande affärstillväxten

En attention-expert kan på ett effektivt sätt utnyttja strategier för att öka uppmärksamheten och uppnå direkta kostnadsbesparingar genom att stoppa köp av ineffektiva visningar. De kan optimera mediebudgeten genom att fördela den mer effektivt. Dessutom kan en attention-expert förbättra effekten av den befintliga budgeten genom att säkerställa en bättre anpassning mellan mål och exponering, anpassa varumärkesstrategin till de villkor som ställs av mediebudgeten och skraddarsy utformningen av marknadskommunikationen så att den passar de köpta villkoren.

Attention-baserad medieplanering

Känner till genomsnittliga fixeringsnivåer och -tider

En attention-expert vet vilka genomsnittliga fixeringsnivåer och fixeringstider som gäller för olika typer av media och innehåll. Fixeringsfrekvenser, som mäter hur många gånger en person fixerar blicken på ett objekt, och fixeringstider, som anger hur länge fixeringarna varar, är kritiska mått för att förstå uppmärksamhet. En attention-expert har expertisen att analysera dessa data för att avgöra vilka delar av en annons, webbplats eller kampanj som fångar mest uppmärksamhet och vilka som förbises. Denna kunskap är avgörande för att skapa innehåll som effektivt engagerar målgruppen.

Kan använda detta för att förstå hur väl en medieplan stöder önskade mål

En attention-expert kan använda data om fixeringsgrad och -tid för att bedöma hur väl en medieplan stöder de önskade målen. Genom att analysera hur olika medier presterar när det gäller uppmärksamhet kan en attention-expert justera medieplanerna för att säkerställa att resurserna används på det mest effektiva sättet. Detta inkluderar att identifiera vilka kanaler som ger den högsta uppmärksamheten och justera investeringarna därefter för att maximera kampanjens genomslagskraft och effektivitet. På så sätt kan en attention-expert säkerställa att marknadsföringsinsatserna optimeras för att uppnå företagets mål.

Kan resonera kring de effekter som olika typer av exponering kan åstadkomma

En attention-expert kan resonera kring effekterna av olika typer av exponeringar och hur de bidrar till att uppnå specifika marknadsföringsmål. Genom att förstå hur olika format, frekvenser och sammanhang påverkar uppmärksamhet och engagemang kan en attention-expert ge värdefulla insikter i hur olika exponeringar påverkar konsumenternas beteende. De kan bedöma hur en kombination av visuell, ljud- och textbaserad exponering kan skapa synergier för att maximera effekten. Dessutom kan de föreslå strategier för att balansera mellan kortsiktiga engångseffekter och långsiktigt varumärkesbyggande, vilket bidrar till en mer holistisk och effektiv strategi.

Utvärdering av distinkthet

Förstår hur attentionmiljön ställer krav på varumärkesstrategin

En attention-expert förstår hur den moderna attention-miljön ställer krav på varumärkesstrategin. I en värld där hälften av publiken tittar på en annons i cirka 2 sekunder blir det avgörande att varumärkesguiden är uppdaterad för att leverera igenkänning.

Kan ge förslag på hur varumärkets identitet kan bli mer distinkt

En attention-expert kan ge förslag på hur varumärkesidentiteten kan göras mer distinkt för att sticka ut från konkurrenterna. Genom att analysera nuvarande varumärkeselement såsom logotyp, färgschema, typografi och tonalitet kan en attention-expert ge rekommendationer om huruvida dessa kan behöva justeras eller förnyas för att bli mer unika och minnesvärda.

Kan fastställa hur varumärkets positionering ska förtydligas

En attention-expert kan resonera kring hur varumärkespositioneringen behöver förtydligas för att bättre nå och engagera målgruppen. De vet att en tydlig och konsekvent varumärkespositionering är avgörande för att skilja sig från konkurrenterna och skapa en stark marknadsnärvaro.

Attention-optimerade annonser

Känner till framgångsfaktorerna för digital displayannonsering

En attention-expert känner till de kritiska framgångsfaktorerna för digital displayannonsering. Det handlar bland annat om att förstå vikten av visuellt tilltal, tydliga och koncisa budskap samt strategisk placering av annonser för att maximera synlighet och engagemang. En attention-expert vet också att användning av dynamiskt och interaktivt innehåll kan öka engagemanget avsevärt. Dessutom kan de analysera och optimera användningen av färger, typografi och uppmana till åtgärder för att säkerställa att annonserna effektivt fångar och behåller uppmärksamhet.

Vet hur korta videor bör utformas

En attention-expert vet hur korta videor ska utformas för att få maximal effekt. De förstår att för att snabbt fånga uppmärksamheten måste videon ha en stark inledning, helst inom de första sekunderna. En attention-expert vet också att innehållet måste vara relevant och engagerande, med ett tydligt budskap och en stark uppmaning till handling. De använder visuella och auditiva element för att få omedelbar kontakt med tittaren. Genom att analysera tittarmönster och engagemangsdata kan en attention-expert optimera längden och strukturen på videor för att säkerställa att de är så effektiva som möjligt.

Kan identifiera de vanligaste felen och utmaningarna inom digital annonsering

En attention-expert kan identifiera fel och utmaningarna och föreslå lösningar för att tackla dem. En vanlig utmaning är att annonserna inte är tillräckligt riktade, vilket leder till låg relevans och engagemang. De vet även hur man analyserar och segmenterar målgrupper för att skapa mer målinriktade och effektiva kampanjer. Ser också faran med "banner blindness", där konsumenterna ignorerar traditionella bannerannonser. Genom att använda mer innovativa format och placeringar kan en attention-expert hjälpa till att övervinna denna utmaning.

Så får du din certifiering

10 delar

21 lektioner

2h 49min

Svenska &
engelska

Del 1: Hur attention påverkar tillväxt

Del 2: Metoder och mått för attention

Del 3: Attention och kommunikationseffekter

Del 4: Förhållanden mellan attention-mått

Del 5: Data och slutsatser om fixeringsgrad i olika medier

Del 6: Data och slutsatser om fixeringstid i olika medier

Del 7: Utformning av en attention-baserad mediaplan

Del 8: Attention-baserad varumärkesstrategi

Del 9: Attention-baserad kommunikationsstrategi

Del 10: Attention-driven reklamdesign

Examinationsprocessen



- För att få din certifiering måste du klara ett flervalstest
- Testet ges 1 gång i veckan på fredagar kl 16:00-17:00
- I den sista lektionen i certifieringen hittar du länk där du kan anmäla dig till ett passande examinationstillfälle
- Testet består av 20 slumpmässigt utvalda flervalsfrågor
- För att bli godkänd krävs 75%, dvs. minst 15 korrekta svar
- Om du misslyckas kan du ta testet igen genom att anmäla dig till nästa tillfälle