KURSKATALOG

HØSTEN 2011

WEBGRUPPEN

KURSPROGRAM
HØSTEN 2011

AUGUST - OKTOBER 2011

Dato	Kurs	Kursleder	Pris	Side
23.08	Lynkurs for nettredaktører	Nina Furu	4980,-	6
24.08	Lynkurs i sosiale medier	Nina Furu/Kenneth Eriksen	4980,-	7
25.08	Facebook i salg og markedsføring	Kenneth Eriksen/Nina Furu	4980,-	8
29.08	E-postmarkedsføring	Nina Furu	4980,-	9
30.08	HTML for nettredaktører (1/2 dag)	Kenneth Eriksen	2450,-	10
31.08	Bestepraksis på web	Nina Furu/Jakob Thyness	4980,-	11
01.09	Bildebehandling for nettredaktører (1/2 dag)	Jakob Thyness	2450,-	12
05.09 - 06.09	Google Analytics (2 dager)	Kenneth Eriksen	9250,-	13
07.09 - 08.09	Bildebehandling og Photoshop (2 dager)	Jakob Thyness	9250,-	14
12.09	Slik lager du egne Facebook-sider	Kenneth Eriksen	4980	15
15.09	YouTube i salg og markedsføring	Nina Furu/Kenneth Eriksen	4980,-	16
13.09	Google AdWords introduksjonskurs (1/2 dag)	Annette Kallevig	2450,-	17
13.09	Google Analytics introduksjonskurs (1/2 dag)	Kenneth Eriksen	2450,-	18
14.09	Wordpress	Andreas Andersen	3980,-	19
19.09	Skriving for web introduksjonskurs (1/2 dag)	Nina Furu	2450,-	21
21.09 - 22.09	Salg og markedsføring på nett (2 dager)	Nina Furu	9250,-	22
26.09	Lynkurs for intranettredaktører	Nina Furu	4980,-	23
27.09	Webdesign for mobil	Jakob Thyness	4980,-	24
28.09 - 29.09	Retorikk og overtalelse på nett (2 dager)	Nina Furu	9250,-	25
11.10	Lynkurs i webdesign	Jakob Thyness	4980,-	26
12.10	Slik blir du mer synlig på søkemotorer	Roar Eriksen/Nina Furu	4980,-	27
13.10	HTML for nettredaktører (1/2 dag)	Kenneth Eriksen	2450,-	10
13.10	Google Analytics introduksjonskurs (1/2 dag)	Kenneth Eriksen	2450,-	17
18.10	Lynkurs for nettredaktører	Nina Furu	4980,-	6
19.10	Lynkurs i sosiale medier	Nina Furu/Kenneth Eriksen	4980,-	7
20.10	Facebook i salg og markedsføring	Kenneth Eriksen	4980,-	8
21.10	Nettredaktørskolen grunnkurs (dag 1)	Nina Furu	18500,-	5
25.10	Dirty Design	Jakob Thyness	4980,-	28

Alle priser er oppgitt eks. mva.

OKTOBER - DESEMBER 2011

Dato	Kurs	Kursleder	Pris	Side
26.10 - 27.10	Praktisk digital strategi (2 dager)	Nina Furu	9250,-	29
28.10	Nettredaktørskolen grunnkurs (dag 2)	Jakob Thyness	-	5
01.11	Slik lager du egne Facebook-sider	Kenneth Eriksen	4980,-	16
02.11	Design av webskjema og ELMER-standarden	Jakob Thyness	4980,-	30
03.11	Slik får du 6 stjerner på DIFI	Jakob Thyness	4980,-	31
04.11	Nettredaktørskolen grunnkurs (dag 3)	Nina Furu	-	5
08.11	Wordpress	Andreas Andersen	3980,-	19
09.11 - 10.11	Skriving for web og sosiale medier (2 dager)	Nina Furu	9250,-	32
11.11	Nettredaktørskolen grunnkurs (dag 4)	Roar Eriksen/Nina Furu	-	5
14.11	Søkemotorsynlighet for mobil	Roar Eriksen/Nina Furu	4980,-	33
15.11	E-postmarkedsføring	Nina Furu	4980,-	9
16.11	E-handel	Nina Furu/Kenneth Eriksen	4980,-	34
17.11	Design av nettbutikk	Jakob Thyness/Kenneth Eriksen	4980,-	35
18.11	Nettredaktørskolen grunnkurs (dag 5)	Nina Furu/Kenneth Eriksen	-	5
22.11	Nettannonsering	N. Furu/J. Thyness/K. Eriksen	4980,-	36
23.11 - 24.11	Strategi og analyse i sosiale medier (2 dager)	Kenneth Eriksen	9250,-	37
28.11	Slik styrer du et webprosjekt	Nina Furu	4980,-	38
29.11	Kravspesifisering og innkjøp av ny webløsning	Nina Furu	4980,-	39
30.11	Bestepraksis på web	Nina Furu/Jakob Thyness	4980,-	11
01.12	Skriving for web introduksjonskurs (1/2 dag)	Nina Furu	2450,-	21
01.12	Bildebehandling for nettredaktører (1/2 dag)	Jakob Thyness	2450,-	12
05.12 - 06.12	Google Analytics (2 dager)	Kenneth Eriksen	9250,-	13
07.12 - 08.12	Bildebehandling og Photoshop (2 dager)	Jakob Thyness	9250,-	14
12.12	Apps - hvorfor og hvordan?	Kenneth Eriksen	4980,-	20
13.12	Lynkurs for nettredaktører	Nina Furu	4980,-	6
14.12	Lynkurs i sosiale medier	Nina Furu/Kenneth Eriksen	4980,-	7
15.12	Facebook i salg og markedsføring	Kenneth Eriksen	4980,-	8

Alle priser er oppgitt eks. mva.

NETTREDAKTØRSKOLEN

Nettredaktørskolen er "flaggskipet" i vår kursvirksomhet, og et komplett undervisningsopplegg for deg som har ansvar for en bedrifts- eller organisasjonsweb. Nettredaktørskolen er først og fremst et tilbud til deg som er operativ, altså som sitter med konkrete arbeidsoppgaver innen oppdatering og vedlikehold av en webside for en bedrift, organisasjon elle etat. Også personer med mer strategisk ansvar kan imidlertid ha nytte av Nettredaktørskolen, for å få større innblikk i hvordan webkommunikasjon foregår i praksis.

NETTREDAKTØRSKOLEN I

På dette kurset lærer deg alt det grunnleggende rundt det å vedlikeholde innhold på et nettsted. Kursleder Nina Furu suppleres av flere høykompetente gjesteforelesere.

Her får du praktisk trening i nettredaktørfaget, kompetanse på de mest sentrale emnene innen det å drive et nettsted og påfyll av teori og praktiske eksempler til inspirasjon i egen jobb. Kurset egner seg for deg som jobber eller skal jobbe som nettredaktør, webmaster, informasjonsmedarbeider eller på annen måte har ansvar for innholdet på en webside.

NETTREDAKTØRSKOLEN II

Lær deg mer om å drive et nettsted. Nettredaktørskolen videregående er påbyggingen av Nettredaktørskolen grunnkurs, og utdyper emnene fra grunnkurset.

Kurset gir deg mer praktisk trening i nettredaktørfaget, samt påfyll av teori og praktiske eksempler til inspirasjon i egen jobb. Det egner seg for deg som jobber som nettredaktør, webmaster, informasjonsmedarbeider eller på annen måte har ansvar for innholdet på et nettsted. Du bør ha tatt Nettredaktørskolen grunnkurs som grunnlag for Nettredaktørskolen videregående.

SAGT OM NETTREDAKTØRSKOLEN:

"...Nettredaktørskolen skulle vært obligatorisk for alle nettredaktører."
Wenche Opsata, webredaktør, Renovasjonsetaten, Oslo Kommune

"Jeg opplevde Nettredaktørskolen som veldig relevant, inspirerende og ikke minst, bevisstgjørende."
Anne Marit Havnaas, Internettansvarlig, Mills DA

"Man kan gå rett tilbake på jobben og sette i verk det man lærer."
Dorthe Birch, Informasjonssjef, NOKUT

NETTREDAKTØRSKOLEN I - KURSINNHOLD

	Tema	Kursleder
Dag 1	Grunnleggende webkommunikasjon: Skriving for web. Hva er innhold på web? Strategiske valg ved etablering/redesign og endring, prosjektering og planlegging.	Nina Furu
Dag 2	Visuell webkommunikasjon. Webdesign, visuell findability, bildebehandling for web. Hva er "Dirty design", og hvorfor er det viktig?	Jakob Thyness, designer, Webgruppen
Dag 3	Todelt tema: 1) Utvikling og forbedring av nettstedet, CMS og kommunikasjons-plattformer. 2) Sosiale medier. Hvordan kan disse inngå som del av kommunikasjons- og markedsstrategien på web? Hvilke muligheter finnes, og hvordan kan de utnyttes?	Nina Furu
Dag 4	Ekstern og intern findability. Hvordan bli funnet på søkemotorer. Hvordan sikre at brukeren finner riktig innhold på ditt nettsted.	Roar Eriksen, søkemotorekspert, Qualité
Dag 5	Brukertesting, brukerorientering, bruker-vennlighet, brukerfokus. Google Analytics, webanalyse og hvordan webstatistikk kan brukes til løpende videre forbedring av nettstedet. Oppsummering og avslutning.	Nina Furu, Kenneth Eriksen, webanalytiker, Webgruppen

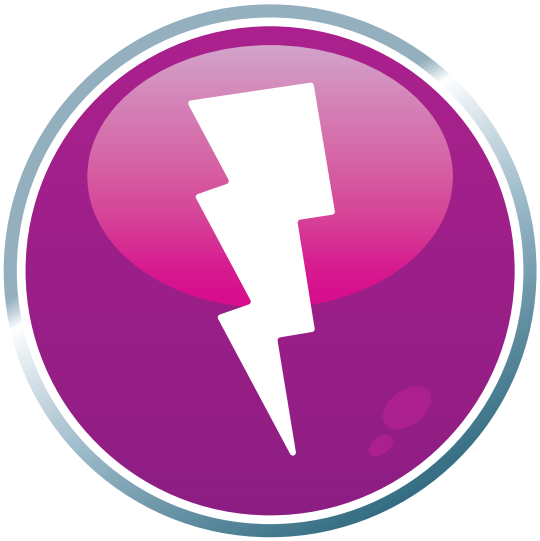
NETTREDAKTØRSKOLEN II - KURSINNHOLD

Dato	Tema	Kursleder
Dag 1	Strategiske og innholdsstyrte utviklings- og videreutviklings-prosesser. Hvordan drive en innholdsstyrt prosess? Hvordan sikre stadig forbedring? Praktisk gjennomgang av metode med case.	Nina Furu
Dag 2	Webdiagnostikk, målinger og sporbarhet. Hvordan måler man adferd på et nettsted og tilpasser forbedringsstrategier utfra dette?	Nina Furu, Kenneth Eriksen
Dag 3	Web som kommersiell kanal, selgende tekster og e-post markedsføring. Hva er potensialet for inntjening på web, og hvordan kan du utnytte det?	Nina Furu
Dag 4	Todelt plan: 1) Webstrategi og verdier. Hvilke verdier skaper webben? Hvordan tenker vi den sammen med andre kanaler? Praktisk gjennomgang med case-arbeid. 2) Samarbeidet i organisasjonen. Hvordan organiserer vi arbeidet med websiden? Hvordan bør ansvars- og oppgavefordelinger være? Hvordan fungerer ting i andre bedrifter og etater?	Nina Furu
Dag 5	Sosiale medier. Strategisk bruk og måling av aktiviteter i sosiale medier. Hva er slike kanaler og hvordan kan de brukes? Hvilke fallgruver bør du unngå? Når bør sosiale medier unngås? Hvordan kan du evaluere og forbedre resultatene?	Nina Furu m/ gjester

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: 5 hele dager fra Kl 09.00 - 15.30
Kursperiode: **Grunnkurs høst 2011:** 21.10 - 18.11 2011
Vinterskolen 2012 (grunnkurs): 02.01 - 06.01 2012
Sommerskolen 2012 (grunnkurs): 18.06 - 22.06 2012
Videregående 2012: 25.06 - 29.06 2012
Pris: kr 18500,- eks. mva, inkl. lunsj, og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu m/ gjesteforelesere
Påmelding: www.nettredaktorskolen.no

LYNKURS FOR **NETTREDAKTØRER**



Må du raskt opp å stå med kompetanse som nettredaktør? Ta da dette heldags lynkurset som inneholder alt du trenger å vite for å drive et effektivt nettsted, formidlet på en høyst konsentrert og matnyttig måte. Dette er kurset som lærer deg å drive et effektivt firma- eller organisasjonsnettsted på bare én dag!

Målgruppen for kurset er deg som har ansvar for å drive et nettsted for bedrift eller organisasjon i dag, eller som kommer til å få slikt ansvar i nærmeste fremtid. Kurset dekker innholds- og kommunikasjonsaspekter, og ikke i vesentlig grad tekniske eller designmessige emner.

Kurset vil gi deg praktiske innspill som du kan iverksette på eget nettsted med det samme - og som vil gi deg målbart bedre resultater på nettstedet ditt umiddelbart.

Umiddelbar kommunikasjon:
Hva du kan gjøre for å sikre at brukeren blir hos deg.

Søkemotorsynlighet:
Hva skal egentlig til for å bli mer synlig på søkemotorene?

Sosiale medier:
Hvordan kan du bruke sosiale medier (Facebook, Twitter og lignende) som markedsførings- og servicekanaler?

Webstatistikk og analyse:
Hvordan kan webstatistikk hjelpe deg å forbedre nettstedet ditt?

Skriving for web:
Grepene du kan og bør ta når du tilrettelegger tekst for web-mediet.

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30
Kursdato:	23. august 2011, 18.oktober 2011, 13. desember 2011
Pris:	kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Nina Furu
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

LYNKURS I SOSIALE MEDIER

De sosiale mediene som Facebook, Twitter, Wikipedia, YouTube og andre er i ferd med å forandre grunnreglene for webkommunikasjon. I dette heldagskurset lærer du å forholde deg til disse mediene som naturlige supplementskanaler for ditt web-innhold.

Over 2,3 millioner nordmenn har profiler på Facebook. Spredningskanaler som Twitter kan sikre deg eksponentiell vekst av lesertallene for innholdet ditt - i hvert fall for en enkelt dag. You Tube er blitt verdens nest største søkemotor.

Hva betyr dette for oss som webkommunikatører? Det betyr at vi trenger å kjenne de sosiale mediene, vite hvordan de fungerer, hva som egner seg for hvilken kanal, hvordan vi skal svare på tiltale - og ikke minst: Vite når vi skal la det være.

Noen stikkord om innholdet:

- Hvilke er egentlig de sosiale mediene, og hva kjennetegner hvert av dem?
- Hvordan er sosiale medier forskjellige fra andre nettsider?
- Hvordan følge med på hva som sies om deg i sosiale nettverk?
- Hvordan kan sosiale medier forsterke og utdype kommunikasjonen på eget nettsted?
- Hvilket innhold egner seg for sosiale medier?
- Hvordan vekke interesse og fenge i sosiale kanaler?
- Hvordan utforme og formulere relevante budskap?
- Hvordan svare relevant på tiltale og henvendelser?
- Hvordan møte kritiske tilbakemeldinger og negativ omtale?
- Hvordan måle effekt i sosiale medier?
- Hvordan overvåker du merkevaren din?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 24. august, 19. oktober,14. desember 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu, Kenneth Eriksen
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

FACEBOOK
I SALG OG MARKEDSFØRING

Facebook er blitt norges største nettsted, men hvordan kan og bør man egentlig benytte denne kanalen som kommunikasjons- eller markedsføringsverktøy?

For både markedsførere og kommunikatører er Facebook blitt en svært viktig og interessant arena. I dette kurset tar vi et litt mer overordnet perspektiv og ser på hvordan Facebook best kan passe inn i bedriftens salgs- og markedsføringsarbeid.

Vi diskuterer også risikoelementene rundt sosiale medier. I praksis har vi kanskje sett at frykten for å feile er større enn de reelle konsekvensene, men det finnes feller det er viktig å unngå.

Stikkord for innholdet:

- Hvilke saker eller tema passer for Facebook?
- Bør bedriften ha en egen "identitet" på Facebook?
- Hvem bør egentlig engasjere seg på vegne av
- bedriften på Facebook?
- "Tone of voice" på Facebook
- Hva er sjargongen som er passende på Facebook?
- Hva kan vi si og hva bør helst ikke legges ut på Facebook?
- Hvordan kan Facebook benyttes, og hvordan kan de
- ulike tiltakene kombineres med andre aktiviteter?
- Regelverk på Facebook
- Hva kan du gjøre, og hva bør du absolutt ikke gjøre?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 25. august 2011, 20. oktober2011, 15. desember 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Kenneth Eriksen
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

E-POSTMARKEDSFØRING

Bevisst bruk av en e-postliste vil bevislig øke salgs- og markedsføringseffekten av et nettsted vesentlig. På dette kurset kan du lære alt du grunnleggende trenger å vite for å bruke e-postmarkedsføring effektivt.

E-postmarkedsføring gir ofte større ROI (Return On Investment) enn andre markedsføringskanaler. I dette konsentrerte 1-dags kurset lærer du alt du trenger å vite om å drive etisk og effektiv e-post markedsføring. Målsettingen for kursdagen er å gi deg grunnleggende kunnskap slik at du umiddelbart etter endt kurs kan etablere og/eller forbedre bedriftens kommersielle satsning på e-post.

Kurset dekker blant annet:

- Hvordan bygger man opp en omfattende e-postliste?
- Hvor ofte bør man sende ut e-post?
- Hva er mest effektivt av HTML-mail og tekstmail?
- Når bør man etablere redaksjonelle nyhetsbrev?
- Når bør man satse på rene salgshenvendelser?
- Hvordan øke sannsynligheten for at e-posten blir åpnet?
- Hvordan øker man responsraten på sine utsendelser?
- Hvordan bør tekstene utformes?
- Hvordan unngår du at e-post oppfattes som spam?
- Hva slags verktøy trenger du?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 29. august 2011, 15. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj, kursmateriell og bonusbok
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

NB! *Kursopplegget omfatter å skrive egne overskrifter mm. Deltakere som ønsker kan ta med bærbar PC (men det er ikke noe problem å gjennomføre kurset med papir og blyant).*

HTML FOR NETTREDAKTØRER

Å kunne litt HTML er nyttig for en nettredaktør. Det setter deg i stand til å overstyre egen publiseringsløsning når det trengs, tilpasse egne Facebook-sider og mye mer. Dette halvdagskurset gir deg en kort innføring.

HTML er kodespråket som benyttes på nett. Enten du benytter et kommersielt publiseringsverktøy, et gratisverktøy som Wordpress eller en sosial plattform som Facebook, vil grunnleggende kunnskap om HTML sette deg i stand til å tilpasse utseende og kommunikasjon utover de standardmuligheter som ligger i malverk og løsning.

I dette halvdagskurset lærer du grunnleggende om HTML og bruk av dette til tilpasning av egne budskap.

Kurset dekker blant annet:

- Hva er HTML?
- Elementene i HTML-koden og hva de gjør
- Hvordan endre fonter og farger i et publiseringsverktøy?
- Hvordan tilpasse plassering og størrelse på bilder?
- Hvordan bruke tabeller til å styre plassering og spalteinndeling av tekst
- Hvordan skreddersy din åpningsside på Facebook?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 12.00
Kursdato: 30. august 2011, 13. oktober 2011
Pris: kr 2450,- eks. mva, inkl. kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Kenneth Eriksen
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

NB! *Egen bærbar PC eller Mac må medbringes.*

BESTEPRAKSIS PÅ WEB

Hvordan bør websiden se ut og hvorfor? Hvilke elementer bør finnes? Hvordan bør elementene utformes? Hvordan bør menyer og strukturer bygges opp? Hvorfor trenger vi skriveregler, og hvordan bør slike regler være?

Fordi resultater på nett er enkelt å måle, vet vi ganske mye om hva som fungerer godt og hva som ikke fungerer så bra. Dette kurset oppsummerer en del av rådene fra denne erfaringen. Gjennom faktiske eksempler fra eksisterende nettsteder lærer du enkelt hvordan ting bør gjøres utfra et bestepraksis-perspektiv.

Kurset gjennomgår også noen av kvalitetskriteriene som Direktoratet for Forvaltning og IKT (Difi) benytter når de deler ut stjerner til offentlige nettsteder.

Kurset vil demonstrere bestepraksis innen forskjellige sider av webkommunikasjon, blant annet:

- Menyer
- Webdesign
- Lay-out
- Tekster
- Overskrifter
- Søkemotortilpasning
- Teknisk kvalitet
- WAI (tilgjengelighet)

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 31. august 2011, 30. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj, og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu, Jakob Thyness
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

BILDEBEHANDLING
FOR NETTREDAKTØRER

Hvordan velge riktige bilder, og behandle og beskjære dem for å få et best mulig helhetsinntrykk? Hvordan skape riktig visuell webkommuikasjon på nettstedet?

Når man driver nettsted er bildene en viktig del av kommunikasjonen. Riktig og profesjonell bildebruk er en vesentlig del av helhetsinntrykket, og kan utgjøre forskjellen på om brukeren velger å bli på dine nett-sider eller ikke. I tillegg vil bildevalg og bildehåndtering påvirke budskapet i en enkelt artikkel.

Kurset "Bildebehandling for nettredaktører" er et tilbud til deg som arbeider med innhold og kommunikasjon på et nettsted, men ikke har bakgrunn innen grafiske fag. Her lærer du både hva du skal se etter ved valg av bilder, hvordan du kan vurdere motiver, og hvordan du kan behandle bildet for best mulig bildekvalitet.

Kurset dekker blant annet:

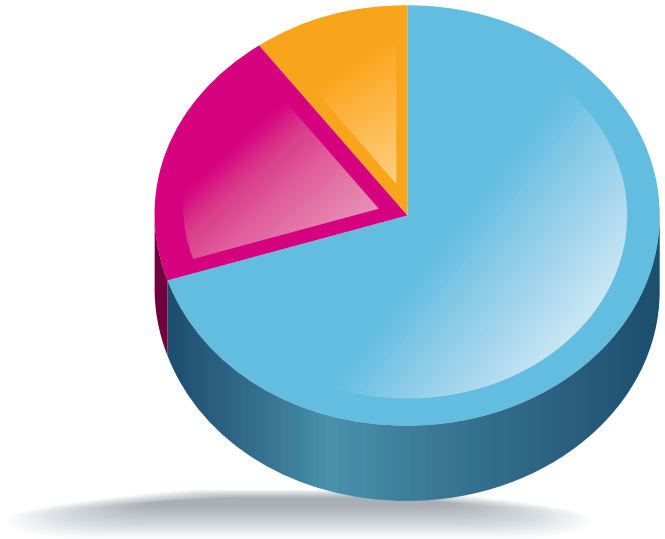
- Hvordan bruke bilder for å forsterke et budskap
- Hvordan utnytte bildematerialet man har til rådighet
- Hvilke bilder passer til hvilken bruk?
- Hva kommuniserer farger?
- Når bruke .gif og når bruke .jpeg-bilder?
- De tre tingene enhver nettredaktør må kunne i Photoshop/Photoshop Elements

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 12.00 (1. september), kl. 12.30 - 15.30 (1. desember)
Kursdato: 1. september 2011, 1. desember 2011
Pris: kr 2450,- eks. mva, inkl. kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Jakob Thyness
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

GOOGLE ANALYTICS

2 DAGERS WORKSHOP



Dette er kurset for deg som vil lære å bruke Google Analytics skikkelig. Du får først en kort introduksjon til verktøyet, deretter går vi ganske nøye igjennom all viktig funksjonalitet.

Gratisverktøyet Google Analytics er kanskje ett av verdens beste analyseverktøy, og kan benyttes helt kostnadsfritt på både interne og eksterne nettsider. Med Google Analytics har du grunnlag for å fatte beslutninger om en rekke aspekter ved nettstedet ditt.

Kurset forutsetter at du har tilgang til bedriftens Google Analytics-konto, og du må påregne at du skal arbeide med dine egne tall og rapporter i løpet av kurset. (Du vil naturligvis ikke bli pålagt å opplyse bedriftens faktiske tall eller målinger for medelevene.)

DAG 1: (litt enklere)

- Hva er de viktigste tallene?
- Hva er de viktigste rapportene?
- Hvordan setter du opp egne oversikter?
- Hvordan setter du opp egne mål?
- Hva er bra og hva er dårlig?
- Hva betyr de ulike tallene?

DAG 2: (mer avansert)

- Hvordan segmentere statistikken på en relevant og meningsbærende måte?
- Hvordan sette opp egne kriterier for segmentering?
- Hvordan sette opp filter?
- Hvordan lage egne skreddersydde rapporter?
- Kampanjemåling på web og i sosiale medier

Mye diskusjon og individuelle problemstillinger denne dagen!

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30
Kursdato:	5. og 6. september 2011, 5. og 6. desember 2011
Pris:	kr 9250,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Kenneth Eriksen
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

BILDEBEHANDLING OG **PHOTOSHOP**
2 DAGERS WORKSHOP

2-dagers praktisk workshop for deg som vil bli mer profesjonell på valg og bruk av bilder, og på bearbeidelse av bilder og grafiske elementer i Photoshop.

Blir du stadig mer bevisst på hvor viktige bildene er på av nettstedet ditt? Ønsker du å ta bildevalg, bildebehandling og bildebruk på alvor? Skulle du ønske du var mer øvet i bruk av Photoshop? - Da er dette kurset for deg.

Kurset er en praktisk workshop med undervisning, konkrete øvelser under veiledning og gjennomgang av løsningsalternativer i plenum.

Kurset egner seg for noe øvede nettredaktører og webdesignere. Deltakere må ha med bærbar PC der Photoshop eller Photoshop Elements er installert. Grunnleggende forståelse av Photoshop eller Photoshop Elements forutsettes.

Kurset dekker blant annet:

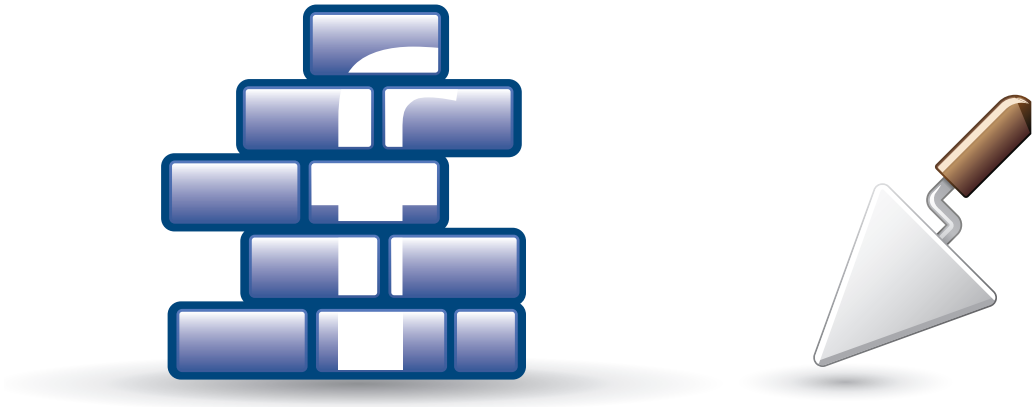
- Bildelegging - hvilket bilde bør brukes til hvilke saker?
- Hvordan gjøre gode søk i bildebaser?
- Fargekorrigering - hvordan sikre god fargegjengivelse
- Frilegging av motiver mot hvit bakgrunn
- Sammenkopiering - Hvordan kombinere ulike bilder
- Bruk av grafiske elementer i bilder
- Hvordan lage grafiske effekter, knapper, og ikoner

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30 (2 dager)
Kursdato: 7. og 8. september 2011, 7. og 8. desember 2011
Pris: kr 9250,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Jakob Thyness
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

NB! *Egen bærbar PC eller Mac med Photoshop eller Photoshop Elements installert må medbringes.*

SLIK LAGER DU **EGNE FACEBOOK-SIDER**



Ønsker du å bruke Facebook som plattform for kommunikasjon med brukerne dine, eller for å sikre deg et nærvær i norges mest benyttede nettsted? Da trenger du en egen Facebook-side. Det er gratis å lage og å ha en slik side, og i dette kurset lærer du hvordan du oppretter og vedlikeholder den selv.

I tillegg kommer det faktum at når du publiserer noe på din Facebook-side, vil det kunne komme opp i nyhetsfeeden til alle som har klikket for at de liker din side. Dermed får du en meget kraftfull push-kanal som supplement til pull-kanalen som er din egen webside.
I løpet av dette heldagskurset lærer du blant annet:

- Hva er forskjellen på sider og grupper, og hva bør benyttes når?
- Hvordan opprette egne sider
- Hvordan egne menypunkter og undersider?
- Hvordan legge inn eget design på siden
- Hvordan definere velkomstside
- Hvordan hente inn saker automatisk fra andre kilder
- Hvordan komme i gang med å få "likes" på siden
- Hvordan få din egen Facebook-webadresse

Vi bruker publiseringsverktøyet Fanbooster, som alle kursdeltakere vil få prøve gratis i 30 dager etter kurset.

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30
Kursdato:	15. september 2011, 1. november 2011
Pris:	kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Kenneth Eriksen
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

YOUTUBE
I SALG OG MARKEDSFØRING

Ifølge den internasjonale ranking-tjenesten Alexa er YouTube nå er Norges 4. største største nettsted, kun slått av Facebook, Google.no og Google.com i antall brukere. Globalt er YouTube blitt verdens nest største søkemotor, kun slått av eierselskapet Google.

I 2011 har YouTube fått sin første ansatte i Norge, og det ventes en satsning fremover på utrulling av nye annonse-produkter med mer.

Dette kurset dekker både gratis og betalte muligheter på YouTube. Vi ser på gratisalternativene for markeds-føring, informasjonsformidling, videohosting og video-deling. I tillegg går vi gjennom annonseringsmulighetene som i dag finnes på YouTube internasjonalt og som tro-lig blir tilbudt i Norge om kort tid.

Stikkord om innholdet:

- Hvordan kan en bedrift utnytte trafikken som finnes på YouTube?
- Hva slags bedrifter/organisasjoner kan ha nytte av å etablere en egen YouTube-kanal?
- YouTube som vertskapstjeneste for videoer du viser på eget nettsted.
- Kombinasjonen av YouTube og Facebook – hvilke muligheter finnes?
- "Branded channels" – bør du ha en egen utforming på din YouTube-kanal?
- Annonsemulighetene på YouTube-flaten
- Annonsering inne i andres videoer
- Vinnende videokonsepter og suksesshistorier

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30
Kursdato:	15. september 2011
Pris:	kr 4980,- eks. mva, inkl. kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Nina Furu/Kenneth Eriksen
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

GOOGLE ADWORDS
INTRODUKSJONSKURS

Med søkemotorannonsering på Google kan du starte en annonsekampanje på 15 minutter med hundrelapper i budsjett. I dette halvdagfskurset lærer du grunnprinsippene for søkemotorannonsering med Google AdWords.

Skal du markedsføre deg på nett er annonsering på Google, med andre ord Google AdWords, kanskje den mest kosteffektive måten å gjøre det på. I dette konsentrerte halvdagskurset får du med deg grunnprinsippene for annonsering på Google.

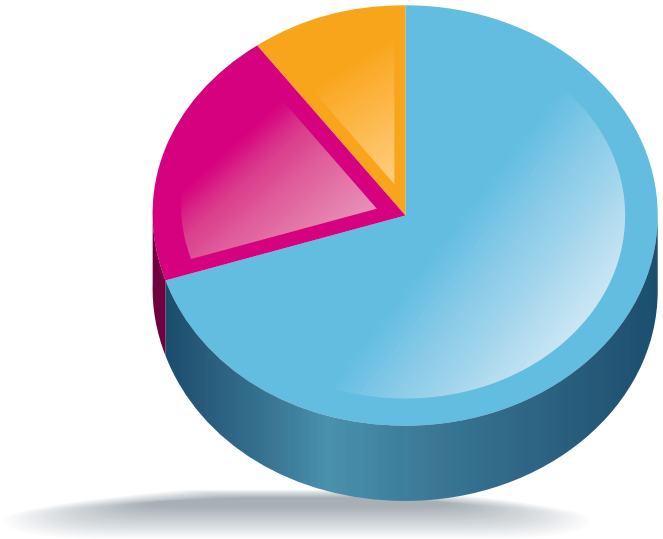
Kurset omfatter blant annet:

- Hva er PPC-annonsering?
- Hvordan fungerer annonsering i forhold til søkeord på Google?
- Hvordan oppretter du kampanjer og annonser?
- Hva bør du tenke på når du velger søkeord?
- Hva er viktig i utformingen av annonsen?
- Hvordan legger du opp en formålstjenlig budstrategi?
- Hvordan beregner du lønnsomheten av annonsen?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 11.30
Kursdato: 13. september 2011
Pris: kr 2450,- eks. mva, inkl. kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Anette Kallevig
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

GOOGLE ANALYTICS
INTRODUKSJONSKURS



Hvem er brukerne dine? Hvor kommer de fra? Hva er dine beste sider? Hvor godt fungerer nettstedet ditt? Gratisverktøyet Google Analyics gir svarene. Lær å bruke det i dette konsentrerte halvdagskurset.

Google Analytics lar deg se hva som skjer på nettstedet ditt. Hvem er det som skaffer trafikk til sidene dine? Hvor godt fungerer sidene? Hva er populært stoff og hva er mindre leste sider? Ikke minst: Hvor finner du potensialet til fornying og forbedring?

Dette konsentrerte halvdagskurset lærer deg alt det grunnleggende om Google Analytics. Kurset er et nybegynnerkurs og krever ingen forkunnskaper.

Kurset omfatter blant annet:

- Hvordan oppretter du en konto og kommer i gang med måling?
- Hva betyr tallene på dashbordet?
- Hva måles i de forskjellige seksjonene av programmet?
- Hvilke faresignaler skal du se etter?
- Hvordan kan du tolke funnene som fremkommer i statistikken?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 12.30 - 15.30
Kursdato: 13. september 2011, 13. oktober 2011
Pris: kr 2450,- eks. mva, inkl. kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Kenneth Eriksen
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

WORDPRESS

Vurderer du gratisverktøyet Wordpress som alternativ til betalte publiseringsløsninger? I dette heldagskurset får du en grundig innføring i bruk av Wordpress som verktøy for webpublisering i bloggformat eller på eget domene.

For mange seiler nå Wordpress opp som en meget aktuell kandidat til kommersielle løsninger. Wordpress er gratis, utvalget av designmaler er tilnærmet ubegrenset, og Wordpress har en rekke én-klikks-integreringer med moderne funksjonalitet som RSS-feeds, anbefalinger i sosiale medier osv.

Etter endt kurs skal du være i stand til å installere Wordpress på eget domene, opprette og tilpasse design og gjøre nettstedet klart for innlegging av innhold.

Kurset dekker blant annet:

- Hva slags nettsteder kan lages med Wordpress?
- Hvordan fungerer Wordpress?
- Hva trenger du for å drive Wordpress på eget domene?
- Hvordan bruker du funksjonaliteten i Wordpress?
- Hvordan velger du designmaler?
- Tilpassing av eget design
- Oppretting og vedlikehold av sider
- Installering av tilleggsfunksjonalitet via widgeter
- Installering av Wordpress på egen server
- Hvilke "plug-ins" finnes, og hvilke bør du installere?
- Bruk av skjemaer i Wordpress
- Å sette opp sin egen nettbutikk gratis på Wordpress

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 14. september 2011, 8. november 2011
Pris: kr 3980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Andreas Andersen
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

APPS - NÅR OG HVORDAN?

Mobile applikasjoner kan tilføre stor verdi til nettsted og bedrift. Men hvilket innhold er det egentlig som egner seg for utvikling av apps? Og hvordan kan applikasjoner mest effektivt utvikles, selges og markedsføres?

Apps er blitt "big business". Her hjemme har vi hatt en rekke suksess-caser med mobilapplikasjoner, bl.a. bysykkel-app'en i Oslo, Trafikant-app'en til #Ruter og populære apps fra Matprat og Yr. Det er fullt mulig å gjøre suksess med app'er for både web og mobil - men som det meste annet digitalt innhold skal også dette håndteres riktig.

Kurset dekker også tips til deg som skal ut i utvikler-markedet og bestille produksjon av en applikasjon. Hva bør du spørre om? Hva er prisnivåene du kan forvente, og hvor detaljert må applikasjonen spesifiseres?

Kurset omfatter blant annet:

- Hva slags innhold egner seg for apps?
- Når kan du ta betalt for en app, og hvor mye?
- Plattformkrigen - gjør du app'en tilgjengelig for iPhone, Android eller WM7?
- Hva er suksesskriteriene for en vellykket app?
- Hvordan håndtere brukervennligheten i applikasjonen?
- Hvordan bruke apps som del av en flerkanalstrategi for informasjonsformidling eller markedsføring?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 12. desember 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Jakob Thyness, Kenneth Eriksen
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

SKRIVING FOR WEB
INTRODUKSJONSKURS

Vil du lære hvordan man skriver godt for internett på en rask og effektiv måte? Kurset er et grunnkurs som passer spesielt godt for nybakte webskribenter og medarbeidere som ikke er vant med å tilpasse tekster spesielt for webmediet.

I løpet av tre timer gjennomgås både teori og praksis når det gjelder skriving for web. Ved endt kurs får du med deg sjekkliste og verktøy som hjelper deg til å lage bedre tekster for ditt eget nettsted.

På kurset får du lære mer om:

- Hvordan brukeren leser på web
- Grepene du kan og bør ta når du tilrettelegger teksten
- De 10 prinsippene for å skrive god webtekst
- Hvordan gjøre lange og tunge tekster mer webvennlige
- Hvordan skrive for informasjonsgjenfinning
- Praktiske eksempler.

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 12.00
Kursdato: 19.september 2011, 1. desember 2011
Pris: kr 2450,- eks. mva, inkl. kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

SALG OG **MARKEDSFØRING** PÅ NETT

Hvordan markedsfører og selger man sine varer og tjenester på web? Hva er de kritiske suksessfaktorene? Hvilke feller må man unngå? Her får du oversikten over hva som skal til for å skape kommersiell suksess på web.

Kurset har spesielt fokus på praktisk og matnyttig informasjon, og egner seg spesielt for deg som allerede driver et kommersielt nettsted, eller planlegger en satsning innen dette området. Kurset dekker både tradisjonell e-markedsføring og sosiale medier.

Kurset tar utgangspunkt i den anerkjente "suksessformelen" for web, som sier at suksess er avhengig av to faktorer: At du får brukere til å oppsøke siden din, og at du får dem til å gjøre det du ønsker de skal gjøre når de er der.

Kursleder Nina Furu behandler de to emnene med hver sin dag:

DAG 1: HVORDAN SKAFFER DU TRAFIKK?

- Søkemotoroptimalisering (gratis søkemotortrafikk)
- Facebook og Twitter
- PPC-annonsering (betalt trafikk fra søkemotorer)
- E-postmarkedsføring
- Katalogannonsering
- Bannerannonsering
- Firmablogging

DAG 2: HVORDAN KONVERTERE TRAFIKK TIL SALG?

- Hva er gode landingssider?
- Hvordan konvertere brukere fra søkemotorer?
- Hvordan bygge opp "overtalelsesarkitektur"?
- Hvordan skrive handlingsutløsende tekster?
- Hva er suksessfaktorene for å lykkes med netthandel?
- Hvordan jobbe målrettet med gjensalg og oppsalg?
- Hva slags resultater kan man forvente og når?
- Hvilke verktøy trenger man, og hva slags investeringer bør påregnes?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30 (2 dager)
Kursdato: 21. og 22. september 2011
Pris: kr 9250,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

LYNKURS OM INTRANETT

Lær å bygge opp og vedlikeholde et intranett som effektiviserer ansatte i jobben, bygger bedriftskultur, bidrar til kunnskapsdeling, er bedriftens sentrale nyhets- og informasjonskanal, og som BLIR BRUKT. Dette er kurset som lærer deg å drive et effektivt intranett på bare én dag!

Intranettet er kanskje din viktigste kanal for internkommunikasjon. Et godt og velfungerende intranett gir direkte uttelling både på effektivitet og trivsel i bedriften, og kan hjelpe hver enkelt ansatt til å gjøre en enda bedre jobb.

Her ser vi på praktiske og konkrete forbedringer som kan gjøres for å gi intranettet maksimal effekt i din organisasjon/bedrift:

- Hva slags innhold bør finnes på intranettet?
- Hvordan bør menyer og navigasjon legges opp?
- Hva slags nyhetssaker bør legges ut og når?
- Hva slags kjerneinformasjon bør alltid være tilgjengelig på intranettet?
- Hvem i organisasjonen bør bidra med innhold til intranettet, og hvordan?
- Hvordan hjelper man alle til å finne fram til riktig informasjon på intranettet?
- Hvordan sikrer man at intranettet blir brukt?
- Hvordan sikrer man at kolleger faktisk leverer tekster og annen informasjon til intranettet?
- Hvordan får man forankring og støtte i ledelsen?

Det stilles ikke spesielle krav til forkunnskaper, men erfaring fra arbeid med web-, ekstranett- eller intranettkommunikasjon vil øke deltagerens utbytte av kurset.

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 26. september 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

WEBDESIGN FOR **MOBIL**

Hvilke grep kan og bør du ta med sidene dine for at de skal fungere godt på mobiltelefoner, iPads og andre nettbrett?

Det er foreløpig ikke mer enn ca 5 prosent av trafikken på et nettsted som kommer fra mobiler og nettbrett. Dette er imidlertid en meget raskt voksende prosentandel, og et bruksmønster man trenger å designe for.

Vi har derfor utviklet et nytt kurs som omhandler tilpasning av nettsteder til nye bruksmønstre fra mobil og iPads/nettbrett.

Etter endt kurs vil du være i stand til å fatte gode beslutninger om design, utvikling og innhold, basert på at nettsted og innhold skal være tilgjengelig for brukere som surfer med mobiltelefoner og nettbrett.

Kurset omfatter blant annet:

- Hvilke milepæler må du gjennom i prosessen?
- Hva trenger leverandøren å få vite, og hvorfor?
- Hvor detaljert er du nødt til å beskrive funksjonaliteten du ønsker deg?
- Hvilke tekniske elementer må med i spesifikasjonen?
- Hvordan kan du spare titusener ved å skille mellom "need-to-have" og "nice-to-have"?
- Hvilke faktorer har en tendens til å fordyre leveransen?
- Hvilke kriterier bør ligge til grunn for valg av leverandør?
- Hvordan kan du sammenligne forskjellige løsningsforslag?
- Hvilke fallgruver bør du være oppmerksom på?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 27. september 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Jakob Thyness
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

RETORIKK OG **OVERTALELSE** PÅ NETT

Enten det gjelder å overtale bruker til å kjøpe et produkt, ta kontakt, gi fra seg en epostadresse eller søke på barnehageplass ... I webkommunikasjon har man ofte behov for å kunne formulere seg retorisk med overtalelse som hensikt.

Dette er et to-dagers kurs der vi går inn i overtalelsens kunst, og arbeider med å bygge retorikk både i form av innhold og visuelle tekstlige grep.

Kurset egner seg best for deltakere som har noe erfaring med skriving på web fra før.

- Retorikkens fire P'er: Position, Problem, Possibilities, Proposition
- Å skrive så leseren kjenner seg igjen og føler seg sett
- Overtalelsens sti – "persuasive path"
- Å bygge overtalelse på tvers av kanaler
- Ethos, pathos og logos – slik får du pondus
- Argumenter og motargumenter
- Å imøtegå kundens interne innvendinger
- Tekstformateringer som driver overtalelse

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 28. og 29. september 2011
Pris: kr 9250,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

LYNKURS I WEBDESIGN

Ønsker du å komme raskt opp og stå med kompetanse om webdesign? Her får du grunnprinsippene i løpet av en enkelt dag.

Innholdet dekker forskjellen på tradisjonelt design og webdesign, hva digitalisering og skjermbaserte medier betyr for utformingsramene og hvordan du holder fokus på å skape en god brukeropplevelse.

På kurset får du også en gjennomgang av webdesignerens "verktøykasse"; relevante fonter, fargebruk, bilderegler og så videre.

- Hvilke tradisjonelle design-tankesett er dårlig egnet for nett?
- Grunnprinsippene for transaksjonsdesign og interaksjonsdesign
- Hvilke føringer legger de tekniske kodingsstandardene?
- Design for søkemotoroptimalisering - hvilke hensyn må tas for ikke å skade nettstedets søkemotorrangering?
- Design for offentlige nettsteder - hvilke hensyn må tas for at nettstedet skal oppfylle lovens tilgjengelighetskriterier?
- Fonter på nett - hva kan brukes og hva kan ikke brukes?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 11. oktober 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

SLIK BLIR DU **MER SYNLIG** PÅ **SØKEMOTORER**

Lær av landets ledende søkemotorekspert hvordan dine sider kan få gode plasseringer på Google og andre søkemotorer - uten å jukse.

Søkemotorer er nøkkelen til synlighet, trafikk, økonomisk suksess og annen måloppnåelse på nett. Men å bli synlig i det organiske søketreffet på søkemotorer kan ikke kjøpes - det må fortjenes.

På dette kurset kan du lære hvordan ditt nettsted kan oppnå slike plasseringer, uten å jukse og uten å måtte betale for oppføringene. Du får vite om en rekke grep du selv kan gjøre, som altså kan sikre deg plassering på første treffside på Google og andre søkemotorer. Merk at dette er snakk om fortjente oppføringer med svært høy klikkrate som ikke koster penger.

Innholdet i kurset dekker blant annet:

- Hvordan kan du sikre at ditt nettsted blir mest mulig synlig på nett?
- Hvilken rolle spiller den tekniske kvaliteten på ditt nettsted?
- Hvilke grep skal til for å forbedre denne?
- Hva skal til for å bli synlig for og tiltrekke seg nye brukere?
- Hva bør du kreve av din tekniske leverandør?
- Hva kan du gjøre selv?
- Hva bør du absolutt ikke gjøre?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 12. oktober 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Roar Eriksen, Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

DIRTY DESIGN

"Dirty design" er en ny tilnærming til fagfeltet utforming og plassering av elementer på web. Den er utviklet her i Norge av sjefsdesigner Jakob Thyness i Webgruppen. Jakob lanserte konseptet Dirty Design på den internasjonale konferansen The Future of Web Design i New York høsten 2010, og tankene fikk umiddelbart stor tilslutning i de internasjonale fagmiljøene.

Bakgrunnen for "Dirty Design" er at tradisjonelle designere ofte "designer bort" informasjonen på web, og dette går naturlig nok også ut over brukervennligheten. Ved i stedet å benytte prinsippene for "Dirty Design" kan man utforme elementene slik at bruker forstår hvordan de skal brukes. Dette har en tendens til å øke både salg og effekt av nettstedet.

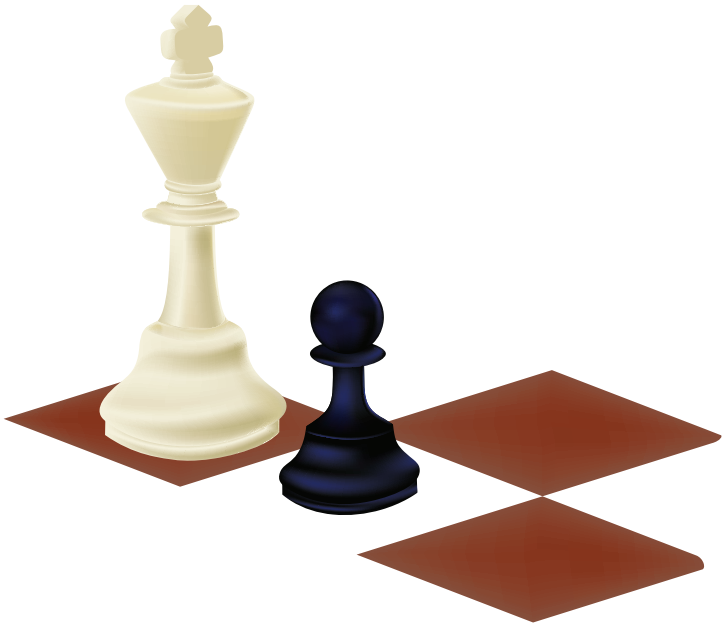
I løpet av kurset får du blant annet svar på følgende:

- Hvordan utformer du websider som både er pene å se på og enkle å finne fram i?
- Hvilke grep gjør at bruker føler seg sett og forstått når han kommer til siden?
- Hvordan sørger du for at bruker finner fram til det
- innholdet han kommer for?
- Hvordan kan du løse ditt eget markedsføringsbehov på forsiden?
- Hvilke føringer legger hensynet til søkemotorer for utformingen av sidene?
- Hvordan hjelper du brukeren å se forskjell på innhold som er viktig og innhold som ikke er det?
- Hvordan hjelper du brukeren å oppdage interessant innhold han ikke visste at du hadde?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30
Kursdato:	25. oktober 2011
Pris:	kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Jakob Thyness (Nina Furu vil også delta på hele kursdagen og løpende bidra med innspill og perspektiv fra innholdssiden)
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

PRAKTISK **DIGITAL** STRATEGI



Hvordan kan vi sikre at websiden henger sammen med virksomheten forøvrig? Hvordan kan og bør en digital strategi utformes i praksis?

Svært mange norske bedrifter mangler fremdeles en gjennomtenkt strategi for web og andre digitale kanaler. Selv i bedrifter som har drevet et nettsted i flere år, og der man ellers arbeider rimelig profesjonelt med webkommunikasjon, kan det hende at den strategiske forankringen av nettsatsningen mangler.

Dette kurset er spesielt ment for nettredaktører, kommunikasjonssjefer og andre som skal lede arbeidet med å utvikle, utforme og forankre en slik strategi i organisasjon

Kurset dekker blant annet:

- Hvilke rolle kan og bør nettstedet fylle i organisasjonen?
- Hvordan skal nettstedet bidra i verdiskapningen?
- Er web en informasjonskanal, en markedskanal eller en servicekanal? Eller kanskje en kombinasjon?
- Hvordan kan sosiale medier inngå i webstrategien?
- Hvilke andre planer og strategidokumenter legger-føringer for den digitale strategien?
- Hvem skal få påvirke den digitale strategien?
- Hvilke elementer bør inngå?
- Hvordan må strategien forankres?

Kurset gjennomføres som en workshop der det blir anledning til å ta opp deltakernes konkrete problem-stillinger.

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30 (2 dager)
Kursdato: 26. og 27. oktober 2011
Pris: kr 9250,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

Dette er et noe mer videregående kurs. Dette betyr at kurset er ment for deltakere som har drevet et nettsted profesjonelt en stund, og har en viss kjennskap til og erfaring med grunnprinsippene for webkommunikasjon.

DESIGN AV **WEBSKJEMA**
OG ELMER-STANDARDEN

På mange nettsteder er skjemaer en viktig del av innholdet. Skjemaer representerer også ofte sentrale konverteringspunkter som er forretningskritiske for nettstedet (for eksempel at bruker får til å fylle ut et bestillingsskjema).

Godt utformede skjemaer blir dermed sentrale elementer, som skaper reell verdi for både nettstedseier og bruker. Forutsetningen er imidlertid at skjemaet er enkelt og brukervennlig å benytte, samtidig som nettstedseier får den informasjon som er nødvendig, på riktig måte og i riktig format.

Dette er temaet for kurset Design av webskjema og ELMER-standarden. Kurset er ment for deg som har ansvar for bruken av skjemaer på et nettsted, enten du er nettredaktør, designer eller webmaster.

Stikkord om innholdet:

- Hva er de sentrale prinsippene for skjemautforming?
- Hva er ELMER-standarden og hvorfor ble den utviklet?
- Krav som stilles til skjemaer som skal integreres med saksbehandlingssystemer
- Hvordan kan informasjonen stykkes opp og fordeles på flere sider?
- Hvordan bør skjemasidene bygges opp?
- Hva slags input-elementer bør inngå?
- Hvordan bør de forskjellige handlingselementene utformes?
- Hjelpetekster og ledetekster – når og hvordan?
- Måling av brukerrespons på webskjema.
- Løpende forbedring av webskjemaene basert på webstatistikk og målbar brukeradferd.

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 2. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Jakob Thyness
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

SLIK FÅR DU
6 STJERNER PÅ DIFI

Nettsteder i offentlig sektor blir vurdert av DIFI (tidl. Norge.no) med henblikk på å vurdere kvalitet, innhold, tilgjengelighet og annet. Dette er kurset som går gjennom kriteriene og hva som skal til for å oppfylle dem, og hjelper deg å rangere bedre i kåringen.

DIFI følger strenge kvalitetskriterier når de vurderer norske nettsteder. Kriteriene går på både tilgjengelighet, brukertilpasning og innhold. Til gjengjeld henger også stjernevurderingen høyt, og det skal mye til å oppfylle kriteriene så godt at man oppnår 6 stjerner.

I dette kurset går bestepraksis-designer og "Dirty design"-evangelist Jakob Thyness i Webgruppen gjennom kravene til DIFI og konkretiserer i praksis hva som skal til for å oppfylle dem.

Etter kurset skal du kunne forbedre nettstedet på en slik måte at det forbedrer stjernerangeringen for din web. (Vi kan dessverre ikke garantere at alle deltagere oppnår 6 stjerner, da webløsninger varierer).

Kurset dekker blant annet:

- Hvordan oppnå konsekvente menystrukturer
- Hvilken rolle spiller "brødsmulesti"?
- Hva menes med en "forenklet informasjonsflyt"?
- Hva ligger i at informasjon skal være "strukturert om kjerneoppgaver"?
- Hvordan bør søkeresultat presenteres?
- Hvordan oppfyller du WAI-standarden?
- Hva utgjør en lettlest tekst?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30
Kursdato:	3. november 2011
Pris:	kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Jakob Thyness
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

SKRIVING FOR WEB OG SOSIALE MEDIER

2-DAGERS WORKSHOP

BONUS!
Nina Furu's bok
Slik skriver du for nett
inkludert i kursavgiften!

Ønsker du å bli enda bedre til å skrive tekster som effektivt formidler informasjon eller utløser handling i digitale medier? Da er dette en workshop for deg!

I denne praktiske workshop'en kan du strekke skriveferdighetene og forbedre deg innenfor skriving og tekst for de digitale flatene - både intranett, web, blogg, Facebook, Twitter, LinkedIn og andre relevante medier.

Kurset dekker å skrive for pushkommunikasjon og for pullkommunikasjon; å skrive relevant for Facebook og Twitter, å skrive fengende for websider og søkemotorer, og å bygge "persuasive path" med tekst og lenker.

Kurset omfatter blant annet:

- Hvordan skrive knallgode overskrifter for web
- Mer utdypende om trigger-ord og hvordan de kan brukes aktivt i teksten
- Hvordan tilpasse relevante budskap for sosiale medier.
- Riktig bruk av de forskjellige sjangrene innen webtekst.
- Hvordan formulerer du deg overbevisende på web med retoriske virkemidler?
- Hvordan lager du en god informasjonstekst for web?
- Hvordan lager du handlingsutløsende tekster ?
- Hvordan frister du brukeren med innhold han ikke visste han var interessert i?
- Hvordan kan og bør teaserne lages for å fungere best mulig?
- Utforming av "den perfekte landingssiden"

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30 (2 dager)
Kursdato:	9. og 10. november 2011
Pris:	kr 9250,- eks. mva, inkl. kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Nina Furu
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

SØKEMOTORSYNLIGHET FOR MOBIL

Stadig flere brukere benytter mobil til å komme til websider, og Google har for lengst lansert applikasjoner for effektivt mobilsøk. Hvilke grep bør du ta med sidene dine for å komme godt opp i søketreff når bruker surfer med mobil?

Søkemotorene for mobil benytter andre algoritmer enn web-søkemotorene. Rangeringsrekkefølgen blir annerledes, og grunnlaget for vurderingen er mobile maler og ikke webmaler. Resultatet er at din posisjon på mobilsøk kan være annerledes enn for vanlig søk.

For nettsteder som representerer butikker, utesteder, hoteller og annen virksomhet som skal være tilgjengelig for brukere på farten, er mobilrangering en avgjørende vurdering allerede nå.

- Søkemotorer på nett - er det bare Google som er relevant, eller finnes det andre?
- Når og hvordan benytter nettbrukeren mobilsøk?
- Hvilke faktorer vektes på mobilsøk vs på web?
- Betydningen av Google Local / Lokalt søk
- Å bygge business med utgangspunkt i geografisk lokasjon
- Mobilvennlige maler
- Hva er egentig søkemotoroptimalisering (SEO) for mobile flater?
- Hvilke grep kan du gjøre selv?
- Når trenger du å koble inn en ekstern leverandør?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 14. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Roar Eriksen, Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

E-HANDEL

Siden nettet ble etablert på 90-tallet, har netthandel økt jevnt år for år. Stadig flere kjøper på nett, og de kjøper stadig mer.

Det å starte netthandel krever på en måte ikke veldig mye. Det finnes gode, ferdige netthandelsløsninger man kan benytte, og systemer som drop-shipping og affiliate-nettverk gjør det mulig å starte nettbutikk uten å holde varelager og til og med uten å ha egne produkter å selge.

Skal man lykkes skikkelig, er imidlertid netthandel også svært krevende: Det krever naturligvis at produkt og pris er riktig i forhold til kundegruppen, men også at synligheten er på plass, at produktpresentasjonene fungerer, at prosessene er gjennomtestet og brukervennlige og mye mer.

Kurset omfatter blant annet:

- Hva er forretningskritisk med en nettbutikk?
- Hvordan bør kundestrømmene tenkes?
- Hvordan bør forsiden disponeres?
- Hvilke ferdige verktøy finnes, og når trengs det skreddersøm?
- Hva bør du se etter ved valg av system og leverandør?
- Hvor mye må du påregne å investere?
- Hva er relevante markedsføringsstrategier for nettbutikk?
- Hvordan kan man bruke sosiale medier som Facebook til å styrke salget?
- Kort om webanalyse for nettbutikker

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 16. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Kenneth Eriksen/Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

DESIGN AV **NETTBUTIKK**

Du som skal sette opp en nettbutikk – enten det er for deg selv eller andre – trenger å ta stilling til en rekke visuelle veivalg. Dette kurset omhandler design og utforming av elementene i en nettbutikk.

Nettbutikken skal svare på en rekke behov: Bruker må enkelt kunne velge mellom flere produkter; han må få et gunstig inntrykk av hvert enkelt produkt, han må få lyst til å kjøpe, og nettbutikken må ha en helhetlig og attraktiv visuell profil

I tillegg kommer de transaksjonsmessige behovene rundt utforming av betjeningselementer, og selve transaksjonsflyten.

Kurset dekker blant annet:

- Hvordan bør produktene presenteres?
- Utforming av den enkelte produktsiden
- Relevant bruk av bilder
- Den forretningskritiske kjøpsknappen
- Utforming av delingsfunksjonalitet, kundekarakterer og lignende
- Transaksjonsdesign og interaksjonsdesign
- Design for å redusere SCAR (Shopping Cart Abandonment Rate)
- Analyse av kjøpsprosessen

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 17. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Kenneth Eriksen/Jakob Thyness
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

NETTANNONSERING

For å lykkes på nett, må du markedsføre nettstedet ditt slik at du får besøkende. I tillegg trenger du å markedsføre dine varer og tjenester på nett. Det finnes en rekke kanaler å benytte, og det er viktig å velge riktig.

Ikke alle bedrifter har behov for den samme digitale mediemiksen. Selger du business-to-business vil du naturlig nok velge en annen digital annonsestrategi enn om du selger business-to-consumer. Selger du tjenester går du fram på andre måter enn om du selger varer, og så videre. Resultatene er ofte helt avhengige av din evne til å fatte gode, strategiske kanalvalg.

I dette kurset ser vi både på de forskjellige kanalene som finnes, og på hva som er relevante budskap og strategier i hver enkelt kanal. I tillegg får du en rekke konkrete eksempler på "do's and dont's".

Kurset omfatter blant annet:

- Målrettet PPC-annonsering på Facebook
- Gratis trafikk fra søkemotorene (SEO)
- Betalt annonsering på Google
- Bannerannonsering – hva fungerer og når?
- Katalogannonsering – hvem er seriøse og hvem bør du styre unna?
- E-postmarkedsføring og nyhetsbrev
- Er affiliate-markedsføring noe for deg?
- Bruk av eide flater som annonseringskanaler.
- Hvilke trafikk-kanaler peker mot hvilke konverterings-flater?
- Behavioral targeting og re-targeting av annonser
- Kampanjeanalyse i Google Analytics

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 22. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Kenneth Eriksen, Nina Furu, Jakob Thyness
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

STRATEGI OG ANALYSE
I SOSIALE MEDIER

Vil du ha oversikt over hvilken effekt det har når du gjør forskjellige tiltak på Facebook, Twitter og i andre sosiale medier? Ønsker du å skreddersy tiltakene på et mer strategisk grunnlag? Dette kurset hjelper deg som ønsker å måle hva du oppnår ved ditt aktive engasjement i sosiale medier.

Hvordan kan vi sikre at tiltak i sosiale medier henger sammen med virksomheten forøvrig? Svært mange norske bedrifter mangler fremdeles en gjennomtenkt digital strategi.

Dette kurset adresserer spørsmålet om hvordan man måler effekt i sosiale medier. Kurset fokuserer på hvilke problemstillinger og målemuligheter som faktisk ligger i de sosiale mediene, og hvordan man gjennom målinger kan gå aktivt inn i sosiale medier med en plan for markedsføring og salg.

Kurset gir kompetanse på hvordan man kan måle effekt. I tillegg får du klare anbefalinger på metode, og konkrete innspill til din plan om hvordan din bedrift bør opptre i de sosiale mediene.

Noen stikkord om innholdet:

- Hva er målingspotensialet i de ulike sosiale mediene?
- Hva er inntektsdrivende markedsføring i sosiale medier?
- Hvordan måle salgseffekt fra sosiale trafikk-kanaler?
- Hvordan måle PR-effekt fra sosiale medier?
- Hvordan måle merkevarebyggende effekt fra sosiale medier?
- Hvilke aktiviteter gir hvilke målemuligheter?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30 (2 dager)
Kursdato:	23. og 24. november 2011
Pris:	kr 9250,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Kenneth Eriksen
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

SLIK **STYRER** DU ET **WEB**PROSJEKT

Skal du lage en ny webside eller ser du at eksisterende web har forbedringspotensiale? Er du usikker på hvilke tiltak som bør iverksettes? I dette kurset får du tipsene som setter deg i stand til å drive et effektivt webprosjekt.

I dette kurset lærer du den stratgiske utviklingsprosessen, slik at webkommunikasjonen blir tydeligere og kan bidra til bedre resultater for bedriften eller organisasjonen.

Gjennom dette heldagskurset får du muligheten til å finne webkonseptet med suksesspotensiale for net-topp din bedrift eller etat. Du vil kunne kartlegge hvilke brukerscenarier du bør tilrettelegge webløsningen din for, og hvordan du kan forbedre brukeropplevelsen i henhold til dette.

Kurset dekker blant annet:

- Hvordan gå fram for å kartlegge hva brukerne ønsker å gjøre/finne på din web?
- Hvordan konkretisere målene for websatsningen?
- Hva slags konsept kan utvikles for å oppfylle både organisasjonens mål og brukernes behov?
- Hvordan spesifiserer man innhold og funksjonalitet for det valgte konseptet?
- Hvordan definere SMARTe mål for websatsningen
- Kartlegging av brukerbehov
- Workshop-metoder
- Bruk av scenarier og personas i videreutvikling av web
- Papirprototyping av forbedringsforslag

PRAKTISK INFORMASJON

Kombiner med kurset **KRAVSPESIFISERING** og få **10% RABATT!**

Varighet:	Kl 09.00 - 15.30
Kursdato:	28. november 2011
Pris:	kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted:	Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder:	Nina Furu
Påmelding:	www.webgruppen.no/kurs/

KRAVSPESIFISERING
OG INNKJØP AV NY WEBLØSNING

Lær å gjennomføre en innkjøpsprosess og utforme en kravspesifikasjon for nye websider. Hvilke tekniske aspekter trenger du å beskrive og hvordan? Hvilke økonomiske rammer bør ligge til grunn? Hva skal du se på når du vurderer tilbudene?

Skal ditt firma gå til anskaffelse av ny publiseringsløsning/CMS-system? Har du fått ansvaret for å utforme kravspesifikasjonen og lede innkjøpsprosessen for de nye websidene? I så fall er dette kurset for deg.

I tillegg til å lære deg å skrive en kravspesifikasjon, vil du på dette kurset også få en oversikt over hvilke leverandører som finnes i det norske markedet og hva som er forskjellene mellom dem. Dette vil igjen gjøre det enklere for deg å velge ut relevante tilbydere og å fatte et godt endelig valg.

I kurset *Kravspesifisering og innkjøp av ny webløsning* lærer du blant annet følgende:

- Hvilke milepæler må du gjennom i prosessen?
- Hva trenger leverandøren å få vite, og hvorfor?
- Hvor detaljert er du nødt til å beskrive funksjonaliteten du ønsker deg?
- Hvilke tekniske elementer må med i spesifikasjonen?
- Hvordan kan du spare titusener ved å skille mellom "need-to-have" og "nice-to-have"?
- Hvilke faktorer har en tendens til å fordyre leveransen?
- Hvilke kriterier bør ligge til grunn for valg av leverandør?
- Hvordan kan du sammenligne ulike løsningsforslag?
- Hvilke fallgruver bør du være oppmerksom på?

PRAKTISK INFORMASJON

Varighet: Kl 09.00 - 15.30
Kursdato: 29. november 2011
Pris: kr 4980,- eks. mva, inkl. lunsj og kursmateriell
Kurssted: Webgruppens lokaler, Strandgt. 19, (rett ved Oslo Sentralstasjon)
Kursleder: Nina Furu
Påmelding: www.webgruppen.no/kurs/

Kombiner med kurset
SLIK STYRER DU ET WEBPROSJEKT
og få
10% RABATT!

WEBGRUPPEN

Webgruppen leverer kurs og kompetanse om nett og digital kommunikasjon til norske bedrifter og etater. Dette har vi gjort siden 2001, og kan skilte med en kundeliste på flere tusen selskaper, deriblant noen av landets aller største virksomheter i både privat og offentlig sektor.

Vi som er kursledere i Webgruppen utgjør også en tenketank der vi prøver å tenke smarte tanker om nett og digital kommunikasjon. Nettet er en arena der det stadig skjer noe nytt, samtidig som de viktigste utfordringene gjerne er de samme gamle: Hvordan kan man selge mer? Hvordan kan man betjene kundene mer effektivt? Hvordan kan man øke lønnsomheten?

Vårt viktigste faglige fokus er derfor dette: Alle tiltak i digitale medier skal bidra til verdiskapningen i virksomheten. For noen betyr dette å selge varer og tjenester. For andre betyr det å markedsføre bedriften, drive informasjonsarbeid eller yte kundeservice. Vi tilbyr et bredt spekter av både introduksjonskurs og fordypningskurs om forskjellige aspekter av dette arbeidet. Med utgangspunkt i statistikk, analyse, egen forskning og aktiv deltagelse i internasjonale fagmiljøer, produserer vi også bøker, rapporter og artikler om faget vårt. Vi yter også beslutningsstøtte og annen rådgivning til utvalgte kunder.

Den fullstendige oversikten over Webgruppens kurs, produkter og tjenester finner du på **www.webgruppen.no**

KURSLEDERE

NINA FURU

Nina er en veteran innen norsk internett-kommunikasjon. Med bakgrunn som nettredaktør for flere magasiner og portaler, startet hun Nettredaktørskolen i 2003 og har drevet den siden. I 2006 startet hun tenketanken Webgruppen, og har gjennom dette selskapet rådgitt en rekke av landets største nettsteder innen både privat og offentlig sektor. Hun er også styreleder i Webforum Norge, sitter i en rekke bransjeutvalg og juryer og har også skrevet flere fagbøker om web.

JAKOB THYNESS

Jakob har arbeidet med webdesign og visuell webkommunikasjon siden 1994. Han har spesialisert seg på visuell webkommunikasjon og transaksjonsdesign, og har utformet flere prisbelønte nettsteder. Han er nå senior rådgiver i Webgruppen og yter beslutningsstøtte til flere større norske nettsteder. I 2010 utviklet han fagtilnærmingen Dirty Design, som er i ferd med å vinne internasjonal anerkjennelse. Jakob er mangeårig medlem i Grafill - Norsk organisasjon for visuell kommunikasjon, og Dataforeningens faggruppe for brukervennlige IT-systemer (BITS)

KENNETH ERIKSEN

Kenneth har bakgrunn som webkommunikatør blant annet i ICA Rett Hjem, NetAxept og DnB NOR. Han har arbeidet med webstatistikk og analyse siden 2000, og i DnB NOR bygget han opp bankens avdeling for webanalyse. Kenneth er nå daglig leder i Webgruppen der han også er fagansvarlig for webstatistikk og analyse, samt spesialist på sosiale medier. Kenneth er medlem av Web Analytics Association (WAA) og INMAs faggruppe for Webanalyse, og sitter også i Dataforeningens faggruppe for webkommunikasjon.