

# BRANDCAMP 2018

## NÄR?

27 april, 08.30 - 13.30  
Scandic City, Linköping  
Pris: 1 990 kr (exkl moms). Föreläsningar, lunch och fika ingår.

## ANMÄL DIG

senast 17/4 till  
[anna.f@identx.se](mailto:anna.f@identx.se)  
Glöm inte meddela  
ev. matallergi!

## Dags att fylla på kunskap och inspiration

Vårt medielandskap förändras i rasande takt, möjligheterna att kommunicera blir fler, samtidigt som det blir allt svårare att nå ut med relevant innehåll. Hur ska vi navigera och hur fortsätter vi vara aktuella?

Den 27:e april bjuder vi in dig till en halvdag med inspiration, trendspaning och ny kunskap. Från vårt nya nätverk H&H Group har vi bjudit in några av de skarpaste byråerna inom PR, digital kommunikation och varumärke.

### ETT AXPLOCK FRÅN FÖRMIDDAGEN:

#### CREO MEDIA GROUP

### Alla kan göra film! Eller..?

Utmaningar och möjligheter med att jobba med rörlig kommunikation

Med dagens nya teknik blir det allt vanligare att företag, myndigheter och organisationer tar tv-mediet i egna händer och kommunicerar direkt med sina målgrupper med förhoppningen att snabbt och billigt kunna nå ut och påverka. Men fällorna är många och för att produktionerna ska få effekt och ge resultat bör man både tänka och göra på rätt sätt. Niclas visar både lyckade och mindre framgångsrika exempel, delar med sig av sina erfarenheter och ger en översikt av hur mediet utvecklas.



**Niclas Grunewald** är vd och grundare av Creo Media Group, Sveriges ledande digitala

kommunikationsbyrå specialiserad på rörlig media. Niclas har 30 års erfarenhet av att arbeta med rörlig bild som journalist på SVT och TV4 och som producent av företagskommunikation.

#### SPRINGTIME

### Jobba digitalt i ett föränderligt medielandskap – hur gör vi?

Den digitala transformationen utmanar oss – och den skapar oändliga möjligheter! För att skapa relevant och spännande kommunikation behöver vi kunskap och en tydlig strategi. Karin Bäcklund, digital strateg på Springtime, tar med oss på en resa i det digitala och ger oss insikter om det nya digitala medielandskapet, beteenden och trender. Hon djupdyker även i riktiga case där vi får se hur andra företag använder digital kommunikation för att stärka varumärket, bygga relationer eller öka försäljningen.



**Karin Bäcklund** är digital strateg på Springtime, kursansvarig för Digital kommunikation på Berghs

School of Communication och flerfaldigt nominerad till Cisions PR Influencer Awards.

#### INVOLVE

### Internal communications goes Spotify på SAAB

Det finns inga bättre varumärkesbyggare än medarbetarna. Men för att göra medarbetarna till ambassadörer för varumärket måste de både gilla sitt företag och känna till dess verksamhet, värden, strategier och mål. Då krävs intern kommunikation som inkluderar och engagerar.



**Annicka Pärson**, vd på Involve, bjuder in oss till hjärtat av Saab och pratar om hur de tillsammans

med medarbetarna berättar historien om företaget. Med Spotifytänk, innehåll som kan riktas till olika målgrupper i olika playlists skapar Saab engagemang hos medarbetare över hela världen och stärker kontinuerligt sitt arbetsgivarvarumärke.