



Historien bakom min arbetslivserfarenhet

I början av min karriär strävade jag efter att byta från försäljning till pr, men jag hade svårt att etablera mig i branschen. Jag fick dock fotfäste inom marknadsföring där jag kunde använda mina kunskaper om försäljning. Jag stod tyvärr inte så stadigt som jag trodde, och Fria Tidningar gick i konkurs efter att jag hade givit dem konstgjord andning under en tid.

Efter en sväng tillbaka inom försäljning av digitala marknadsföringsverktyg var jag tillbaka där jag hör hemma, och har de senaste åtta åren arbetat inom ramarna för kommunikation, webbredaktörskap, digital-, content- och inbound marketing. Genom att utforska olika roller på olika företag har jag utvecklat mina färdigheter och lärt mig av misslyckanden. Har även varit med om flera uppköp, chefer och en pandemi.

Utmaningarna har gjort mig starkare, mer flexibel och mer ödmjuk. Mina erfarenheter har också givit mig en viktig insikt: älskar digitalt innehållskapande och att löpa linan ut in i digitala kanaler. En annan lärdom som jag tagit med mig är att jag måste visa och kommunicera resultat. Jag är nu ute efter en plats som passar mig där jag och mina kunskaper får växa med tillsammans med goa människor.

Hur jag jobbar och min syn på marknadsföring

Marknadsföring handlar, för mig, mycket om att välja rätt. För att kunna göra det sätter du kunden i centrum och webben som mittpunkten av den digitala marknadsföringen. Det är dit du vill driva trafik och det är där besökarna konverterar. Följ sen besökarens väg genom tratten och skapa och distribuera tillräckligt mycket relevant innehåll i rätt kanaler för att nå målen. Så tänker jag.

Jag planerar noga mitt arbete, drivs av att uppnå resultat och uppskattning, och har erfarenhet av att använda projektledningsverktyg och agila metoder. Jag gillar att vara effektiv och att ha en plan och en struktur att förhålla mig till. Min förmåga att kombinera strategiska, taktiska och operativa perspektiv är avgörande för att navigera i digital marknadsförings snabbväxande landskap.

Att ha ett starkt fokus på användaren och att använda data och bästa praxis för att kontinuerligt förbättra marknadsföringen är viktig för mig. När det gäller att utgå ifrån data är jag extra intresserad av att kombinera olika datakällor i kundresekartläggningar, bygga personas, förbättra innehåll, optimera kanaler, automatisera och förändra processer.

Jag vill fortsätta min utveckling inom digital strategi, tester, analys och olika typer av AI som arbetsverktyg, speciellt inom innehållsskapandet, vilket torde vara relevant för framtiden.

Ta gärna en titt på min webb eller LinkedIn där arbetsprover, rekommendationer och certifikat finns. Hör gärna av dig om du undrar något eller vill säga hej!

Med vänlig hälsning,

Markus Blomberg