

DET KRÆVER MOD AT VÆRE EN HYBRID

HYBRID AGENCY PROGRAM

BUREAUERNES BRANCHEUDDANNELSE

kea
KØBENHAVNS ERHVERVSAKADEMI

krea
kom
Kreativitet & Kommunikation



HAP HOLD 4 2018/19



HAP HOLD 3 2017/18



HAP HOLD 1 2015/16



HAP HOLD 2 2016/17

“

På Hybrid Agency Program lærer du at optimere sammenhængen mellem kundeindsigter, teknologiens muligheder og medieplatformenes præmisses. Ligesom du får en bevidsthed om kreativitetens faser og hvordan du bedst udnytter bureauets forskellige profiler for at skabe de mest originale og effektive løsninger. Jeg tror, hybriderne er branchens kommende bureauledere.

*Gry Knoop, Strategy and Process Planner, We Love People
Dimittend fra HAP uddannelsen*

HYBRID AGENCY PROGRAM

SILOLØSE BUREAUKOMPETENCER

Uddannelsen er for ambitiøse bureauansatte (også in-house), som ønsker at bidrage til at øge bureauets indtjening og sikre bureauets fulde kompetencer.

Den skaber hybride bureau medarbejdere, som kan medvirke til at forøge værdien i de opgaver, bureauet udvikler for kunderne. Grundlaget for uddannelsen er at erstatte siloerne med tværgående processer, multidisciplinær viden og et nyt fælles sprog omkring opgaverne.

Hybrid Agency Program er udviklet af Kreativitet & Kommunikation og KEA i tæt dialog med erfarne branchefolk for at sikre 100 procent afsæt i de behov og udfordringer, som helt forskellige danske bureauer selv ser i dag.

Når hold 4 dimitterer til juni 2019, har deres evaluering og deltagelse givet uddannelsen endnu et løft.

Vi tror på, at bureau medarbejdere kan skabe langt mere værdi, når:

- De forstår hinandens discipliner og kan samarbejde på tværs.
- De tør gribe hele bureaupaletten, fordi de ved mere om det hele.

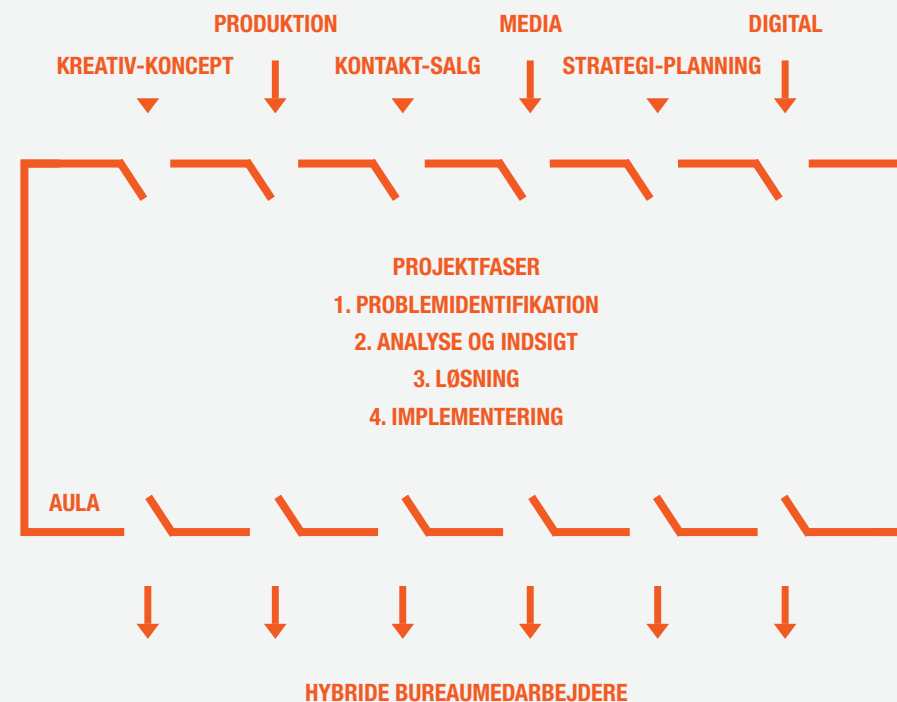
Uddannelsen består af 5 moduler, som strækker sig over 9 måneder. Der vil være rigtige opgaver for rigtige kunder, og uddannelsen vil styrke deltagerne i:

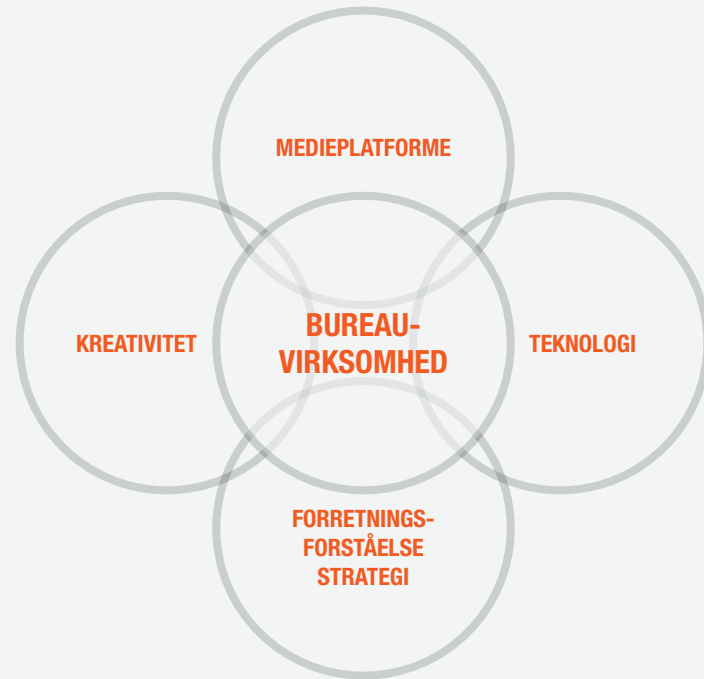
- Brugen af værktøjer til at øge bureauets indtjening
- Forretningsforståelse og strategi
- Integrerbar viden om komplekse teknologikoncepter
- Strategisk brug af medieplatforme, evaluering af medieeffektivitet og data
- Design af kreative udviklingsprocesser med tværfaglig deltagelse

TILMELDING TIL HYBRID AGENCY PROGRAM SKER PÅ KEA.DK/HAP, HVOR DU OGSÅ KAN LÆSE MERE UDDYBENDE INFORMATION OM UDDANNELSEN.

UDDANNELSENS BACKBONE

AULA'en er metafor for hele grundtanken i uddannelsen. AULA fordi det er her alle faggrupper mødes på tværs i et siloløst univers. Gennem samme fælles undervisning, træning med rigtige kunder og projekter, skal de lære et fælles sprog, så de kan træde ud af AULA'en som hybride bureau medarbejdere med en styrket tværfaglig forståelse.





Modellen er et kalejdoskop, som viser hvordan uddannelsens fem fokusområder hænger sammen. Uddannelsesmodulerne spejler sig hele tiden i hinanden, påvirker hinanden og danner nye mønstre, når vi bevæger os imellem dem.

Hver enkelt af de 5 moduler har 30 timers undervisning, som foregår dels på hele hverdage, om aftenen og i weekenden foruden et omfattende projekt- og gruppearbejde, forberedelse, opgaveløsning mm. for rigtige kunder med rigtige problemer.

“

At få et indblik i kreative processer, hvordan de kan anvendes, og hvad man skal være opmærksom på, var virkelig en øjenåbner for mig, der til daglig sidder i en analysefunktion. Alle medarbejdere på et integreret bureau burde gennemgå et sådant modul. Det giver nogle fantastiske værktøjer som man kan bruge til dagligt, uanset funktion, titel eller afdeling.

*Nicolaj Weber, Business Planning Manager, Mindshare
Studerende på HAP uddannelsen hold 4*

“

Jeg ville faktisk ønske, at jeg havde taget uddannelsen for 2-3 år siden. Jeg har fået en masse relevante redskaber og et rigtig godt indblik i de udfordringer, som bureaubranchen står overfor.

*Louise Wendelbo, Kommunikationsrådgiver, Geelmuyden Kiese
Studerende på HAP uddannelsen hold 4*



MODULET

KREATIVITET PÅ TVÆRS AF FAGOMRÅDER

Kreativitet er ikke længere blot en sag for de "kreative" men en processuel disciplin på tværs af bureauets fagområder. Der er behov for at styre og orkestrere nye kreative processer med deltagelse af for eksempel strateger, teknologiekspertter, adfærdsdesignere, programmører og konceptudviklere. Hvert projekt er nyt og kræver sin egen proces.

Der findes derfor ikke længere et fast design for den kreative proces. I dag skal den redefineres hele tiden i forhold til det problem, bureaukunden har brug for at få løst. Og når de digitale muligheder er så komplekse, skal der en større mængde skiftende fagligheder til for at skabe løsningen.

På modulet lærer deltagerne med udgangspunkt i kreativ procesforståelse, 1) at identificere kundens problem, 2) få tilvejebragt de rette tværfaglige analyser og indsigter som kan sætte retning, 3) kreative teknikker til at ideudvikle løsningen samt 4) aktivere løsningen.

MODULET

FORRETNINGSFORSTÅELSE OG DIGITAL STRATEGI

Det bureau der bedst forstår kundens forretningsstrategi og bedst evner at omsætte den kreativt vinder kunden.

Modulets hybride udfordring bliver at få forretnings- og strategiforståelse ind i kreativiteten samt at åbne for mersalgsmuligheder til kunden gennem f.eks. implementeringsprojekter.



Der vil være bureaukunder som gæsteundervisere for at få kundesynsvinklen, deres cases og præferencer helt tæt på.

- Redskaber til forståelse af kundens forretnings- og marketingstrategiske udfordringer
- Forståelse af kundens strategi
- Kundens forretningsmodel
- Kundens købscenter (vækst- eller omkostningsfokuseret)
- Forandringsledelse og implementering hos kunden
- Pitch og effektive strategiske møder med kunden - The art of the pitch

“

Hybrid Agency Program har fået mine øjne op for, hvor vigtigt det er hele tiden at udvide sin horisont. Hvor vigtigt det er, at samarbejde på tværs af kompetencer og arbejdsområder for at forstå egen forretning, og i lige så høj grad have en dybdegående forståelse for kundens forretning og virkelighed.

Anne Sophie Vendal, Account Manager, LOW



You can never solve a problem on the level on which it was created”

– Albert Einstein

“

Vi har haft medarbejdere herfra på alle hold og snart også på HAP hold 5. Mediebilledet, teknologien og hvad det kræver i dag, at nå ind til forbrugernes hjerter og hjerner, er under voldsom forandring. Løbende opgradering af kompetencer og en holistisk tilgang til kommunikation er en forudsætning i dag. Det er oven i købet en uddannelse der giver et minimum af belastning for bureauet mht. tid og økonomi.

Jens Peter Jensen, CEO, Hjaltelin Stahl

MODULET TEKNOLOGISK KONCEPTUDVIKLING

AI, Machine Learning, RFID, iBeacon, cloud computing, big data, Internet of things, ubiquitous computing, wearables, 2nd screen, geo fencing, detection, sensors og meget mere.

Det er kun naturligt at føle sig lidt på bagkant med teknologiudviklingen. Den går stærkt, og modulet fokuserer på at forstå og prioritere mulighederne. Modulet er opdelt i to spor for at sikre værdiskabende løsninger:

- Teknologi og proces
- Servicedesign

Undervisningen vil have forskellige temaer og eksempler på teknologier, som giver deltagerne en forståelse for mulighederne samt erfaring med, hvordan de kan fungere integreret i projekter. Modulet skaber derudover en hybrid kontekst ved at sammenkoble teknologi og forretning.

MODULET MEDIPLATFORME I KUNDEREJSEN

Hvordan udnytter vi platformene mest effektivitet i en tid hvor omni channel, kunstig intelligens, social listening, virtual reality, nye butiksmiljøer og online shopping præger det samlede mediebillede?

Branchens ypperste strategiske planmere vil dele deres erfaringer med at udvikle kunderejser. Vi vil gennemgå karakteristika hos vinderne af den estimerede britiske IPA effectiveness award for at lære af de allerbedste samt få besøg af Advertising Effectiveness Award vindere og lære af deres cases.

Nøgleordene er best practice indenfor planning processer, marketing automation, real time betting, aggregering af data samt nye tendenser indenfor virtual reality og content marketing.

Modulets hybride udfordring vil i høj grad bestå i design og orkestrering af kreative, tværgående udviklingsprocesser, der sikrer effektivitet i alle platforme.



Hele 37% af annoncørerne foretrækker et integreret bureau, hvor alle kompetencer er samlet. Sådan et bureau har vi arbejdet hårdt på at blive de seneste fire år. Ud over at ansætte og samle branchens bedste specialister, så kræver det særlige hybrider til at navigere og rådgive på tværs af det hele. Dem har vi selv måttet udvikle, da branchen har 'glemt' integrationen. Men heldigvis startede HAP uddannelsen i 15', så vi har naturligvis været med fra start.

Martin Ove Rasmussen, Nordic CEO, Mindshare

MODULET BUREAUVIRKSOMHED

Bureauvirksomhed giver deltagerne forståelse for, hvordan et bureau er drevet og udviklet mest effektivt. Den forståelse kræver træning og viden om bureauernes udvikling, organisering, økonomi og kundesamarbejde og tager udgangspunkt i de fire forudgående moduler.

Hvilke bureau forretningsmodeller har succes lige nu og fremover? Hvilke typer ledelser og organiseringer finder særligt effektivt sted på bureauerne? Og hvordan fungerer samarbejdet med kunder, leverandører og partnere allerbedst? Hvordan bliver services udviklet, integreret, budgetteret og solgt?

Modulet fodrer deltagerne med viden og vær-

tøjer til at forøge bureauets indtjening, organisere det bedre, skabe bedre ydelser til kunden og bedre samarbejde ind, ud og på tværs af faggrupper på bureauet.

Modulet er centralt for afslutningen på Hybrid Agency Program uddannelsen.

UNDERVISERE

Underviserne på HAP er alle eksperter inden for deres respektive områder og har mange års erfaring i bureaubranchen. De sørger for, at deltagerne lærer et fælles sprog på tværs af modulerne. Deltagerne vil løbende møde udvalgte gæsteforelæsere fra de bedste danske bureauer og deres kunder. På den måde sikrer vi, at uddannelsens indhold hele tiden følger med udviklingen.



MÅLGRUPPE OG OPTAGELSESKRAV

Uddannelsen henvender sig til ansatte på bureauer med minimum to års relevant jobberfaring. Alle ansøgere skal have færdiggjort to år af en videregående uddannelse eller en uddannelse på bachelorniveau. Der er dog mulighed for en optagelsesprøve for deltagere, der ikke opfylder uddannelseskravene, såfremt vi efter en samtale vurderer, at potentialet er tilstede.

Målgruppen er både specialister og generalister - art directors, strategiske planners, kreative konceptudviklere, digitale specialister, front- og backend udviklere, PR-konsulenter, tekstforfattere, projektledere mm.

Uddannelsen er krævende. For at få det fulde udbytte, forventes der en arbejdsindsats på estimeret 140 timer per modul (inklusive undervisning og eksamen). Derfor er det afgørende, at ansøger og bureauledelse forventningsafstemmer de krav, der stilles til aktiv deltagelse og tidsforbrug.

ANSØGNING

Gå ind på kea.dk/hap og følg formularen for tilmelding til uddannelsen.

ANSØGNINGSFRIST OG PRIS

Senest 1. september 2019

Vil du være sikker på en plads, er det en god idé ikke at vente for længe.

Pris 40.000 DKK (prisen inkl. forplejning)

Medlemmer af Kreativitet og Kommunikation får refunderet 15.000 DKK pr. deltager.

UDDANNELSESSTART

September 2019

STED

Undervisningen foregår på KEA Kompetence: Frederikkevej 8-10 i Hellerup, hele hverdage, om aftenen og i weekender, sideløbende med arbejdet på bureauet. Komplet kalender for uddannelsen foreligger i juli 2019.

STUDIETUR

Som en del af uddannelsen tager HAP-holdet i løbet af foråret på studietur til London eller Berlin. Omkostninger i forbindelse med studietur er ikke dækket af nævnte deltagerpris.

DIPLOMOVERRÆKELSE OG AFSLUTNINGSFEST

Finder hver juni sted i Cannes i forbindelse med afholdelse af Cannes Lions. Omkostninger i forbindelse med Cannes-arrangement er ikke dækket af nævnte deltagerpris.

KONTAKT

Isa Østergaard Aurvig

isa@kreakom.dk, +45 5352 5099

Pernille Borg

pebh@kea.dk, +45 2374 1437

Uddannelsen er realiseret inden for rammerne af KEAs eksisterende diplomuddannelse i digital konceptudvikling, som er udviklet til bureauerne.

Forløbet kan derfor gennem yderligere 4 enkeltfag og et afgangsprøve udvides til en fuld statslig anerkendt diplomuddannelse: Diplomuddannelsen i digital konceptudvikling.

“

Hvis der er noget vores branche har brug for i dag, er det personer, der kan tænke, arbejde og samarbejde på tværs af fagområder. Mestrer vi ikke det, kommer der nogen og 'side-stepper' os, fordi behovet er der. Uddannelsen skaber netop sådanne hybride tænkere ud af vores dygtige medarbejdere.

*Tine Aurvig-Huggenberger, direktør,
Kreativitet & Kommunikation*