

Kategória školenia Online marketing obsahuje kurzy:

Online marketing - základy (Základy online marketingu)

Kurz je určený všetkým, ktorých láka svet online marketingu a potrebujú získať ucelený prehľad o online svete.

Čo je digitálny marketing

- Definícia pojmu digitálny marketing
- Čo zahŕňa digitálny marketing
- Postavenie digitálneho marketingu v marketingovom mixe

Výhody digitálneho marketingu

- Rozdiely medzi online a offline marketingom
- Na čo prihliadať pri tvorbe marketingovej stratégie
- Výhody využívania online nástrojov

Na ktoré faktory sa zamerať pri tvorbe WEB-u

- Úvod do SEO
- Tvorba základného technického auditu webu

Úvod do sociálnych sietí

- Čo sú to sociálne siete
- Význam sociálnych sietí v komunikácii s publikom
- Na ktoré sociálne siete sa zamerať pri tvorbe stratégie
- Tvorba business profilu na sociálnych sieťach

Tvorba jednoduchej reklamy na sociálnych sieťach

- Základy reklamy na sociálnych sieťach

Diskusia a otázky

Online marketing - pokročilý (Komunikácia prostredníctvom kanálov online marketingu)

Kurz je určený účastníkom, ktorí majú základné znalosti z online marketingu, rozumejú a chápu základné pojmy a potrebujú sa zdokonaľiť v komunikácii prostredníctvom online kanálov.

Komunikácia na sociálnej sieti

- Práca s firemným profilom na sociálnych sieťach
- Výhody použitia business managera
- Úvod do štatistík na sociálnych sieťach
- Plánovanie tvorby obsahu

Tvorba reklamy na sociálnych sieťach

- Úvod do správcu reklám na Facebook-u
- Tvorba reklamy pomocou správcu reklám
- Využitie Facebook pixelu
- Implementácia FB pixelu a práca s dátami

Úvod do Google Analytics

- Predstavenie prostredia v Google Analytics
- Prepájanie služieb Google s Google Analytics
- Sledovanie cesty návštevníka webu

Úvod do Google Ads

- Aký je rozdiel medzi organickou a platenou návštevnosťou
- Vysvetlenie základných pojmov
- Založenie profilu Google Ads
- Analýza kľúčových slov

Diskusia a otázky

Online marketing - expert (Efektívna práca v online marketingu)

Kurz je určený účastníkom majú praktické skúsenosti s komunikáciou prostredníctvom online kanálov a potrebuje sa naučiť rozhodovať pomocou dát aby zvládol efektívnejšie nastavenie online marketingovej stratégie pri tvorbe kampaní.

Google Analytics od A po Z

- Ako prepojiť E-shop s Google Analytics
- Tvorba a sledovanie cieľov v Google Analytics
- Segmentácia návštevníkov v nástroji Google Analytics
- Na čo slúžia konverzné funnely

Google Ads

- Atribučné modely - výber správneho atribučného modelu kampaňe
- Tvorba kampane pomocou Google Ads
- Výber typov zhody kľúčových slov kampane
- Používanie symbolov v kľúčových slovách

Úvod do Google Tag manager

- Výhody použitia Google tag managera
- Implementácia kódov sledovania do Google Tag manager

Úvod do Dátového štúdia od Google

- Tvorba prehľadov dátového štúdia
- Práca so zdrojmi údajov
- Reporting pomocou Dátového štúdia

Diskusia a otázky

SEO optimalizácia pre vyhľadávače

Kurz je určený pre účastníkov, ktorý začínajú s digitálnym marketingom a chcú sa zdokonaľiť v postupoch, metódach a stratégiach, pomocou ktorých sa web stránky zviditeľnia vo vyhľadávačoch.

Čo je to SEO

- Definícia pojmu SEO
- Základné pojmy
- Čo sú to kľúčové slová a ich využitie pri SEO

Google - optimalizácia pre vyhľadávače

- Prečo sa SEO zameriava na Google
- Práca s výsledkami vyhľadávania
- Black-hat praktiky

On-page faktory

- Na ktoré časti webu sa zameriavame
- Vysvetlenie dôležitosti jednotlivých faktorov
- Ukážka SEO on-page dokumentu
- Case-studies na reálnych príkladoch

Off-page faktory

- Ako správne tvoriť SEO off-page
- Čo je to Linkbuilding
- Čo je to skóre kvality stránky

Analýza webu a kľúčových slov

- Tvorba analýzy kľúčových slov
- Čo je to Linkbuilding
- Čo je to skóre kvality stránky

Optimalizácia vybranej podstránky pod vedením lektora

- Aplikovanie kľúčových slov pri tvorbe SEO
- Optimalizácia on-page faktorov podstránky

Využitie Google Analytics pri SEO

- Úvod do Google Analytics
- Sledovanie návštevnosti stránky pomocou Google Analytics

Diskusia a otázky

Marketing na sociálnych sieťach - Tvorba obsahu a médií

Kurz je určený osobám, ktoré chcú tvoriť obsah na sociálnych sieťach, prípadne sa potrebujú naučiť komunikovať s cieľovou skupinou a potenciálnym zákazníkom.

Čo sú to sociálne siete

- Aké poznáme sociálne siete
- Ukážka úspešných kanálov na sociálnych sieťach

Tvorba stratégie pre sociálne siete

- Definícia cieľovej skupiny
- Tvorba persón
- Nastavenie cieľov komunikácie a kampane
- Výber sociálnej siete
- Tvorba obsahového plánu

Firemné stránky na sociálnych sieťach

- Kto je moje publikum
- Práca so štatistikami
- Nastavenie Tone of Voice
- Plánovanie príspevkov

Tvorba médií pomocou online nástrojov

- Úvod do nástroja Canva
- Vysvetlenie prostredia
- Tvorba médií na sociálnych sieťach

Tvorba kampane na sociálnych sieťach

- Úvod do správcu reklám
- Vysvetlenie cieľov kampane
- Príprava publika kampane
- Vysvetlenie UTM a ich použitie
- Práca s Facebook pixel
- Tvorba ukážkovej kampane pod vedením lektora
- Optimalizácia kampaní
- Prezentácia výsledkov kampane a ich pochopenie

Diskusia a otázky

Tvorba reklamných kampaní - Google Ads & YouTube Ads

Kurz je určený účastníkom, ktorí majú predošlé skúsenosti s digitálnym marketingom a chcú sa zamerať na efektívnu tvorbu reklamných kampaní.

Úvod do Google Ads

- Čo je to Google Ads
- Definícia základných pojmov
- Čo je to PPC reklama a jej fungovanie
- Druhy PPC reklamy
- Čo je to cena za klik

Založenie a základné nastavenia reklamného účtu

- Založenie reklamného účtu
- Prevedenie nastavením reklamného účtu
- Zapnutie expertného módu v Google Ads a popis jeho prostredia

Vytvorenie reklamnej kampane

- Analýza kľúčových slov
- Výber vhodných kľúčových slov pre kampaň
- Vytvorenie ukážkovej kampane

Správa kampaní

- Nastavenie a sledovanie výkonnosti kampane
- Optimalizácia kampaní
- Sledovanie vyhľadávacích dopytov
- Testovanie biddingu, reklám a cielenia

Hagakure

- Čo je to hagakure
- Ako vyzerá štruktúra reklamného účtu hagakure

YouTube Ads

- Úvod do YouTube reklamy
- Formáty YouTube Ads
- Typy kampaní
- Modely platieb pri YouTube reklamách
- Prepojenie účtu Google Ads a kanála YouTube

Diskusia a otázky

Manažér online marketingu

Cieľom kurzu je naučiť a vysvetliť od základu prácu v online marketingu, spravovať firemné kontá a vytvárať podklady určené na propagáciu produktov a služieb vášho podnikania v digitálnom prostredí.

Skladá sa z troch modulov:

Modul 1:

Kurz Online marketing - základy (Základy online marketingu)

- Čo je digitálny marketing
- Definícia pojmu digitálny marketing
- Čo zahŕňa digitálny marketing
- Postavenie digitálneho marketingu v marketingovom mixe
- Výhody digitálneho marketingu
- Rozdiely medzi online a offline marketingom
- Na čo prihliadať pri tvorbe marketingovej stratégie
- Výhody využívania online nástrojov
- Na ktoré faktory sa zamerať pri tvorbe WEB-u
- Úvod do SEO
- Tvorba základného technického auditu webu
- Úvod do sociálnych sietí
- Čo sú to sociálne siete
- Význam sociálnych sietí v komunikácii s publikom
- Na ktoré sociálne siete sa zamerať pri tvorbe stratégie
- Tvorba business profilu na sociálnych sieťach
- Tvorba jednoduchej reklamy na sociálnych sieťach
- Základy reklamy na sociálnych sieťach
- Diskusia a otázky

Modul 2:

Kurz Online marketing - pokročilý (Komunikácia prostredníctvom kanálov online marketingu)

- Komunikácia na sociálnej sieti
- Práca s firemným profilom na sociálnych sieťach
- Výhody použitia business managera
- Úvod do štatistík na sociálnych sieťach
- Plánovanie tvorby obsahu
- Tvorba reklamy na sociálnych sieťach
- Úvod do správcu reklám na Facebook-u
- Tvorba reklamy pomocou správcu reklám
- Využitie Facebook pixelu
- Implementácia FB pixelu a práca s dátami
- Úvod do Google Analytics
- Predstavenie prostredia v Google Analytics
- Prepájanie služieb Google s Google Analytics
- Sledovanie cesty návštevníka webu
- Úvod do Google Ads
- Aký je rozdiel medzi organickou a platenou návštevnosťou
- Vysvetlenie základných pojmov
- Založenie profilu Google Ads
- Analýza kľúčových slov
- Diskusia a otázky

Modul 3:

Online marketing - expert (Efektívna práca v online marketingu)

Google Analytics od A po Z

- Ako prepojiť E-shop s Google Analytics
- Tvorba a sledovanie cieľov v Google Analytics
- Segmentácia návštevníkov v nástroji Google Analytics
- Na čo slúžia konverzné funnely

Google Ads

- Atribučné modely - výber správneho atribučného modelu kampaňe
- Tvorba kampane pomocou Google Ads
- Výber typov zhody kľúčových slov kampane
- Používanie symbolov v kľúčových slovách

Úvod do Google Tag manager

- Výhody použitia Google tag managera
- Implementácia kódov sledovania do Google Tag manager

Úvod do Dátového štúdia od Google

- Tvorba prehľadov dátového štúdia
- Práca so zdrojmi údajov
- Reporting pomocou Dátového štúdia

Diskusia a otázky