

Kurs Marketingu Internetowego

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">• wsparcie dla osób indywidualnych• wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi	2019/01/30/9762/287991		
Cena netto	4 200,00 zł	Cena brutto	4 200,00 zł
Cena netto za godzinę	100,00 zł	Cena brutto za godzinę	100,00
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak		
Liczba godzin usługi	42		
Termin rozpoczęcia usługi	2019-04-27	Termin zakończenia usługi	2019-05-26
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2019-02-08	Termin zakończenia rekrutacji	2019-04-27
Maksymalna liczba uczestników	15		
Kategoria główna KU	Usługi		
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych		
Czy usługa pozwala na zdobycie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	Nie		
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie		

Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?

Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu	ATUM Sp. z o.o.		
Osoba do kontaktu	Edyta Grabowska	Telefon	576045945
E-mail	biuro@atum.edu.pl		

Cel usługi

Cel edukacyjny

Przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu budowania kampanii marketingu internetowego dla przedsiębiorstwa oraz realizacji zaplanowanych w niej działań. • Co uczestnik będzie wiedział: Będzie wiedział, jak planuje się kampanię internetową przedsiębiorstwa ze względu na grupę docelową firmy, jej cele i możliwości budżetowe. Będzie wiedział, jak dobrać poszczególne narzędzia promocji oferty firmy w sieci. • Co uczestnik będzie umiał: Będzie umiał określić przydatność poszczególnych narzędzi dla realizacji celów kampanii. Będzie umiał zaplanować ich treści, opracować harmonogram prac i dobrać podwykonawców. Będzie umiał dokonać analizy skuteczności podjętych działań. • Jakie kompetencje społeczne: Autoprezentacja, zarządzanie sobą w czasie, współpraca z grupą.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

DZIEŃ 1, 2, 3

1. Rola i potencjał Internetu w realizacji strategii marketingowej przedsiębiorstwa:

- Wyznaczenie grup docelowych, określenie ich oczekiwań
- Rola internetu w budowaniu wizerunku firm
- Rola internetu w realizacji marketingu mix (produkt, cena, promocja, dystrybucja)

2. Planowanie i realizacja kampanii promocyjnej:

- Wytyczenie celów kampanii
- Analiza dostępnych
- Opracowanie harmonogramu i budżetu
- Zarządzanie wykonawcami i zasobami niezbędnymi do realizacji kampanii
- Metody oceny efektywności kampanii

3. Dbłość o markę firmy w sieci:

- Określenie cech wizerunkowych przedsiębiorstwa, story telling
- Graficzne elementy budujące markę, system identyfikacji wizualnej
- Audyt działań w Internecie pod kątem spójności wizualnej i werbalnej
- Zarządzanie spójnością wizerunkową firmy w sieci

3. Budowanie autorytetu firmy w Internecie:

- Rola i wykorzystanie narzędzi Content Marketingu: dobór tematyki, dobór mediów, umiejętność pisania tekstu, pozycjonowanie w wyszukiwarkach
- Zasady promocji z wykorzystaniem strony WWW, bloga firmowego oraz profili w Social Media
- Inne narzędzia kreowanie pozycji eksperta w środowisku branżowym z wykorzystaniem Internetu
- Wykorzystanie Internetu na rzecz Employer Brandingu
- Wykorzystanie referencji i rekomendacji

4. Reklama w internecie:

- Dobór treści reklamowych
- Rola emocji we współczesnej reklamie
- Kompozycja reklamy graficzna, dobre i złe praktyki
- Budowanie reklamy zgodnie z zasadą AIDA
- Dobór miejsca lokalizacji reklamy

5. E-mail marketing

- Zasady komponowania listu wstępnego
- Zasady komponowania listu właściwego
- Sposoby na wzmocnienie efektywności działań e-mailingowych
- Najczęściej popełniane błędy w kampaniach e-mailingowych

DZIEŃ 3

Prawne aspekty prowadzenia działalności marketingu internetowego:

- przepisy związane ze sklepem internetowym,
- procedury reklamacyjne,
- naruszenie wizerunku,
- prawa autorskie,
- RODO

DZIEŃ 4

Narzędzia Google - warsztat praktyczny.

DZIEŃ 5

1. Modele biznesowe i metody na zarabianie w sieci.
2. Realizacja celów sprzedażowych przedsiębiorstwa poprzez stronę internetową.
 - Zasady projektowania funkcjonalnych i perswazyjnych stron internetowych.
 - Metody optymalizacji konwersji strony.
 - Wykorzystanie analityki internetowej do optymalizacji strony (*Google Analytics, Hot Jar, Google Optimize*)
 - Zasady współpracy z agencją interaktywną
3. Skuteczna sprzedaż internetowa.
 - Reguły kupowania i sprzedawania w sieci.
 - Elementy dobrego sklepu internetowego
 - Metody zwiększania konwersji w sklepie internetowym.
 - Upselling i crosselling w sieci
 - Programy lojalnościowe w sieci
 - Wykorzystanie analityki internetowej do zwiększania sprzedaży (*Google Analytics, Hot Jar, Google Optimize*)
 - Wykorzystanie systemów B2B do optymalizacji sprzedaży klientom biznesowym.
 - Zasady współpracy z dostawcą platformy e-commerce.
 - Internet rzeczy jako przyszłość handlu w sieci

4. Metody i narzędzia do prowadzenia obsługi klientów w sieci.

DZIEŃ 6

1. Pozycjonowanie jako metoda pozyskiwania potencjalnych klientów

a) Pozycjonowanie naturalne (SEO)

- Zasady doboru słów kluczowych
- Czynniki wpływające na pozycje witryny w Google.
- Zasady optymalizacji strony i sklepu pod SEO. Wykorzystanie Google Search Console
- Strategie SEO
- Jak współpracować z agencją SEO

b) Wykorzystanie Ad Words (Google Ads) w zwiększaniu widoczności firmy w sieci.

- Podstawy Google AdWords: funkcje, zasady wykorzystania
- Dobre praktyki kampanii AdWords
- Metody optymalizacji kampanii AdWords
- Zasady współpracy z agencją AdWords

2. Metody pozyskiwania leadów sprzedażowych

- Systemy marketing automation
- Remarketing
- Społeczności internetowe (fb, Linkedin, Instagram, You tube, Snapchat)

3. Narzędzia do budowania i zarządzania bazami danych

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnik potrafi wskazać grupę docelową i sposób dotarcia do niej, umie zbudować odpowiednią ofertę i przedstawić ją, potrafi wybrać najskuteczniejsze rozwiązania w oparciu o posiadany budżet. Identyfikuje funkcje i role elementów strony głównej swojej organizacji, oraz inne miejsca w internecie gdzie organizacja istnieje, potrafi wskazać propozycje modyfikacji poprawiające funkcje marketingowe sprzedażowe. Nabył kompetencje społeczne w zakresie lepsze autoprezentacji, skuteczniejszej współpracy w zespole oraz efektywniejszego zarządzania sobą w czasie.

Grupa docelowa

Osoby zainteresowane uzyskaniem bądź uzupełnianiem, wiedzy, umiejętności i kwalifikacji w zakresie marketingu internetowego, w szczególności zamierzających podjąć pracę wymagającą prowadzenia działań marketingowych i sprzedażowych w sieci internetowej.

Opis warunków uczestnictwa

Warunkiem udziału jest prawidłowe zgłoszenie za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych.

Informacje dodatkowe

Koszt egzaminu VCC - 450 zł netto (nie jest wliczony w cenę kursu)

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Marketing internetowy (dzień I)	2019-04-27	09:00	16:00	7:00
2	Marketing internetowy (dzień II)	2019-04-28	09:00	16:00	7:00
3	Marketing internetowy (dzień IV)	2019-05-11	09:00	16:00	7:00
4	Marketing internetowy (dzień III)	2019-05-12	09:00	16:00	7:00
5	Marketing internetowy (dzień V)	2019-05-25	09:00	16:00	7:00
6	Marketing internetowy (dzień VI)	2019-05-26	09:00	16:00	7:00

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Aldona Kucner
Obszar specjalizacji	CEO, Business (marketing, innovation, entrepreneurship) trainer, consultant, facylitator
Doświadczenie zawodowe	Szeroka, kilkunastoletnia praktyka w marketingu, min. w agencji reklamowej, agencji mailingowej oraz w działach marketingu wielu przedsiębiorstw typu Business to Business. Dyplomowany trener biznesu i certyfikowany Międzynarodowy Trener Biznesu. Członek Stowarzyszenia Konsultantów i Trenerów Zarządzania MATRIK. Facylitator metody Open Space Technology. Członek Stowarzyszenia absolwentów studiów MBA – Klub MBA Wrocław.
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	Doświadczenie w prowadzeniu sesji marketingowych, szkoleń oraz usług doradczych z zakresu marketingu usług.
Wykształcenie	Absolwentka Wydziału Marketingu i Zarządzania w Wyższej Szkole Zarządzania w Warszawie, jak również studiów podyplomowych z zakresu: Dziennikarstwa (Uniwersytet Wrocławski) i Komunikacji Społecznej i Public Relations (Wyższa Szkoła Bankowa).

Imię i nazwisko	Katarzyna Łukaszuk
Obszar specjalizacji	trener, konsultant e-sprzedaży
Doświadczenie zawodowe	Specjalizacja w integrowaniu rozwiązań technologicznych, internetowych z celami sprzedażowymi przedsiębiorstw.
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	Prowadzenie usług szkoleniowych oraz doradczych w zakresie e -sprzedaży (lukaszuk.com, blog.lukaszuk.com) Zakres działań: • Zwiększanie konwersji stron internetowych i e-sklepów, poprzez wykorzystanie technik sprzedaży i metod wywierania wpływu • Wykorzystanie narzędzi internetowych do realizacji celów sprzedażowych firmy. • Integrowanie działań marketingowych i sprzedażowych, realizowanych przez firmę w online i offline
Wykształcenie	wyższe

Lokalizacja usługi

Adres: Aleksandra Ostrowskiego 7/118 53-238 Wrocław, woj. dolnośląskie Szczegóły miejsca realizacji usługi: I piętro	Warunki logistyczne: Klimatyzacja,Wi-fi
---	---