



Grupa HR Design
Małgorzata
Szydłowska-Pęsko



NARZĘDZIA E-MARKETINGU W PRAKTYCE

Numer usługi 2024/09/18/160374/2315867

📍 Skarbimierz-Osiedle / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 13.11.2024 do 20.11.2024

3 400,00 PLN brutto

3 400,00 PLN netto

170,00 PLN brutto/h

170,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Zarządzający i Pracownicy zajmujący się w ramach swoich obowiązków sprzedażą, obsługą klientów i administracją i obsługą mmediów społecznościowych w MIW GROUP Tomasz Kogut sp.k.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	29-09-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	20
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje Uczestników do prowadzenia zaawansowanych działań marketingu internetowego. Szkolenie przygotowuje do samodzielnego optymalizowania strony internetowej, pozycjonowania, analizowania danych za pomocą narzędzi Google Analytics, Google Search Console, definiowania celów i grup docelowych kampanii oraz mierzenia jej skuteczność. Szkolenie przygotowuje do wykorzystywania mediów społecznościowych w prowadzeniu skutecznej strategii promocyjnej firmy z uwzględnieniem aktualnych trendów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Samodzielnie prowadzi zaawansowane działania marketingu internetowego, samodzielnie optymalizuje strony internetowe, pozycjonuje analizuje dane za pomocą narzędzi Google Analytics, Google Search Console, definiuje cele i grupy docelowe kampanii oraz mierzy jej skuteczność. Wykorzystuje media społecznościowe w prowadzeniu skutecznej strategii promocyjnej firmy z uwzględnieniem aktualnych trendów.	Samodzielnie rozwiązuje problemy, planuje działania marketingowe w Miary i Wagi. Wykorzystuje metody SEO (Search Engine Optimization) celem zwiększenia pozycji strony www w darmowych (naturalnych, organicznych) wynikach wyszukiwania, Planuje kampanie reklamowe lub inne działania z zakresu marketingu online, Wykorzystuje zaawansowane narzędzia, analizuje dane, definiuje cele i grupy docelową kampanii oraz mierzyć jej skuteczność, Konfiguruje oprogramowanie Calendly w celu zapisów online, Konfiguruje program MailerLite w celu uruchomienia działań email-marketingowych w firmie, Buduje społeczność w mediach społecznościowych zgodnie z najnowszymi trendami.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Dokument zawiera informację o nabyciu przez uczestników umiejętności samodzielnej, profesjonalnej obsługi klientów

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o wskazane poniżej w karcie kryteria weryfikacji wykorzystując podaną metodę walidacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

W ramach jednej firmy zapewniamy inną osobę do przeprowadzenia walidacji niż do procesu kształcenia.

Program

Rozpoczęcie szkolenia, cele szkoleniowe i oczekiwania. Pre test

1. Search Engine Optimization i optymalizacja strony internetowej

- Pozycjonowanie on site i off site,
- Narzędzia do audytu strony www,
- Narzędzia do mierzenia szybkości witryny,
- Optymalizacja treści i grafik pod kątem SEO,
- Zasady linkowania, pozyskiwanie linków.

2. Google Ads

- Platforma reklamowa Google Ads - zaawansowane funkcjonalności,
- Dobór słów kluczowych,
- Sposoby oceny skuteczności słów kluczowych,
- Zasady redagowania tekstów i reklam,
- Wybór grupy docelowej,
- Sposoby mierzenia celów kampanii,

Dzień 2. //

Prowadzenie kampanii reklamowych

- Określanie celów kampanii reklamowej,
- Strategia prowadzenia kampanii w wyszukiwarce,
- Analityka dotychczasowych działań za pomocą Google Search Console i Google Analytics,
- Dobór budżetu do określonego celu kampanii,
- Planowanie celów pod kątem targetu, doboru słów kluczowych, ceny za kliknięcie i planowanej sprzedaży oraz zyskowności,
- Koordynacja kampanii z oprogramowaniami: do tworzenia Landing Page, do zapisów na szkolenia online,
- Konfiguracja oprogramowania Calendly w celu zapisów online na szkolenia i konsultacje,
- Konfiguracja programu MailerLite w celu uruchomienia działań email-marketingowych w firmie,

Media społecznościowe w strategii promocyjnej firmy - aktualne trendy

- Typologia social media – portale – mikroblogi – blogi – fora internetowe – aplikacje mobilne
- Strategia social media: rodzaje strategii, elementy składowe
- Potencjał mediów społecznościowych w strategii promocyjnej firmy
- Wybrane kanały social media, najnowsze trendy:
 - YouTube
 - Facebook
 - Potencjał mediów obrazkowych: Instagram, Pinterest

Zakończenie i podsumowanie. Post test

1 godzina zajęć została policzona jako godzina dydaktyczna = 45 min.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 11

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 1. Search Engine Optimization i optymalizacja strony internetowej. Pozycjonowanie	Jakub Nagórski	13-11-2024	09:00	10:30	01:30
2 z 11 Narzędzia do mierzenia szybkości witryny, Optymalizacja treści i grafik pod kątem SEO,	Jakub Nagórski	13-11-2024	10:30	12:00	01:30
3 z 11 Zasady linkowania, pozyskiwanie linków.	Jakub Nagórski	13-11-2024	12:00	13:00	01:00
4 z 11 Platforma reklamowa Google Ads - zaawansowane funkcjonalności, Dobór słów kluczowych,	Jakub Nagórski	13-11-2024	13:00	14:30	01:30
5 z 11 Sposoby oceny skuteczności słów kluczowych, Zasady redagowania tekstów i reklam. Ocena skuteczności.	Jakub Nagórski	13-11-2024	14:30	17:00	02:30
6 z 11 Prowadzenie kampanii reklamowych Określanie celów kampanii reklamowej,	Jakub Nagórski	20-11-2024	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 11 Strategia prowadzenia kampanii w wyszukiwarce, Analityka działań za pomocą Google Search Console i Google Analytics,	Jakub Nagórski	20-11-2024	10:00	11:00	01:00
8 z 11 Dobór budżetu do określonego celu kampanii, Planowanie celów, koordynowanie działań	Jakub Nagórski	20-11-2024	11:00	12:00	01:00
9 z 11 Media społecznościowe w strategii promocyjnej firmy - aktualne trendy	Jakub Nagórski	20-11-2024	12:00	13:00	01:00
10 z 11 Typologia social media – portale – mikroblogi – blogi – fora internetowe – aplikacje mobilne	Jakub Nagórski	20-11-2024	13:00	14:00	01:00
11 z 11 Wybrane kanały social media, najnowsze trendy: YouTube Facebook Potencjał mediów obrazkowych: Instagram, Pinterest	Jakub Nagórski	20-11-2024	14:00	17:00	03:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	170,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jakub Nagórski

Obszar specjalizacji: Od kilkunastu lat w marketingu internetowym. Specjalizacja - media społecznościowe, personal branding.

Doświadczenie zawodowe: Od ponad 10 lat zarządza agencją marketingu zintegrowanego i agencją emarketingu, współpracował z ponad 500 klientami na terenie Polski i poza granicami naszego kraju.

Tworzył kampanie o zasięgu lokalnym, ogólnopolskim i międzynarodowym. Posiada certyfikat trenerski na poziomie 5EQF. W ciągu 10 lat przeprowadził ponad 3500 godzin szkoleniowych dla firm, instytucji publicznych, organizacji pozarządowych i w ramach projektów finansowanych ze środków Unii Europejskiej.

Szkolił z zakresu marketingu internetowego, social media, strategii marketingowych i personal branding.

Head of venture building w co.brick i Prezes Silesian Startup Foundation, w ramach których jest odpowiedzialny za tworzenie, aktywizację i rozwój śląskiego ekosystemu startupowego.

Mentor od lat wspierający startupy na różnych etapach rozwoju. Co-founder i CEO w grupie Spindigital.pro.

Co-founder i członek Rady Nadzorczej w Abyss Glass, start-upie rozwijającym technologię smart mirrors.

Jako współwłaściciel agencji kreatywnej, od ponad 14 lat tworzy kampanie marketingowe, personal brandingowe i employer brandingowe dla podmiotów o różnym zasięgu – od małych firm regionalnych,

przez samorzędy po międzynarodowe korporacje.

Regularnie występuje jako prelegent na eventach związanych z marketingiem i mediami społecznościowym

o zasięgu ogólnopolski.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały:

- Podręcznik w wersji papierowej opracowany przez trenera z obszaru obsługi klienta, przyjmowania reklamacji, radzenia sobie z trudnym klientem,
- Opracowane przez trenera testy oraz ćwiczenia,
- Prezentacja powerpoint z obszaru obsługi klienta,
- Skrypty dotyczące obsługi klienta opracowane przez trenera.

Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe

- *Godzina zajęć jest rozumiana jako 45 minut (godzina dydaktyczna).*
- Podstawa zwolnienia z podatku VAT: Art. 43 ust 1 pkt 29 lit. a Ustawy o VAT oraz paragraf 3 ust 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra finansów z dnia 20 grudnia 2013 w sprawie zwolnień od podatku.

Adres

ul. Smaków 9

49-300 Skarbimierz-Osiedle

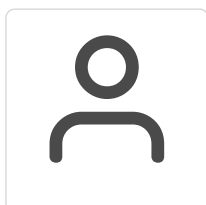
woj. opolskie

Siedziba MiW GROUP, Sala konferencyjna na 1p.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Marek Bogacz

E-mail marek.bogacz@ghrd.pl

Telefon (+48) 502 235 910