



EDUKACIJA

DIGITALNI MARKETING

Pula, 17. travnja 2019. (od 10:00 do 16:00 sati)

Cilj je edukacije polaznicima omogućiti uvid u digitalni marketing, s posebnim naglaskom na marketinško planiranje i produkciju web-a, Google Ads, Google Analytics, Google My Business i MailChimp.

SADRŽAJ

10.00 - 12.00 sati

MARKETINŠKO PLANIRANJE I PRODUKCIJA WEB-A

- određivanje poslovnih i marketinških ciljeva te primjena na ciljeve web-a
- ciljevi web-a: što je konverzija, koje su tipične konverzije web-a te vrste web-sjedišta po ciljevima: informativni web, prodajni web, web za izgradnju lojalnosti, web kao podrška ostalim komunikacijskim kanalima - primjeri kroz analize web-ova polaznika radionice (ako polaznici imaju web ili ako netko ima web u fazi planiranja)
- određivanje cilja web-a i određivanje ciljne skupine: pojam ciljne publike / kupovne persone, važnost određivanja kupovne persone za kasnije oglašavanje i SEO optimizaciju
- produkcijsko trojstvo: dizajn korisničkog iskustva, dizajn korisničkog sučelja i programiranje web-a; uspostavljanje hijerarhije važnosti između ova tri procesa
- informacijska arhitektura web-a: uloga i razlike između dizajna korisničkog iskustva i dizajna korisničkog sučelja; važnost kupovne persone za dizajn korisničkog iskustva; važnost informacijske arhitekture za oglašavanje i SEO optimizaciju
- sažetak procesa marketinškog planiranja i produkcije web-a: lista provjere i besplatni online resursi za upoznavanje više informacija o svakom koraku u procesu

12.00 - 12.30 sati

PAUZA

12.30 - 14.30 sati

GOOGLE ADS

- što je Google Ads: upoznavanje s Google oglašivačkom mrežom (Google Search Network i Google Display Network), vrste kampanja i oglasa
- kako funkcionira Google Ads: pojam i vrste targetiranja (targetiranje po ključnim riječima, jeziku i geografskoj lokaciji, targetiranje publika [važnost oblikovanja kupovne persone], targetiranje po tipu sadržaja koji kupovna osoba konzumira, remarketing, dinamički remarketing

- objašnjenje koncepta licitacije (Second Price Auction), strategije licitiranja i njihove primjene na primjeru Search i Display kampanje
- primjer: kako izraditi Search kampanju?; ako netko od polaznika ima Google Ads račun moguća analiza računa, objašnjenje na konkretnom primjeru; u suprotnom, objašnjenja na primjeru aktivnog Google Ads računa kojim upravlja predavač
- besplatni online resursi za nastavak učenja o Google Ads-u

14.30 - 14.45 sati

PAUZA

14.45 - 16.00 sati

OSNOVE GOOGLE ANALYTICSA

- osnovne skupine izvještaja u Google Analyticsu: pregled, objašnjenja najvažnijih izvještaja i primjeri za primjenu
- kreiranje segmenata, ciljeva i publika u Google Analyticsu te njihova važnost za isplativost web-a i marketinških aktivnosti

GOOGLE MY BUSINESS

- što je Google My Business: osnovne namjene, važnost za vidljivost na internetu i interaktivnost s potencijalnim i postojećim kupcima
- analitičke mogućnosti Google My Businessa

MailChimp

- uvod u e-mail marketing
- pregled mogućnosti platforme za e-mail marketing MailChimp

INFORMACIJE O PREDAVAČU:

Edukaciju će voditi Darko Perković, stručnjak na području digitalnog marketinga s više godina iskustva predavanja na Otvorenom učilištu Algebra u Zagrebu. Uz predavanja na Algebri, Darko predaje i za Google Hrvatska te je član tima edukatora u sklopu globalnog Googleovog projekta pod nazivom „Digitalna garaža“. Osim što je predavač, Darko Perković vlasnik je digitalne agencije Targetad koja se bavi digitalnim marketingom i SEO optimizacijom. Uža specijalnost agencije su Google Ads i SEO optimizacija, a svojim klijentima redovito pruža i usluge oglašavanja na društvenim mrežama, pisanja SEO optimiziranih tekstova, web-analitike i izrade web-sjedišta uz marketinško planiranje web-a.