

kod szkolenia: DM-SD / MARb2b_1d

Digital Marketing w B2B

W świecie B2B digital marketing odgrywa kluczową rolę w budowaniu relacji z klientami, generowaniu leadów i zwiększaniu sprzedaży. Szkolenie ma na celu wyjaśnić uczestnikom, jak skutecznie wykorzystywać kanały online, takie jak LinkedIn, Google Ads czy e-mail marketing, aby docierać do właściwych klientów i optymalizować działania marketingowe. Uczestnicy dowiedzą się także jak analizować skuteczność działań oraz jak dobrać narzędzia marketingowe do swoich celów.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie przeznaczone jest dla osób chcących lepiej poznać specyfikę digital marketingu w B2B w podstawowy zakresie. Jest przeznaczone dla osób rozpoczynających swoją karierę w działach marketingu w przedsiębiorstwach specjalizujących się w sprzedaży B2B, specjalistów ds. marketingu B2B, właścicieli firm oraz key account managerów, którym łatwiej będzie zrozumieć specyfikę prowadzonych działań.



Korzyści

- Poznanie różnic pomiędzy marketingiem B2B a B2C
- Praktyczna wiedza na temat narzędzi digital marketingowych w B2B
- Wiedza, jak opracować strategię marketingową dla marki działającej w B2B
- Poznanie strategii jak generować leady, analizować ich opłacalność oraz stale poprawiać efektywność działań



Program szkolenia

1. Wprowadzenie do Digital Marketingu w B2B
 - Różnice między marketingiem B2B a B2C

- Główne wyzwania w marketingu B2B
2. Strategia Digital Marketingu w B2B
 - Cykl zakupowy Klienta oraz inne podejście do zakupu
 - Jak określić grupę docelową i gdzie jej szukać?
 - Kanały marketingowe, które warto rozważyć
 - Tworzenie materiałów reklamowych – czy zwykły banner będzie wystarczający?
 3. Lead Generation
 - Narzędzia, którymi można generować leady
 - Jak oceniać efektywność działań?
 - Automatyzacja marketingu – jak usprawnić pracę i zwiększyć efektywność
 4. Inne cele kampanii
 - Czy e-commerce w B2B ma sens?
 - Kampanie wizerunkowe
 - Kampanie edukacyjne
 5. Analityka w Digital Marketingu B2B
 - Kluczowe KPI
 - CRM – kiedy warto się zdecydować
 - Google Analytics 4 – jak analizować skuteczność działań?
 6. Q&A oraz podsumowanie szkolenia



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników



Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski