

Strategia Digital - e-learning

Dobrze zaprojektowana strategia digitalowa to dziś fundament skutecznych działań marketingowych – szczególnie w zmiennym i nieprzewidywalnym otoczeniu. Kurs „Strategia Digital” pozwala zdobyć wiedzę i narzędzia niezbędne do planowania, wdrażania i oceny działań marketingowych w środowisku cyfrowym. Uczestnicy uczą się, jak podejść do procesu strategicznego w oparciu o dane, nie intuicję – od wyznaczania celów, przez analizę danych, po dobór kanałów i tworzenie efektywnych kreacji. Kurs zawiera 9 modułów tematycznych i **8 godzin materiałów wideo**, artykułów i ćwiczeń, z dostępem przez 365 dni.



Odbiorcy szkolenia

Kurs dedykowany jest osobom, które Poszukują uporządkowanego podejścia do tworzenia strategii digital, które realnie wspiera realizację celów firmy:

- Pracują w marketingu, sprzedaży, komunikacji lub zarządzaniu i chcą rozwijać strategiczne myślenie.
- Specjalizują się w digital marketingu i chcą zaktualizować lub uporządkować wiedzę w szerszym kontekście.
- Dopiero rozpoczynają karierę w branży i chcą zrozumieć, jak planować działania w oparciu o dane i cele biznesowe.
- Chcą lepiej współpracować z zespołami marketingowymi, agencjami lub partnerami zewnętrznymi w zakresie strategii.



Korzyści

1. Narzędzia marketingowe – poznasz kluczowe narzędzia digital marketingu i nauczysz się efektywnie z nich korzystać w pracy zespołowej i indywidualnej.
2. Analityka i dane – dowiesz się, jak mierzyć działania w sieci, interpretować dane i unikać

najczęstszych błędów w analizie wyników.

3. Planowanie kampanii – poznasz różne typy kampanii, ich strukturę, cele oraz specyfikę kanałów reklamowych online i offline.
4. Kreacja i content – nauczysz się projektować skuteczne komunikaty reklamowe oraz rozpoznawać dobre praktyki w tworzeniu treści.
5. Kontekst prawny – zdobędziesz podstawową wiedzę prawną dotyczącą działań marketingowych w środowisku cyfrowym.



Program szkolenia

0. Wprowadzenie

- Przywitanie

1. Wyznaczanie celu

- Dlaczego warto wyznaczyć cel

2. Statystyki

- Statystyki, którymi można analizować wyniki reklamy w internecie, część 1
- Statystyki, którymi można analizować wyniki reklamy w internecie, część 2

3. Analityka internetowa

- Narzędzia do analityki internetowej
- Główne problemy analityki internetowej
- Ciasteczka
- Analiza danych, a zdrowy rozsądek

4. Narzędzia marketingu

- Kluczowe narzędzia stosowane w marketingu
- Narzędzia sprawdzające potencjał stworzonych produktów

5. Koncepcja 4P

- Koncepcja 4P – cena
- Koncepcja 4P – dystrybucja
- Koncepcja 4P – dystrybucja – miejsce prowadzenia dystrybucji
- Koncepcja 4P – dystrybucja – E-commerce
- Koncepcja 4P – promocja
- Kluczowe elementy kampanii zasięgowej – zasięg, widoczność
- Kluczowe elementy kampanii zasięgowej – dopasowanie

6. Kanały reklamowe

- Cel kampanii performance
- Kanały reklamowe
- Reklama banerowa
- Content i artykuły
- Kanały poza internetem

7. Kreacje i praktyki reklamowe

- Kreacja komunikacji w internecie
- Praktyki stosowane we wszelkich procesach
- Rady, które warto stosować w reklamie

8. Prawo w marketingu internetowym

- Prawo

9. Zakończenie

- Podziękowanie
- Test wiedzy

**Oczekiwane przygotowanie uczestnika**

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.

**Szkolenie obejmuje**

- Dostęp do kursu przez 365 dni
- 9 modułów szkoleniowych na platformie online
- 8h materiałów szkoleniowych (video, atrykuły, podcasty)
- Prezentacja szkoleniowa
- Dyplom ukończenia szkolenia
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę

**Czas trwania**

1 dni / 8 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski