

DIGITAL MARKETING

1. Wprowadzenie do digital marketingu

- 1.1. Czym jest digital marketing?
 - 1.1.1. Definicja
 - 1.1.2. Historia rozwoju digital marketingu
- 1.2. Przegląd strategii w digital marketingu.
- 1.3. Znaczenie digital marketingu we współczesnym biznesie
- 1.4. Pojęcia i narzędzia używane w digital marketingu
- 1.5. Dlaczego warto wdrażać digital marketing?

2. Strategia marketingowa

- 2.1. Czym jest strategia marketingowa?
- 2.2. Rodzaje strategii marketingowych
- 2.3. Definiowanie celów marketingowych i KPI
- 2.4. Plan marketingowy – przykład
- 2.5. **Warsztat:** Definiowanie celów strategicznych i ustalenia KPI

3. Kanały komunikacji w digital marketing

3.1. SEO (Search Engine Optimization)

- 3.1.1. Co to jest SEO i jak wpływa na biznes?
- 3.1.2. Słowa kluczowe jako podstawa do budowy planu
- 3.1.3. Optymalizacja treści
- 3.1.4. Narzędzia wspierające SEO
- 3.1.5. **Warsztat:** definiowanie słów kluczowych dla przykładowego biznesu

3.2 SEM (Search Engine Marketing)

- 3.2.1 Czym jest Google Ads i kiedy warto go stosować?
- 3.2.2 Jakie są rodzaje reklam w Google Ads?
- 3.2.3 Jak trafić z reklamą do wybranej grupy docelowej?
- 3.2.4 Analiza efektywności reklam w Google Ads.
- 3.2.5 **Warsztat:** Konfiguracja reklamy w Google Ads

3.3 Social Media Marketing

- 3.3.1 Media społecznościowe i ich rola w digital marketingu
- 3.3.2 Składowe strategii social media
- 3.3.3 Działania płatne Facebook Ads i LinkedIn
- 3.3.4 Działania bezpłatne i ich siła
- 3.3.5 Analityka w social mediach
- 3.3.6 Przydatne narzędzia do prowadzenia social mediów

3.4 Content Marketing

- 3.4.1 Czym jest content marketing?

- 3.4.2 Jak przygotować strategię content marketingową?
- 3.4.3 Narzędzia content marketingowe i ich rola w biznesie i dla pozyskiwania leadów
- 3.4.4 Jaki powinien być idealny content marketing?
- 3.4.5 **Warsztat:** opracowanie planu content marketingowego i celów strategii content marketingowej

3.5 E-mail marketing

- 3.5.1 Skuteczne pozyskiwanie lead'ów - budowanie listy mailingowej
- 3.5.2 Zasady skutecznych newsletterów
- 3.5.3 Narzędzia i strategię w e-mail marketingu
- 3.5.4 **Warsztat:** stworzenie przykładowego newslettera w jednej z wybranych platform (Getresponse, mailer lite)

3.6 Video Marketing

- 3.6.1 Strategia video marketingowa
- 3.6.2 Dlaczego video marketing jest dziś tak ważny?
- 3.6.3 Produkcja i edycja filmów – przegląd narzędzi
- 3.6.4 Reklamy wideo na w kanałach społecznościowych – przykłady

3.7 Marketing automation

- 3.7.1 Czym jest marketing automation?
- 3.7.2 Kanały komunikacji w marketing automation
- 3.7.3 Narzędzia marketing automation
- 3.7.4 Przykładowe zastosowania marketing automation
- 3.7.5 Warsztat: omówienie zalet marketing automation

4. Wprowadzenie do analityki

- 4.1. Jak mierzyć skuteczność działań digital dla biznesu?
- 4.2. Podstawowe narzędzia do mierzenia ruchu i zaangażowania (GA4, Search Console)
- 4.3. Przegląd raportów i interpretacja wyników

5. Praca w digital marketingu – zakres obowiązków i odpowiedzialności

- 5.1. Role i odpowiedzialności na poszczególnych stanowiska pracy
 - 5.1.1. Formy zatrudnienia w digital marketingu
 - 5.1.2. Potencjalni pracodawcy
 - 5.1.3. Wynagrodzenia w digital marketingu
- 5.2. Kluczowe kompetencje w digital marketingu
- 5.3. Organizacja pracy w digital marketingu

6. Strategia w Digital Marketingu - warsztat

6.1. Tworzenie strategii digital marketingowej

6.1.1. SWOT

6.1.2. Analiza konkurencji

6.1.3. Business model canvas

6.1.4. Definiowanie grup docelowych

6.1.5. Definiowanie person

6.1.6. Określanie celów strategicznych

6.1.7. Dobór kanałów i narzędzi

6.1.8. Wyznaczanie KPI

6.1.9. Opracowanie planu działań

6.2 Wdrożenie strategii w życie

6.2.1 Konfiguracja kanałów

6.2.2 Przygotowanie contentu

6.2.3 Uruchomienie działań

6.3 Monitoring i optymalizacja

7. Zakończenie szkolenia