

PROFESJONALNY MARKETING INTERNETOWY. Konsument i marka w internecie. Sprzedaż internetowa

O SZKOLENIU:

Kurs marketingu internetowego ? inaczej szkolenie z e-marketingu ? to jedna z chętniej wybieranych propozycji naszych szkoleń otwartych i zamkniętych. Zarówno sprzedaż, jak i strategie jej maksymalizacji na stałe przeniosły się do internetu. To tutaj swoje strony i sklepy mają małe oraz duże firmy. To tutaj można kupić przedmiot, zamówić usługę, zlecić produkcję. I to tutaj można to wszystko promować. Dlatego dziś prowadzenie profesjonalnych działań w ramach marketingu internetowego to konieczność. Dynamiczne zmiany na rynku powodują, że managerowie i specjaliści ds. marketingu powinni nieustannie podnosić swoje kwalifikacje, uczestnicząc w szkoleniach z marketingu internetowego i nowoczesnych rozwiązań z dziedziny promocji marki online.

Właśnie takie kursy e-marketingu prowadzimy. Ofertę kierujemy dla firm, które, choć zlecają promocję produktów i usług na zewnątrz, chcą weryfikować pracę agencji marketingowych; dla firm, które chcą rozpocząć promocję we własnym zakresie; dla firm, które chcą utrzymać kwalifikacje swojej kadry managerskiej na wysokim poziomie.

Informacje przekazywane na szkoleniu z marketingu internetowego dotyczą zarówno podstawowych, jak i zaawansowanych kwestii e-marketingu: ustalania grupy docelowej odbiorców, strategii marketingowych, content marketingu, typów działań marketingowych. Wiedza pozyskana na kursie pozwoli managerom na efektywne kierowanie zespołem ds. marketingowych oraz sprawną komunikację z osobami odpowiedzialnymi za promocję marki i jej oferty. Szczegółowy opis naszego kursu marketingu online znajduje się poniżej.

CELE SZKOLENIA:

Podczas szkolenia z marketingu internetowego:

Dowiesz się jak rozpoznać potrzeby swojej grupy docelowej (konsumentów) funkcjonujących w internecie.

Nauczysz się tworzyć komunikaty marketingowe, które będą atrakcyjne dla Twojej odbiorcy internetowego.

Poznasz ścieżkę zakupową panującą w sieci i nauczysz się dobrać odpowiednie narzędzia marketingowe na różnych etapach tej ścieżki.

Zdobędziesz umiejętność pisania artykułów i tworzenia filmów, które przyciągną Twojego odbiorcę.

Poznasz działania i efekty marek, które skutecznie zaangażowały internautów.

Zaprojektujesz własną strategię działania i skonstruujesz ofertę, która zacznie się sprzedawać.

GRUPA DOCELOWA SZKOLENIA "PROFESJONALNY MARKETING INTERNETOWY. Konsument i marka w internecie. Sprzedaż internetowa"

Od 2010 roku wspieramy managerów i specjalistów marketingu w podnoszeniu i rozwoju kompetencji związanych z profesjonalnym marketingiem i internetowym.

Rekomendujemy szkolenie "Profesjonalny marketing internetowy. Konsument i marka w internecie. Sprzedaż internetowa.":

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Managerom marketingu odpowiedzialnym za strategię obecności marek / produktów w internecie.
Specjalistom ds. marketingu realizującym operacyjnie aktywności marketingowe sprzedażowe i w kanałach online.
Brand Managerom, którzy są odpowiedzialni za obecność i komunikacją marki (brandu) w internecie.
Product managerom, dla którym kanał online jest ważnym elementem w zarządzaniu produktem.

METODA PROWADZENIA SZKOLENIA Z MARKETINGU INTERNETOWEGO

Szkolenie "Profesjonalny marketing internetowy. Konsument i marka w internecie. Sprzedaż internetowa" będzie prowadzone aktywnymi metodami angażującymi do pracy uczestników zajęć.

Uczestnicy wezmą udział w:

- Projekcie badawczym.
- Burzy mózgów.
- Dyskusji moderowanej.
- Rozwiązywaniu case'ów biznesowych.
- Ćwiczeniach indywidualnych i zespołowych.

TRZY WYGODNE FORMY UDZIAŁU W SZKOLENIU "PROFESJONALNY MARKETING INTERNETOWY. Konsument i marka w internecie. Sprzedaż internetowa"

Wybierz najbardziej odpowiednią dla siebie formę udziału w szkoleniu z marketingu internetowego:

Szkolenie zamknięte dla zespołu Twojej firmy. Rozwiązanie rekomendowane dla grup 4/5 - 12 osób. Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem. Korzyścią jest to, że szkolenie jest prowadzone wg. dedykowanego programu uwzględniające potrzeby szkoleniowe i specyfikę funkcjonowania Twojej firmy / marki / produktów w internecie.

Szkolenie online. Profesjonalne e-szkolenie / webinar dla Twojej firmy / zespołu. Prowadzony w oparciu o dedykowany program.

Szkolenie "1 na 1". Szkolenie indywidualne tylko dla Ciebie. Termin i miejsce do uzgodnienia. W sprawie szczegółów prosimy o kontakt.

PROGRAM SZKOLENIA:

- INTERNET - MIEJSCE SPRZEDAŻY I KOMUNIKACJI MAREK
- GRUPA DOCELOWA - CO TRZEBA O NIEJ WIEDZIEĆ, ABY EFEKTYWNIE SIĘ KOMUNIKOWAĆ W SIECI?

Insighty konsumenckie

Diagnoza marki / produktu w internecie

- STRATEGIA MARKETINGOWA W INTERNECIE - USTAL WŁASNY PLAN DZIAŁANIA

Formułowanie celów

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Dobór narzędzi do celów

Co chciałbym zrobić vs co jestem w stanie zrobić - zasoby vs. możliwości

4. MARKETING, KTÓRY PROWADZI DO SPRZEDAŻY W SIECI

Lejek sprzedażowy w internecie

Content marketing

Charakterystyka mediów społecznościowych

5. TESTY A/B

Testowanie rozwiązań w sieci

6. CONTENT MARKETING, TWORZENIE TREŚCI, KTÓRE SPRZEDAJĄ

Zasady tworzenia treści (blogi, video)

Sztuka tworzenia przyciągających tytułów

Jak sprawić, aby materiał był atrakcyjny

Tworzenie efektywnych postów do mediów społecznościowych

Jakie posty angażują a jakie powodują, że się nimi dzielimy

7. WSPÓŁPRACA Z INFLUENCERAMI I MARKETING SZEPTANY

Influencer - adwokat Twojej marki

O czym pisać i jak tworzyć treści

Jak zmierzyć efektywność współpracy

8. E-MAIL MARKETING

Etapy konstruowania newsletterów

Zasady tworzenia newsletterów

9. WSPÓŁPRACA ZE SKLEPEM INTERNETOWYM

Jak ocenić potencjał sklepu

Narzędzia marketingowe i trade marketingowe do wykorzystania w sklepie

Tworzenie wartościowych materiałów do sklepów on-line

10. CASE STUDY UCZESTNIKÓW SZKOLENIA - SPRZEDAJEMY PRZEZ INTERNET

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Praca z markami i produktami uczestników szkolenia (w przypadku małych grup)

Analiza przypadków i projektowanie własnej, efektywnej drogi zakupowej włączając elementy polityki cenowej, aspekty psychologiczne, itp.

Szkolenie z marketingu internetowego prowadzi:

TRENER:

Izabela Bohdan - Talmont

Trener - Praktyk. Menedżer marketingu z wieloletnim doświadczeniem w zakresie zarządzania markami (branding) i produktami (product management), strategii marketingowych, trade marketingu.

Karierę zawodową rozpoczęła w Kamis - Przyprawy S.A. początkowo jako analityk sprzedaży, aby w 2003 roku objąć stanowisko Koordynatora Marketingu na Rynkach Zagranicznych. Odpowiadała m.in. za: wprowadzanie nowych produktów na rynki Europy Wschodniej i rynek amerykański, przygotowanie wsparcia marketingowego dla partnerów zagranicznych, analizę działań konkurencji oraz współpracę z zagranicznymi agencjami reklamowymi, ocenę akcji promocyjnych.

Od 2005 roku była odpowiedzialna za marki własne (private labels) w Kamis - Przyprawy S.A. współuczestniczyła w tworzeniu i wdrażaniu strategii rozwoju działu odpowiedzialnego za marki własne i eksport.

Wynikiem tych prac było wprowadzenie przypraw i musztard pod marką własną do sieci: Jeronimo Martins (Biedronka), Carrefour, Plus Discount, Tesco, Kaufland, Lidl na rynku polskim oraz na rynkach zagranicznych (m.in. Węgry, Czechy, Słowacja) dla takich klientów jak Tesco, Lidl, Kaufland. Ścisłe współpracowała z poszczególnymi działami firmy na każdym etapie przygotowania produktu pod markę własną (jakość, produkcja, B&R, zakupy, logistyka).

Od połowy 2006 roku związana z Eveline Cosmetics gdzie odpowiadała za opracowanie i wdrażanie kampanii promujących markę na rynkach eksportowych oraz współpracę z mediami zagranicznymi w zakresie reklam i PR, kontrolę budżetów marketingowych i promocyjnych.

W latach 2007 - 2008 w 3M Poland odpowiadała za zarządzanie markami Consumer Health Care (marki Viscoplast, Nexcare, Kinder Test) w kanale tradycyjnym, nowoczesnym i farmaceutycznym. Była odpowiedzialna za wprowadzanie nowych produktów, współpracę ze strukturami międzynarodowymi w ramach korporacji, koordynację działań PR dla marek, działania trade marketingowe, opracowanie i wdrażanie kampanii promocyjnych, zarządzanie marką na produktach, zarządzanie kanałami dystrybucji, współpracę z agencjami badającymi rynek (AC Nielsen), reklamowymi i domami mediowymi. Zrealizowała również projekt marki własnej dla sieci Biedronka.

Od 2009 roku Brand Manager marki Canpol babies w Canpol Communication. Zarządza marką Canpol babies we wszystkich kanałach dystrybucji, przygotowuje analizy strategiczne i wytycza kierunki rozwoju dla marki, projektuje oraz prowadzi akcje promocyjne skierowane do konsumentów i środowiska medycznego. Współpracuje z agencjami badawczymi w zakresie badań jakościowych i ilościowych w ramach projektu repozycjonowania marki.

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej i Uniwersytetu Warszawskiego.

Główne kompetencje trenerskie:

- branding (zarządzanie marką, marki własne, rebranding, repozycjonowanie); - pricing (marketing ceny, polityka

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



cenowa, polityka rabatowa, wojny cenowe); - benchmarking; - badania (ilościowe, jakościowe); - trade marketing; -
strategie marketingowe.