



**Az online marketing nem  
bonyolult,  
csak rosszul mondják el Neked**

# LinkedIn Képzés

(LinkedIn training/Ausbildung zum LinkedIn)

- Ismerd meg a **LinkedIn** felületét, hozd létre a profilod és készíts profi LinkedIn tartalmakat
- Az alapokkal kezdünk, egészen a regisztrációtól , **alapvető beállításoktól** kezdve lépésről lépésre bemutatjuk, hogyan hirdess sikeresen a **LinkedIn-en**. Beszélünk a kampánytípusok , kampányfelépítésről, célzásról, célközönségekről, pixelelhelyezésről, riportálásról.
- Minden tananyagunk és óránk **100% online** – így bárhonnán és bármikor tanulhatsz.

# Információk

- **28** On- demand tananyag +
- Gyakorló feladatok
- **Bootcampek** (Premium csomagban)

## Kapcsolat:

Illyés Dániel

[Daniel.illyes@webbyskill.com](mailto:Daniel.illyes@webbyskill.com)

+36 30 748-15-05



— **Online oktatási rendszerben** – nincs bejárás, nincs utazás – zajló képzés, mely szaktudásra a munkaerő piacnak szüksége van. A képzés végén **szerződött partnereinktől** akár **állásajánlatot is kaphatsz**.

— **Mission:** Azt gondoljuk, hogy a digitális technológia segítségével egy olyan nemzetközi szintű távoktatási megoldást tudunk felépíteni, ami lehetővé teszi, hogy bejárás, utazás a környezetünk további terhelése nélkül sajátíts el olyan ismereteket, amire nagy az igény a munkaerőpiacon és egyben olyan állásokat tudj megszerezni, amit otthonról is professzionálisan tudsz elvégezni.  
A partnereinknél pedig olyan munkalehetőségek közül válogathatsz, ahol egyből használni is tudod a megszerzett tudásod.

## — LinkedIn hirdetés képzés

(LinkedIn training/Ausbildung zum LinkedIn)

Ismerd meg a **LinkedIn** felületét, hozd létre a profilod, és készíts profi LinkedIn tartalmakat akár az AI segítségével. Tanulj meg hatékonyan célzott hirdetések létrehozni és kezelni a **LinkedIn** platformon. Megmutatjuk, hogyan növeld vállalkozásod láthatóságát, és érj el pontosan meghatározott célcsoportokat és növeld az üzleti eredményeidet.



Saját ritmusodban



Gyakorlati példákon át



Akár saját feladataidat felhasználva



Csapatban vagy egyedül

# Tematika

(LinkedIn training/Ausbildung zum LinkedIn)

## LINKEDIN HIRDETÉSEI (LinkedIn training/Ausbildung zum LinkedIn)

**LINKEDIN ALAPOK** - #LinkedIn alapozás #összefoglaló

**REGISZTRÁCIÓ** - #regisztráció #főoldal #profilbeállítások #profil/céges oldal

**HIRDETÉSFELÉPÍTÉS** - #account létrehozása #kampánymenedzser menüpontok

**KAMPÁNYFELÉPÍTÉS** - #kampánytípusok #pixel elhelyezés #konverzióbeállítás

**HIRDETÉSI FORMÁTUMOK** - #képes #carousel #video #lead ads

**HIRDETÉSEK FELÉPÍTÉSE** - #kampányszint #hirdetéscsoport szint #hirdetés szint

**METRIKÁK** - #metrikák módosítása #riportok

## LINKEDIN (LinkedIn / LinkedIn)

**MIRE ÉS KINEK VALÓ A LINKEDIN?** - #Branding kialakítása #felhasználási módok #Nagyvállalati menedzsereknek #Értékesítőknek #Vállalatok tulajdonosainak #Social Media szakértőknek #HR munkatársaknak A **LINKEDIN MINT PLATFORM** - #mi valójában a LinkedIn #felhasználói adatok #életkori megoszlás #piaci részesedés #üzleti funkciók #érdekességek

**A LINKEDIN LEGFONTOSABB ESZKÖZE I-** #news feed #levelezés #Company Page

**LINKEDIN REGISZTRÁCIÓS TIPPEK-** #profilkép #háttérkép #profil kialakítása #LinkedIn Premium #verifikáció #toborzás #CV letöltése #professzionális profiloldal #részletes tanácsok a kitöltéshez

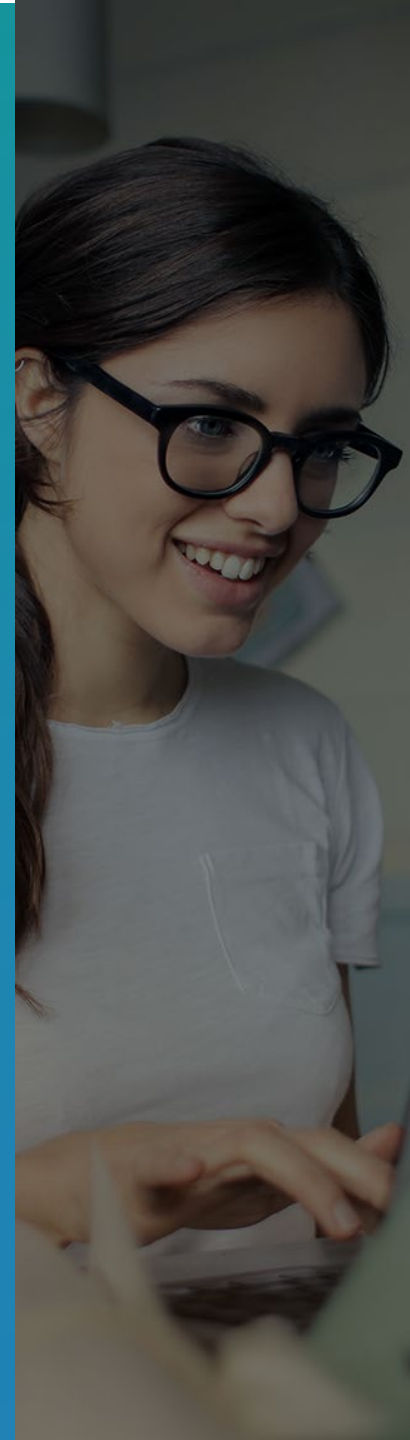
**LINKEDIN TEVÉKENYSÉG MEGKEZDÉSE** - #segédlet profil feltöltéshez #hálózatépítés #LinkedIn etikett #platform használati célok

**AKTÍV LINKEDIN HASZNÁLAT** - #posztolási tippek #Az AI használata #cikk írása #események #láthatóság

**A CÉGES OLDALAK ALAPJAI** - #company page #követők #leadek #posztolás #a LinkedIn algoritmus működése #Campaign manager vs business manager #álláshirdetés #statisztikák #csoportok #hashtagek használata



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

## 1. Online Marketing témakör – Alapozás:

**Az online marketing / a PPC / az elemzés alapfogalmai példákon.  
(Premium csomagban)**

Például mi a különbség? Látogatás és látogató, valamint egyedi látogató között? CT és CTR között? Kattintás és eredmény között?  
Mi az? PPC, CT, CTR, CPL, Time on Site, Bounce Rate stb.

## 2. Online Marketing témakör – Alapozás:

**Mitől sikeres egy online marketing aktivitás? Mérőszámok, eredmények, kimutatási módszertanok.  
(Premium csomagban)**

Vegyük alapul a realitást. A kommunikáció egy gazdasági fogalom. A kérdés, hogy az ebbe fektetett pénz megtérül-e és ha igen, akkor milyen mértékben?  
Mit mérj az online térben és miért? Hogyan mutass ki eredményt – ha van? Hogyan menedzsel a változásokat a kampányaidban? Mit tegyél és miért?

## 3. Online Marketing témakör – Alapozás:

**Az online marketing / a PPC / az elemzés alapfogalmai példákon.  
(Premium csomagban)**

Például mi a különbség? Látogatás és látogató, valamint egyedi látogató között? CT és CTR között? Kattintás és eredmény között?  
Mi az? PPC, CT, CTR, CPL, Time on Site, Bounce Rate stb.

## 4. Online Marketing témakör – Haladó:

**Az Adatvezérelt Marketing alapjai.  
(Premium csomagban)**

A vállalati, teoretikus online marketing aktivitásokkal kapcsolatos elképzelések vs. egy valódi éves aktivitás eredményei és befektetései.  
Miért lehet teljesen más, amit tervezel és amit majd megvalósítasz? Mikre figyelj oda, amikor éves tervezést végzel? Hol lehet rossz döntéseket hozni?

## 5. Online Marketing témakör – Haladó:

**Az Adatvezérelt Marketing eszköztára  
(Premium csomagban)**

Mi az: Adatvezérelt Marketing? Milyen adatokból dolgozol? Honnan szerezhetsz adatokat?

Mi az: Performancia Marketing? Mi a Lead Generation? Milyen részterületei és kulcsterületei vannak az Adatvezérelt Marketingnek? Mi az az agilitás az Online Marketingben?

## 6. Online Marketing témakör – Haladó:

**A Lead Generation részletei  
(Premium csomagban)**

Honnan érkezik, miért jött létre az Online Marketingen belül a Lead Generation? Alapmegközelítések. Mi az action / goal / eredmény?

Mi az un. User Journey? Mi az in-market date? Mi az a lead? És elemzünk lead adatbázist.

Terv és tény adatok összehasonlítása. Mi a lead menedzsment? (Nurturing)



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

## **7. Online Marketing témakör – Haladó: A konverziók és azok számának növelése. (Premium csomagban)**

Konverzió és fajtái.  
ROI, (Return On Investment) ROAS, (Return On Ad Spending) Gyakorlati példák arra, hogy elméletben és gyakorlatban mi és miért más a kampányaidban. Mit hagysz ki a tervezésből és ezt miért kerül el?

## **8. Online Marketing témakör – Haladó: A fogyasztó > perszona > lead útja a vásárlásig (Premium csomagban)**

Persona felépítése egy képzelt esettanulmányon keresztül.  
Hány fázisa van egy personának, mielőtt vásárol? Hogyan tudsz tartalmat és üzenetet fejleszteni számukra.

## **9. Social Media – Alapozás: Social Media alapok (Premium csomagban)**

Mi a social media? A Social Media ereje globálisan? A közösségi média világszinten? Miért használják a Social Mediat? Social Media Magyarországon.

## **10. Social Media – Haladó: Brandek a közösségi térben. (Premium csomagban)**

A pozícionálás gyakorlati megvalósítása a social media-ban.  
Kreatívok fejlesztése adott pozícióban levő termékekre / szolgáltatásokra

## **11. Social Media – Haladó: Terjesztés / seeding / képviselet. Terjesztési gyakorlat. (Premium csomagban)**

Mi az a Web 2.0? Mi a Social Networking? Mi a virális hatás?  
Mi az / ki az a HUB? Márkaképviselet a közösségi térben.

## **12. Social Media – Haladó: Ingyenes képi és videós források és hogyan használd. (Premium csomagban)**

Ingyenes képforrások Tiktokra, Facebookra és Instagramra.  
Ingyenes videó források elsősorban Social Media felhasználásra.  
Olcsó, megfizethető hangok bármilyen platformra.



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

## **13. Online Marketing témakör – Expert: Hatékony landing oldalak megalapozása. (Premium csomagban)**

Önellenőrző kérdések? Sikerkritériumok meghatározása (KPI). Hogyan brifelj egy designert / UX-ert? Hogyan mutasd be az elképzeléseidet a fejlesztőknek. Alapgondolatok vázolója és annak a fejlesztése.

Állapítsd meg mire kell tervezned az oldalad?

## **14. Felhasználói élmény – Alapozás: Mobil landing készítése és a UX alapjai (Premium csomagban)**

Hatékony landing oldalak készítése. Milyen platformra tervezd az oldalad?

## **15. Felhasználói élmény – Alapozás: A User Experience Design (UX) 1. (Premium csomagban)**

Mi a User Experience Design? Mi az a felhasználói élmény? Miért kötelező foglalkoznod vele?

Oldalstruktúrák elemzése. Élő oldalak elemzése. „Aranyszabályok”, követendő példák, mit kerülj el – ha lehetséges.

## **16. Felhasználói élmény – Alapozás: User Experience Design (UX) alap összefüggései (Premium csomagban)**

Különböző weboldalak, webshopok elő elemzése felhasználói élmény (UX) szempontból.

Brand és szín guide szerepe és fontossága a websitok fejlesztésekor.

## **17. Felhasználói élmény – Haladó: User Experience Design (UX) haladó összefüggései (Premium csomagban)**

Különböző weboldalak, webshopok elő elemzése felhasználói élmény (UX) szempontból.

Hard, soft és green zónák. Menük elemzése. Regisztrációs felületek kialakítása.

## **18. Felhasználói élmény – Haladó: Drótváz készítés esettanulmányon keresztül. (Premium csomagban)**

Egy képzeletbeli esettanulmány alapján, egy drótváz elkészítésének előkészületei. Hogyan csináld? Egyedül és csapatban. Skicceléshez, drótvázkészítéshez tippek. Ismert oldalak strukturális elemzése. Gombok és CTA-k (Call to Action) felületek.



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

## 19. Felhasználói élmény – Haladó: Mi a különbség a drótváz / layout / prototípus között? (Premium csomagban)

Mi a drótváz?  
Mi a szöveghelyes drótváz?  
Mi a layout / design / webdesign  
Mi a prototípus?

## 20. Felhasználói élmény – Haladó: Szektoriális (UX) példa elemzések előre kiválasztott éles portálok felhasználásával (Premium csomagban)

Portál UX elemzés a beauty szektorból 1. (Fakultatív)  
Portál UX elemzés a beauty szektorból 2. (Fakultatív)

## 21. Online Marketing témakör – Haladó: A tölcser a digitális térben (Premium csomagban)

Általános hiedelem, hogy a tölcser, egy tárgy és a digitális térben is úgy történik minden, mint a tölcserben a valóságban. De sajnos nem. A digitális tölcser valódi működése.  
Az attribúciós modell nagyon egyszerűen. Mit csinál a fogyasztó, mielőtt vásárolna nálad?

## 22. Online Marketing témakör – Haladó: A kreatív mérés hatékonyság céljából (Premium csomagban)

Mit szeretnénk mérni?  
Kreatív A/B teszt. Célok A/B teszt. Célcsoport A/B teszt. CTA A/B teszt. A multivariációs kreatív teszt. Kreatív kampány template.

\* A változtatás jogát fenntartjuk! előfordulhat, hogy olyan trendek, változások állnak be a piacon, vagy olyan igény fut be a hallgatók részéről, ami módosíthatja a tematikát és / vagy annak sorrendjét.

\*\* A bootcamp pontos kezdődőpontjairól a Hallgató Zárt Csoportban adunk tájékoztatást.

\*\*\* ONLINE előadás formájában mutatjuk be a bootcamp előadásainak anyagát

## 23. Online Marketing témakör – Haladó: User Journey A/B tesztje (Premium csomagban)

Egy Webbskill user journey esettanulmány ki elemzése  
Regisztrációs folyamat átbeszélése.

## 24. Online Marketing témakör – Expert: Optimális user journey tervezése (Premium csomagban)

Mi az az „UML”?  
Egy egyszerű lead generáló folyamat modelljéből indulunk ki és hét összetettségű fázison keresztül mutatjuk meg, hogy milyen kampányokat építhetsz fel a tervezőasztalon.

## 25. Online Marketing témakör – Expert: Optimális üzleti folyamat tervezése (Premium csomagban)

Mi az az „BPMN”? (Business Process Management) és hogyan használd alapvető üzleti folyamat tervezésre? Természetesen az online marketing témaköréhez közel eső folyamatok tervezéséhez.  
Egy tetszőleges üzleti folyamat közös megtervezése.



webbskill





**Bányi Attila**  
Vermis alapító & tulajdonos,  
Ügyvezető



**Jernei Bence**  
PPC Specialist

**Előadóink**

---



**webbyskill**