



Az online marketing nem
bonyolult,
csak rosszul mondják el Neked

Social Media Manager képzés

- A Social Media (közösségi média) az online marketing egyik leginkább meghatározó területe. Képzésünk a legfontosabb csatornák ([Facebook](#), [Instagram](#), [TikTok](#)) alapjaival kezd, majd rengeteg részletet, trükköt ismertetve jutsz el a platformok ismeretéig
- A képzés végére magabiztosan állhatsz neki a platformok további kezelésének, tippekkel, trükkökkel felvértezve magad a Facebook -on, Instagram -on és a TikTok- on, LinkedIn -en és Pinterest -en..

Információk

Időtartam:
1 éves hozzáférés

150+ on-demand
tartalom
Bootcampakkal

Kapcsolat:

Oletics Nikolett
nikolett.oletics@webbyskill.com
+36 20 359 8326



— 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.

— Social Media manager képzés:

A Social Media manager munkatárs, a kommunikációs szakma egyik legkeresettebb pozíciója. Feladatunk, hogy felkészítsünk az új szakmához szükséges tudás megszerzésére. A képzés után, hallgatóinkat ajánljuk céges [partnereinknek](#), és támogatjuk őket az új szakmában való elhelyezkedésben.



Saját ritmusodban



Gyakorlati példákon át



Akár saját feladataidat felhasználva



Csapatban vagy egyedül

KAMPÁNYTERVEZÉS

Tervezési alapok
A tervezés lépései
Médiatervezés
Kreatív tervezés

TIKTOK MARKETING

MIÉRT A TIKTOK?
TARTALOMGYÁRTÁS
FIÓKOK
TRENDEK ÉS KIHÍVÁSOK
INFLUENCER MARKETING
TIPPEK
TIKTOK ALAPOK
FIÓKOK - HIRDETÉSI TÍPUSOK
KAMPÁNYOK FELÉPÍTÉSE
METRIKÁK
BENCHMARK
BÓNUSZ

FACEBOOK OLDAL KEZELÉS

Facebook – magán és üzleti felhasználás
Desktop és mobil megjelenítés közötti különbségek
Messenger – Instagram – WhatsApp ismertetése
A Facebook legfontosabb szolgáltatásai
Facebook biztonsága – kétfaktoros hitelesítés
Amit a Facebook algoritmusról tudni lehet

FACEBOOK HIRDETÉSEI

Facebook – a kezdetek
Business Manager
Hirdetélhelyezés és Hirdetésformátumok
Kampánycélok és Célközönségek
Márkaépítés
Érdeklődők keresése
Lead gyűjtés, Konverzió-gyűjtés és Cselekvésre ösztönzés
Mérési beállítások
Szövegírási tippek

GOOGLE ANALYTICS (GA4)

A Google Analytics bemutatása
Fiók felépítés és setup
Mutatószámok
Forgalmi források elemzése
Célok beállítása
Google Analytics 4 update

GOOGLE ANALYTICS 4 – Haladó

Mikro és makrokonverziós rendszer
Egyedi beállítások
Egyéni csatornacsoportok
Szegmensépítő
Közönségek létrehozása
Felhasználói élettartam, fizetési tölcser, promóció
Kohorsz elemzés
Felfedezések
SEO riportok, Google Search konzol

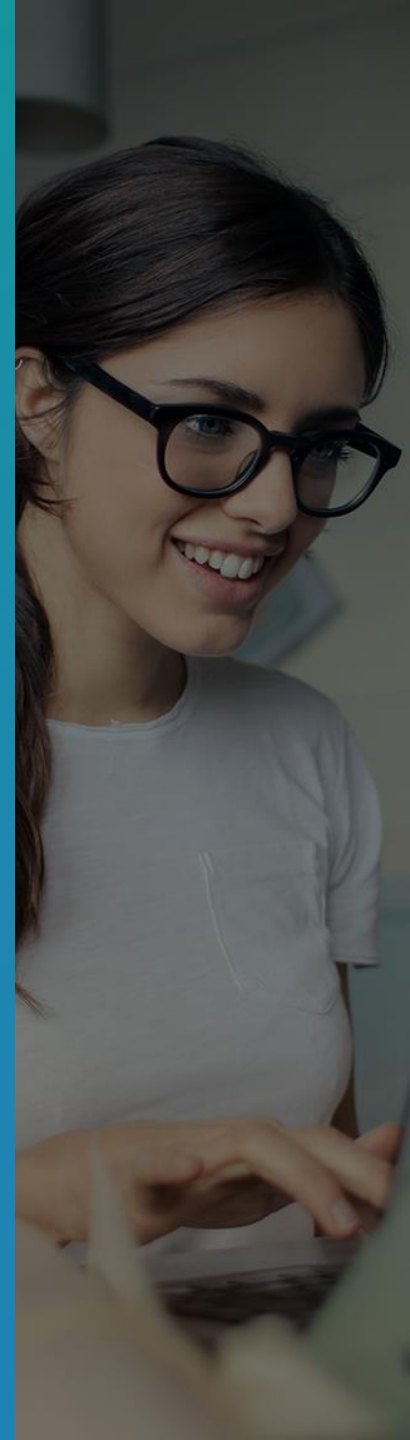
INSTAGRAM KÉPZÉS

Az Instagram bemutatása
Ig alapok
Hatékony Insta posztolás
Organikus elérés és influencerekkel való együttműködés
Az algoritmus működésének megértése
Az Ig eredmények elemzése

Tematika



webbyskill



PINTEREST

Mi a Pinterest?
Pinterest felépítése
Business fiók létrehozása
Hirdetési szabályzat
Elhelyezkedés , formátumok
Licitlehetőségek, célzások
Vásárlás
Analitika
Gyakorlat

LINKEDIN KÉPZÉS

Mire és kinek való a LinkedIn?
#Branding kialakítása #felhasználási módok
#Nagyvállalati menedzsereknek #Értékesítőknek
#Vállalatok tulajdonosainak #Social Media szakértőknek
#HR munkatársaknak
A LinkedIn küldetése
#mi valójában a LinkedIn #kialakulása szakértőknek #életkori megoszlás #piaci részesedés #Üzleti funkciók #alapvető adatok #képek használata
A linkedin funkcióinak áttekintése
#news feed #levelezés #Company Page
A LinkedIn felülete
#a helyes regisztráció #a jó profilkép #a jó háttérkép
#a jó profil oldal létrehozásának módja #LinkedIn Premium röviden
A LinkedIn és a munka
#LinkedIn toborzás #CV letöltése #Professzionális profil oldal
#részletes tanácsok a kitöltéshez
LinkedIn tevékenység megkezdése
#mit tegyél lépésről lépésre #segédlet profil feltöltéshez
#napi kommunikáció megkezdése
#networking megkezdése #hálózatépítés #LinkedIn etikett
#platform használati céljaid meghatározása
Aktív LinkedIn használat
#mit tegyél ha fent vagy #Az AI használata
#posztolási tippek #cikk írása

LINKEDIN HIRDETÉS KÉPZÉS

Platform, regisztráció
Oldalak, engedélyek
Kampányfelépítés, típusok
Célzás, pixel
Metrikák, riportok
Gyakorló feladatok

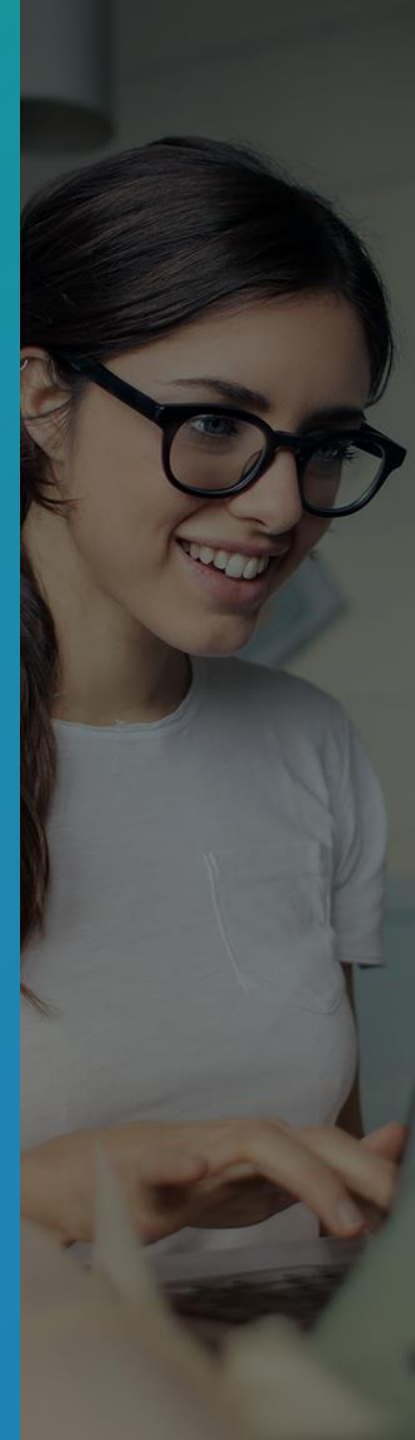
INFLUENCER MARKETING

Alapfogalmak
IM kampány létrehozása
Eredmények – Az IM mérőszámai
IM kampány lebonyolítása – Hogyan keresed fel a tervezett együttműködőt , mikre figyelj
Esettanulmányok és Out of the Box megoldások
Influencer kampányok tágabb értelmezése

Tematika



webbyskill



Élő online bootcamp -ek

(A tananyag eltérhet az előre megadott tematikától)

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)



webbykill



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 kerüld 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 / képviselő. Terjesztési gyakorlat.
(Premium csomagban)

Mi az a Web 2.0? Mi a Social Networking? Mi a virális hatás?
Mi az / ki az a HUB? Márkaképviselő 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 briefelj 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. „Arany szabályok”, 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 websitók 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 kreatívok mérése 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 bootcampok 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.

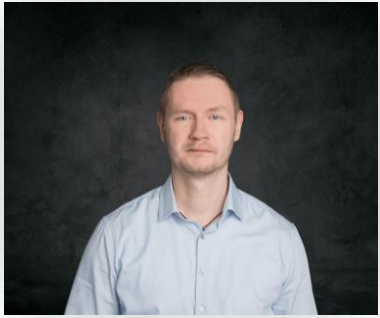
25. Online Marketing témakör – Expert:
Optimális üzleti folyamat tervezése
(Premium csomagban)

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





Bánki Attila
Vermis alapító & tulajdonos,
Ügyvezető



Szántó Zsófi
Creative Strategist



Berényi Konrád
Közgazdász, internetes
marketing tanácsadó
Onlinemarketing.hu



Pálhidy Fruzi
Senior PPC expert



Jernei Bence
PPC Specialist



webbyskill

Előadóiink



webbyskill