



Az online marketing nem bonyolult,
csak rosszul mondják el Neked

ONLINE MARKETING / ONLINE MARKETING MENEDZSER KÉPZÉS

- Gyakorló szakembereink mutatják meg Neked, hogy mit kell tudni ma az **online marketingről**. Kiemelten foglalkozunk a **Facebook és Google Ads** hirdetési rendszereivel valamint expert szintig oktatjuk a **Google Analyticset**. (A tervezési alapoktól a mérésig a teljes folyamatot megismerheted).
- A saját ritmusodban, 4-5 hónap alatt kell elsajátítani mindazt, ami ahhoz kell, hogy önállóan tudj dolgozni – ez napi maximum 1 órás tanulást jelent.
- Minden tananyagunk és óránk **100% online** – így bárholnan és bármikor tanulhatsz.



webbyskill

Információk

Időtartam:

1 éves hozzáférés

Online marketing képzés:
200+ on-demand tartalom

Online marketing menedzser képzés:
350+ on-demand tartalom
bootcampekkel

Kapcsolat:

Bató Dorina
dorina.bato@webbyskill.com
+36(20)955 69 59



— **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 tudtunk 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.

— **Online marketing /Online marketing menedzser képzés**

A képzést a marketing és stratégiai alapfogalmaktól kezdtük el felépíteni, mert fontosnak tartjuk, hogy a tervezéstől kezdve minden lépést megmutassunk. A képzés gerincét a PPC előadások adják, ahol részletesen bemutatjuk mindkét felületet.

A Facebook és Google Ads PPC órák után következik egy Google Analytics blokk, hiszen a mérés ugyanúgy egy fontos eleme a teljes online marketing folyamatnak, mint a tervezés. Végül az Inbound Marketing modullal zárul a tanfolyam. A képzés alatt a gyakorlati feladatoknak köszönhetően a megszerzett tudást is megtanuljátok használni.



Saját ritmusodban



Gyakorlati példákon át



Akár saját feladataidat felhasználva



Csapatban vagy egyedül

MARKETING 360

Marketing alapfogalmak
Célcsoport-elemzés
Termékpolitika
Márka fogalmak
Árpolitika és disztribúció
Marketing kutatás
Marketing kommunikáció
Brief
Trendek a marketingben

DIGITAL MARKETING

Digitális világ
Digitális marketing alapok
Digitális kommunikáció
Digitális üzlet

KAMPÁNYTERVEZÉS

Tervezés alapok
A tervezés lépései
Médiatervezés
Kreatív tervezés

FACEBOOK OLDAL KEZELÉS

Facebook – magán és üzleti felhasználás
Desktop és mobil megjelenítés közötti különbségek
Messenger – Instagram – WhatsApp ismertetése
A Facebook legfontosabb szolgáltatásai
(Hírfolyam, Csoportok, Oldalak
Messenger, Watch, Értesítések, Események, Marketplace, Társ kereső
Live stb. áttekintése)
Facebook biztonsága – kétfaktoros hitelesítés
Amit a Facebook algoritmusról tudni lehet

FACEBOOK HIRDETÉSEK

FACEBOOK BUSINESS MANAGER - #elmélet #alapok #miez #létrehozás #setup
#egyéb funkciók #gyakorlat
FIÓK LÉTREHOZÁSA - #mi kell a hirdetési fiókhoz #fiók védelme #fizetési beállítások
#gyakorlat
KAMPÁNYCÉLOK - #cél kiválasztása #változások #típusok
AUKCIÓK - #típusai #melyiket válassz
CÉLKÖZÖNSÉGEK - #célközönségek beállítása #típusok #célközönség létrehozás
#gyakorlat
KONVERZIÓS BEÁLLÍTÁSOK - #alapfogalmak #mi a konverzió #mi a Meta Pixel
#konverziómérés beállítása #egyedi események #adatforrások összekapcsolása
#gyakorlat
META ATTRIBÚCIÓS MODELLEK - #miért fontos #attribúciós modellek **HIRDETÉSEK**
TÍPUSAI - #típusok #beállítás #dinamikus hirdetések #tippek #gyakorlat
HIRDETÉSEK OPTIMALIZÁLÁSA - #miért fontos #hogyan teszteljünk hatékonyan #KPI-
k #Meta tanulási fázis #gyakorlat
ADVANTEGE + SHOPPING - #Advantage+ Shopping Campaigns #mi kell hozzá #mikor
használjuk #mikre figyeljünk

GOOGLE ADS HIRDETÉSEK

Bemutakozik a Google Ads
Kereső kampányok & Kulcsszavak
Display hálózat, videohirdetések és applikáció letöltési kampányok
Ajánlattételi stratégiák
Kampánytervezés és kampányok felépítése a gyakorlatban
Közönségek létrehozása és licitálás , Konverziómérés

MARKETING AUTOMATIZÁCIÓ

Mi a marketing automatizálás
Hogyan épül fel egy MA folyamat
Visszaigazoló/üdvözlő bemutató
Win-back (reaktiválás)
Esemény emlékeztetők, Retargeting
Ecommerce MA scenáriók
SMS Marketing automatizáció
Kampány utóértékelés
Integrációk

Tematika



webbyskill



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 (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

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

PINTEREST (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

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

LINKEDIN HIRDETÉS KÉPZÉS (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

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

LINKEDIN KÉPZÉS (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

Mire és kinek való a LinkedIn?

#Branding kialakítása #felhasználási módok
#Nagyvállalati menedzsereknek #Értékesítőknél
#Vállalatok tulajdonosainak #Social Media szakértőknél
#HR munkatársaknak

A LinkedIn küldetése

#mi valójában a LinkedIn #kialakulása szakértőknél #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

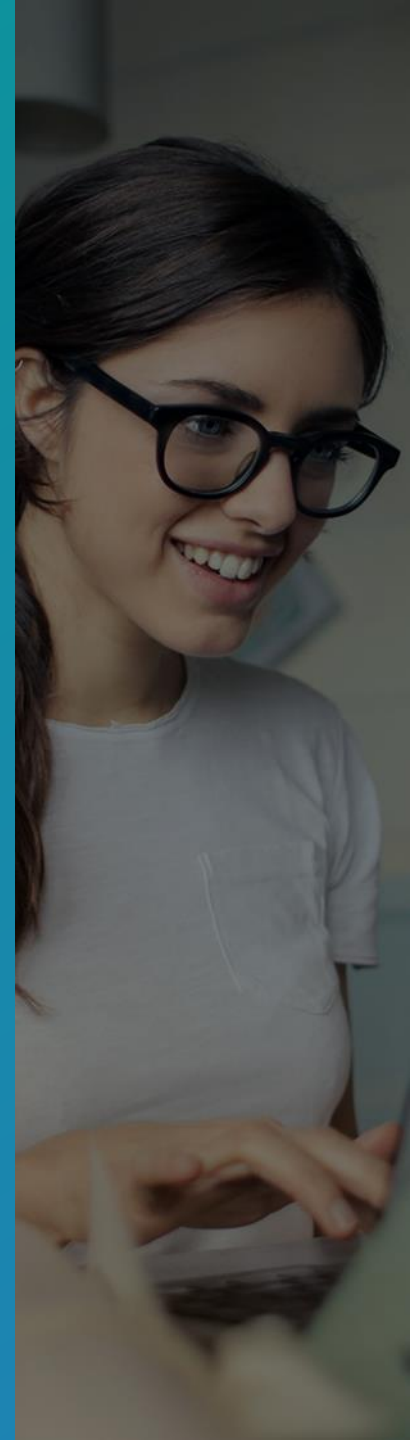
Aktív LinkedIn használat

#mit tegyél ha fent vagy #Az AI használata
#posztolási tippek #cikk írása

INBOUND MARKETING (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

Bevezetés az Inbound marketingbe
Marketing stratégia 5 lépésben
SMA-közösségi média automatizálás hatékonyan
Milyen a tökéletes marketing csali(lead magnet)
A hatékony landing page anatómiája
Call-to-action(CTA) cselekvésre ösztönző gomb
Lead Nurturing – Érdeklődők adatainak gondozása
Videlkedés alapú e-mail marketing
Lead management analitikája
AB tesztelés

Tematika



GOOGLE TAG MANAGER (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

Mire jó a Tag Manager
Kezelőfelület
Google Analytics beállítása
Google Ads konverziókövetés, remarketing Facebook lap pxel bekötése
Vásárlás mérése
Kosárba rakás
Free chat beépítése
Telefonszámra , E-mail címre kattintás
Enhanced e-commerce
Kattintás ellenőrzése

TIKTOK MARKETING

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

SEO KÉPZÉS

SEO Alapok
SEO Kulcsszavak
SEO Tools
UTM paraméterezés, AI
SEO hasznosságok
Tippek

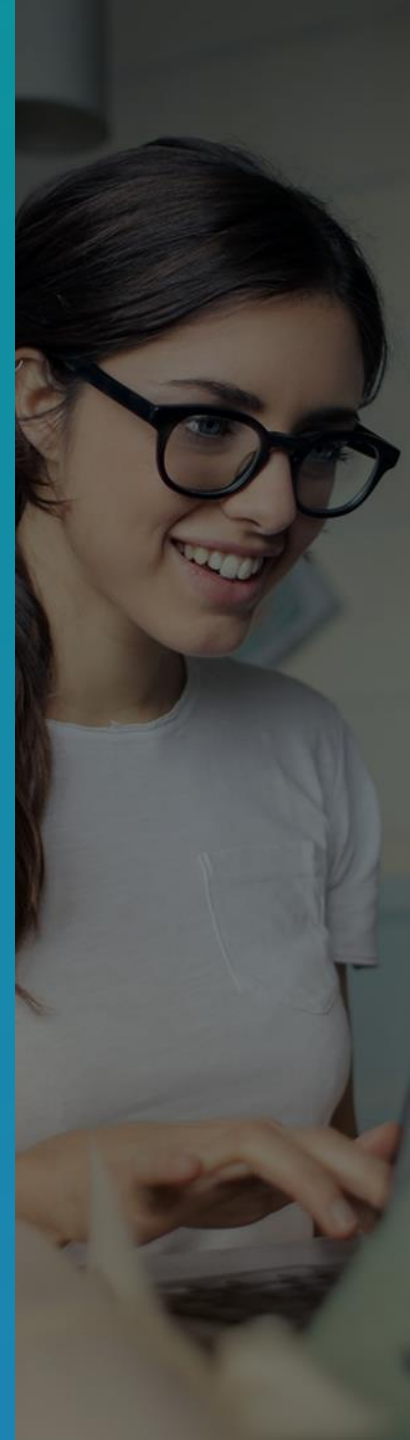
CRM RENDSZEREK (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

CRM alapok
Sales CRM felépítése, objektumokOldalak, engedélyek
Egy opportunity rögzítése
Sales pipeline
Sales CRM demo
Ügyfélszolgálati CRM + demo
Sales Forecasting
360 ügyfélkép
Reporting
Dokumentum és szerződés kezelés
Advanced features
Esettanulmányok

eDM - E-mail marketing

Mire való az e-mail marketing?
E-mail marketing trendek és szoftver típusok
Egy e-mail marketing szoftver általános bemutatása (MailerLite)
Online feliratkozási lehetőségek (manuális, importálás, form, popup) és GDPR
Adatbázis műveletek (listák, szegmentálás, egyedi mezők, migráció)
eDM szövegírási útmutatók
E-mail hírlevél/eDm létrehozása, szerkesztése, sablonok, tesztelés
Dinamikus tartalom, perszonalizálás, szöveg és kép műveletek
Automatizálás az e-mail marketingben
Kampány utóértékelés

Tematika



Tematika

INFLUENCER MARKETING (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

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

AI MARKETING (Csak a Marketing Menedzser csomagban)

Bevezetés, AI kialakulása, működése
AI modellek és használatuk
Nyelvi modell működésével, lehetőségei és korlátai
Generatív AI technikák bemutatása a gyakorlatban
Alkalmazási ötletek marketing kampányokban
Hatékony tartalomkészítési technikák
Ideális kreatív posztok és content calendar létrehozása
Legnépszerűbb képképző promptok és technikák

ADOBE PHOTOSHOP

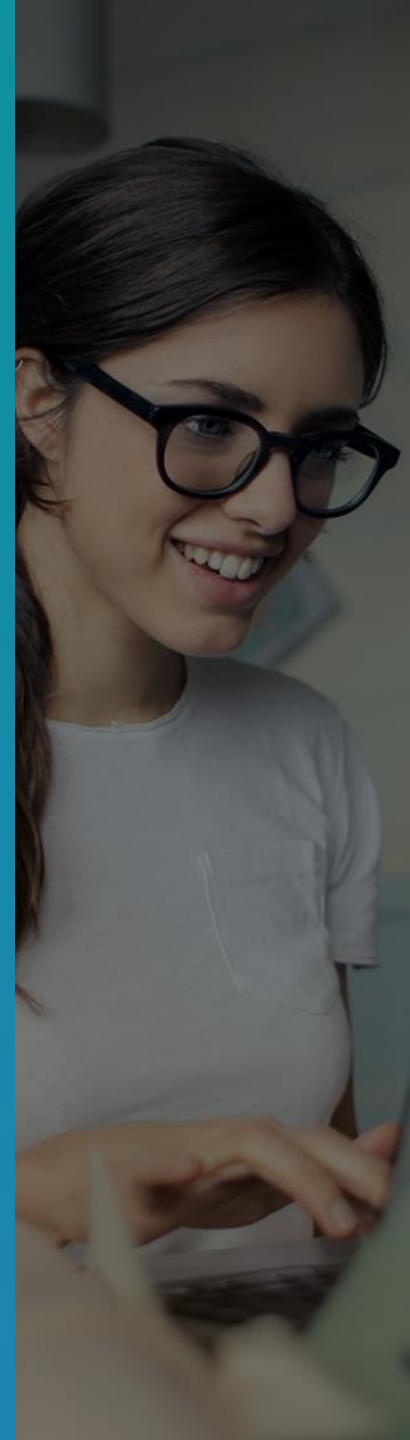
BEVEZETÉS- #mire használható #kezelőfelület #munkaterület
MUNKATERÜLET, PROJEKTEK - #elrendezés #vonalzó #segédvonalak #legfontosabb eszközök
#előre beállított sablonok #több kép kezelése
PROJEKTEK LÉTREHOZÁSA #előre beállított sablonok #több kép kezelése
ALAPVETŐESZKÖZÖK #mozgató eszköz #méretezés #átalakítás #kijelölés
SZÍNKÉZELÉSI ESZKÖZÖK #pipetta #folt eszköz #ecset eszköz beállítása #színtöltés #színkód
#színtáblák #térkép eszköz
KARAKTEREK - #karakterek létrehozása #szöveges tartalmak #beállítások
SZÖVEGES EFFEKTUSOK - #árnyékok #textúrák #rétegstílusok #árnyékok
RÉTEGEK KEZELÉSE - #hogyan működik #sorrend #rétegek kezelése
MASZKOK - #rétegmászk #maszkolási technikák
AI HASZNÁLATA, CAMERA RAW - #generatív kitöltés #camera Raw
KORREKCIÓS RÉTEGEK - #kitöltés #színtábla #textúra #fényesség/kontraszt GYAKORLAT
FELADATOK - #hirdetések létrehozása

INSTAGRAM

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



webbyskill



Élő online bootcamp -ek

1. Online Marketing témakör – Alapozás:

Az online marketing / a PPC / az elemzés alapfogalmai példákon.

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.

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.

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.

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

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

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.

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

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

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: Brandekek a közösségi térben.

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

11. Social Media – Haladó: Terjesztés / seeding / képviselet. Terjesztési gyakorlat.

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.

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



webbyskill



13. Online Marketing témakör – Expert: Hatékony landing oldalak megalapozása.

Önellenőrzőkérdések? Sikerkritériumok meghatározása (KPI).
Hogyan briefelj egy designert / UX-ert? Hogyan mutasd be az elképzeléseidet a fejlesztőknek. Alapgondolatok vázolása és annak a fejlesztése.
Állapítsd meg mire kell tervezned az oldalad?

14. Felhasználói élmény – Alapozás: Mobil landing készítése és a UX alapjai

Hatékony landing oldalak készítése.
Milyen platformra tervezd az oldalad?

15. Felhasználói élmény – Alapozás: A User Experience Design (UX) 1.

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

Különböző weboldalak, webshopok elő elemzése felhasználói élmény (UX) szempontból.
Brand és szín guide szerepe és fontossága a websiteok fejlesztésekor.

17. Felhasználói élmény – Haladó: User Experience Design (UX) haladó összefüggései

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.

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.

Élő online bootcamp -ek

**CSAK AZ ONLINE MARKETING MENEDZSER
CSOMAGBAN - 1 éves hozzáféréssel
(A tananyag eltérhet az előre megadott tematikától)**



Élő online bootcamp -ek

19. Felhasználói élmény – Haladó: Mi a különbség a drótváz / layout / prototípus között?

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

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

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 bootcampek pontos kezdőidőpontjairól e-mailben adunk tájékoztatást.

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

23. Online Marketing témakör – Haladó: User Journey A/B tesztje

Egy Webbskill user journey esettanulmány ki elemzése
Regisztrációs folyamat átbeszélése.

24. Online Marketing témakör – Expert: Optimális user journey tervezése

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

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



webbskill





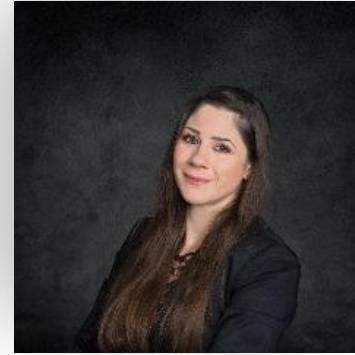
Bánki Attila
Vermis alapító & tulajdonos,
Ügyvezető



Dr. Jenes Barbara
Tanszékvezető
egyetemi docens



Harsányi Dávid
Egyetemi docens



Pálhidy Fruzi
Senior PPC expert



Berényi Konrád
Marketing tanácsadó



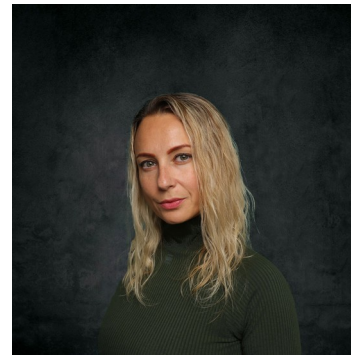
Damjanovich Nebojsa
Marketing tanácsadó



Szántó Zsófi
Digital Strategist



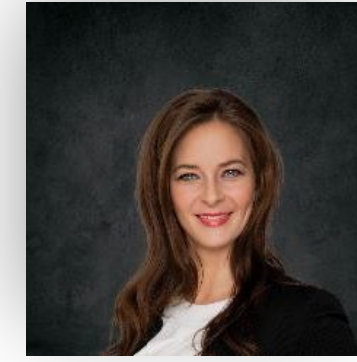
Balog Adrienn
Social media specialist



Kunsztman Nicole
Social media szakértő



Jernei Bence
PPC Specialist



Filó Angéla
Marketing Director



Arany János
Marketing szakértő



Várkondi László
Tulajdonos & CEO



Sallai Dani
Communication expert

Előadók



webbyskill