



Az online marketing nem
bonyolult,
csak rosszul mondják el Neked

PPC fókuszú ONLINE MARKETING 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.

Információk

Időtartam:

1 éves hozzáférés

PPC Online marketing

Economy:

130+ on-demand tartalom

PPC Online marketing

Premium:

200+ on-demand tartalom +
bootcampek

Kapcsolat:

Illyés Dániel

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.
- PPC fókuszú – online marketing 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 élő előadásokon beszélgethetek az oktatókkal, valamint 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 OLDALKEZELÉS

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, Társkereső
Live stb. áttekintése)
Facebook biztonsága – kétfaktoros hitelesítés
Amit a Facebook algoritmusról tudni lehet

FACEBOOK HIRDETÉSEK

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

INSTAGRAM ACCOUNT KEZELÉS

Az Instagram átalakulása applikációból közösségi platformmá
A webes felület és az applikáció eltérései
Instagram fiók létrehozása márkák számára
Statikus és dinamikus feed bejegyzések
Hogyan használd a Story funkciót
IGTV & Live & Reels & Instagram Shopping
Instagram és a tagek és hashtagek
Mérések, elemzések, üzleti felhasználás, tanácsok és tippek szekció

INSTAGRAM HALADÓ (Premium csomagban)

Követőbázisnövelés & közösségépítés
Változások
Reels
Instagram marketing trendek
Kalauz
Közeli ismerősök funkció & QR kód
Feed rendezés
Tartalomfogyasztási változások az Instagramon

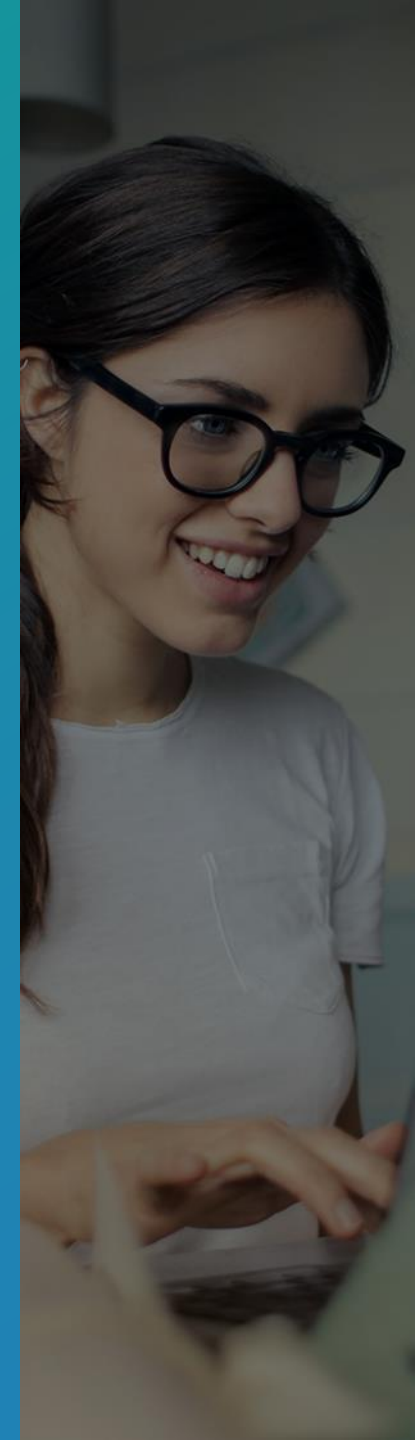
GOOGLE ADS HIRDETÉSEK

Bemutatkozik 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

Tematika



webbyskill



GOOGLE SHOPPING (Archív)

Google Shopping alapok
Merchant Center
Összekapcsolások
Kampány indítás

GOOGLE ANALYTICS (GA4) + GA Archívum

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

Google Analytics 4 – Haladó (Premium 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 (Premium csomagban)

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

LINKEDIN (Premium csomagban)

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

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, personalizálás, szöveg és kép műveletek
Automatizálás az e-mail marketingben
Kampány utóértékelés

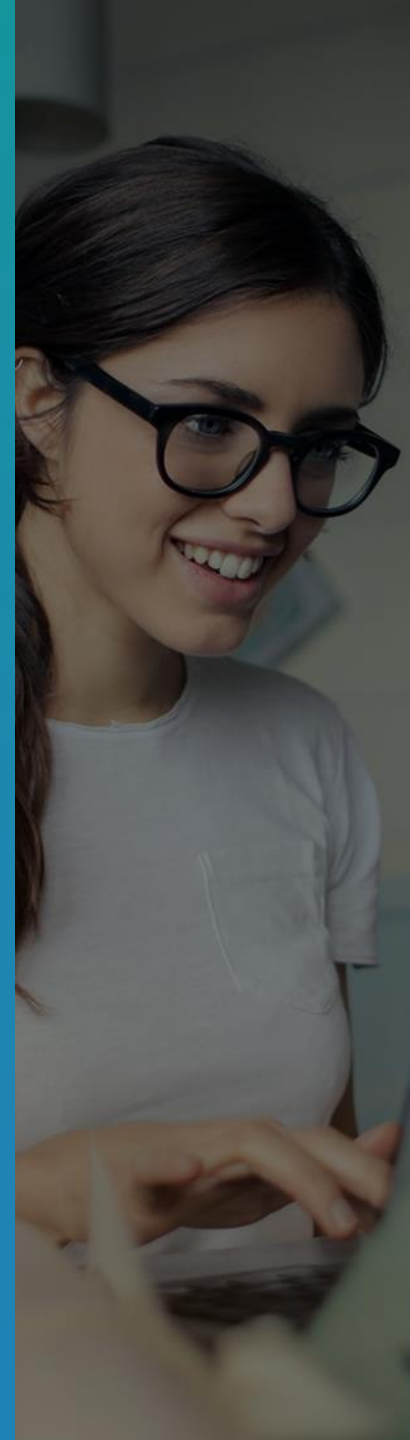
INBOUND MARKETING (Premium csomagban)

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



webbyskill



Tematika

Tag MANAGER (Premium 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 HIRDETÉSEI

TIKTOK platform simertetése
TIKTOK fiók létrehozása
Hirdetési lehetőségek#1
Hirdetési lehetőségek#2
Hirdetési lehetőségek#3
Hirdetések beállítása
TIKTOK mérése

MARKETING AUTOMATIZÁLÁS

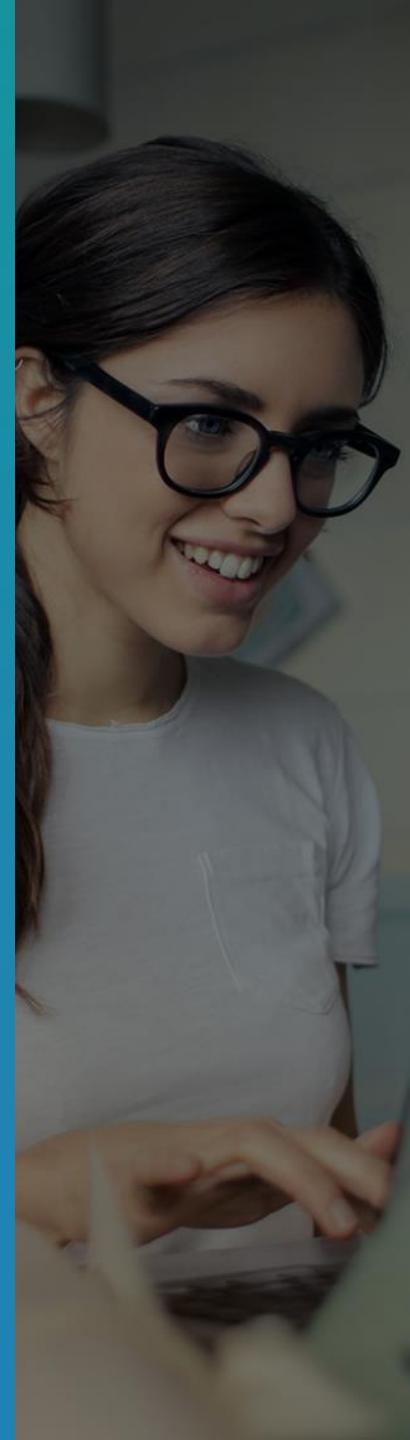
Mi a marketing automatizálás
Hogyan épül fel egy MA folyamat
Visszaigazoló/üdvözlő bemutató
Win-back (reaktiválás)
Esemény emlékeztetők
Retargeting
Ecommerce MA scenáriók
SMS Marketing automatizáció
Kampány utóértékelés
Integrációk

CRM RENDSZEREK (Premium csomagban)

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



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 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 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 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 bootcampek 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.

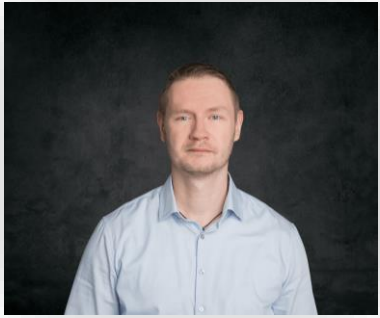
25. Online Marketing témakör – Expert:
Optimális üzleti folyamat tervezése
(Premium csomagban)

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



Dr. Jenes Barbara
Egyetemi Adjunktus
Corvinus Egyetem



Harsányi Dávid
Tanszékvezető
Budapesti Gazdasági
Egyetem



Pálhidy Fruzi
Senior PPC expert



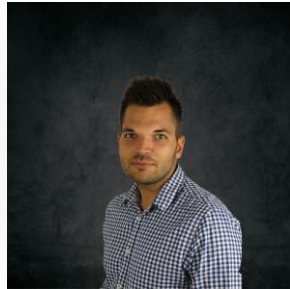
Berényi Konrád
Közgazdász, internetes
marketing tanácsadó
Onlinemarketing.hu



Damjanovich Nebojsa
Tulajdonos
Resend Agency



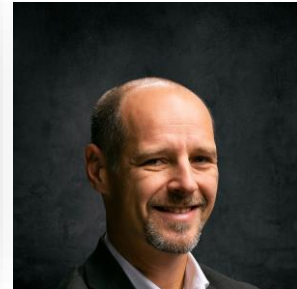
Szántó Zsófi
Creative Strategist



Jernei Bence
PPC Specialist



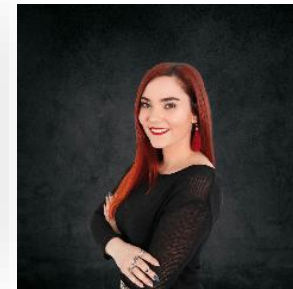
Filó Angéla
Marketing Director



Arany János
Digitális evangelista,
értékesítési és
marketing szakértő



Sallai Dani
Marketing vezető és
társtulajdonos,
Brokerchooser.com



Nagy Viktória
Creative production
supervisor



Várkondi László
Tulajdonos & CEO
Toptarget Marketing Kft

Előadóink



webbyskill