

JAKICH TREŚCI POSZUKUJĄ I POTRZEBUJĄ ODBIORCY?

CONTENT MARKETING I SEO

PRAKTYCZNA ODSŁONA



DOŚWIADCZONY
TRENER



MATERIAŁY
WARSZTATOWE



CERTYFIKAT
UCZESTNICTWA

15 maja 2018 r.

Centrum Konferencyjne Golden Floor Tower
budynek Warsaw Trade Tower

Zadajesz sobie pytania...

- Jak sprawić, żeby treści publikowane przeze mnie były zauważalne?
- Jak przyciągnąć uwagę klientów i stać się w ich oczach ekspertem?
- Co powoduje, że mojej konkurencji wiedzie się lepiej niż mi?
- Dlaczego wszyscy w kółko mówią o pozycjonowaniu?



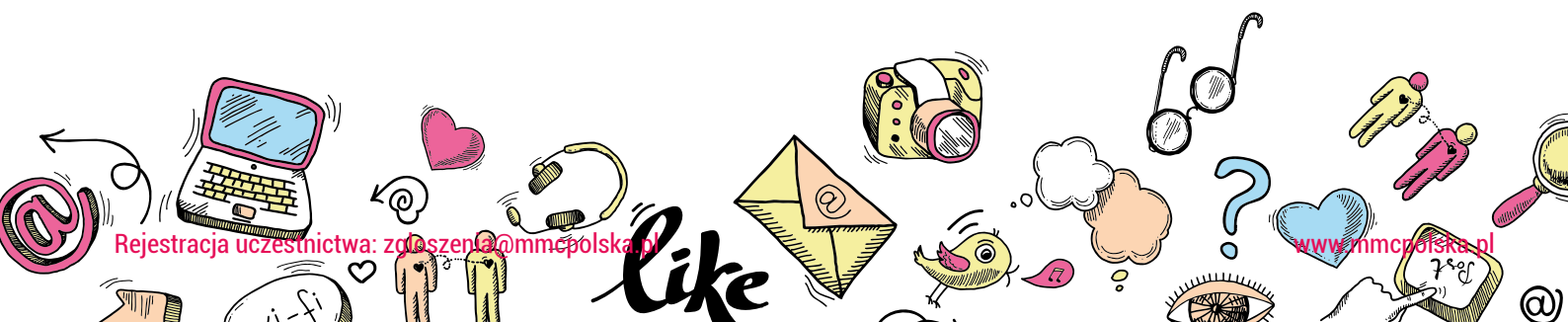
Im dłużej pozostajesz bez odpowiedzi, tym większa liczba Twoich klientów trafia do konkurencji. Rynek dzisiaj wymaga tworzenia contentu, który zaangażuje potencjalnych klientów do wspólnego działania.

Dowiedz się jak tworzyć hipnotyzujące treści i gdzie najlepiej je publikować.

Podczas kursu zaprezentujemy praktyczne ćwiczenia i narzędzia:

- definiowanie taktyk i strategii w zakresie marketingu treści
- praktyczne zasady formatowania i redagowania informacji pod kątem segmentów odbiorców (persony)
- najlepsze praktyki i antywzorce publikacji contentu
- gotowe narzędzia i aplikacje rozpowszechniania informacji
- mechanizmy i systemy monitorujące skuteczność oraz popularność contentu w sieci
- poznanie kluczowych zasad i narzędzi wspierających proces pozycjonowania i audytowania SEO
- prezentację efektywnych i praktycznych porad związanych z wykorzystaniem narzędzi Google'a w zakresie zwiększania obecności w wynikach wyszukiwania
- identyfikację, analizę i interpretację kluczowych wskaźników komunikacji online udostępnianych przez narzędzia Google

Szkolenie oparte na formule warsztatowej z dużą liczbą ćwiczeń indywidualnych i grupowych. Prezentacja wielu case'ów.



Artur Maciorowski

Trener, konsultant i publicysta w zakresie e-marketingu i e-biznesu. Od 1998 r. w branży internetowej. Edukuje, opracowuje i konsultuje strategie internetowe w zakresie promocji i sprzedaży.

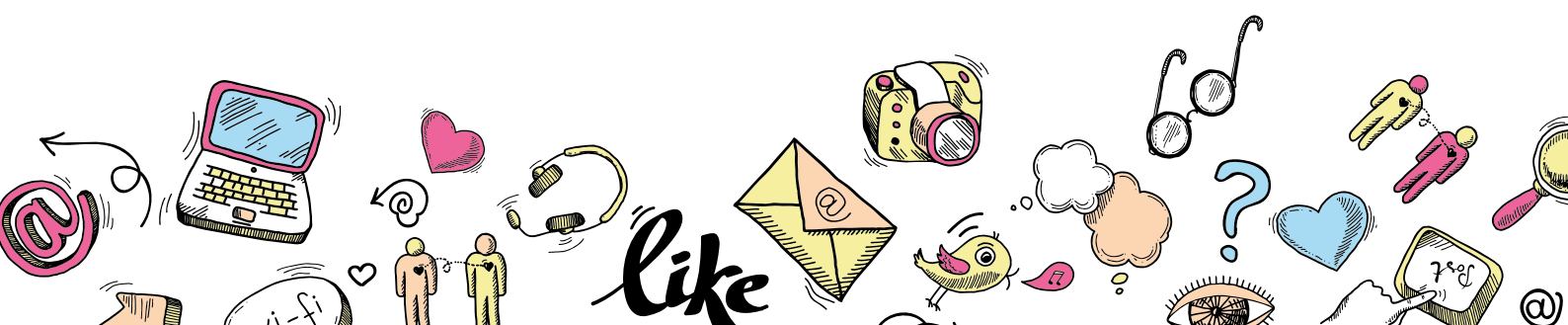
- Współpracował z m.in.: Coty Polska, Grupa ING, Bank DnB NORD, Fortis Bank/BGŻ BNP Paribas, Muzeum II Wojny Światowej, Proama, Auchan Polska i INFOR.
- Absolwent brytyjskiego programu The Chartered Institute of Marketing „Diploma in Professional Marketing” i certyfikowanego kursu „IBM Application framework for e-business” w Zurichu.
- Od 13 lat prowadzi szkolenia i warsztaty, w których wzięło udział ponad 10.000 uczestników.
- Certyfikowany trener IAB DIMAQ.
- Wykładowca Szkoły Głównej Handlowej oraz tutor CIM „Digital Strategy” w Questus.



Redaktor Prowadzący branżowego magazynu „Online Marketing Polska”.
Autor książek: „E-marketing w Praktyce. Strategie skutecznej promocji online”, „Skuteczny e-mail marketing” oraz współautor „Wskaźników marketingowych” i „Biblia e-biznesu 2”.

Do udziału zapraszamy:

- Ekspertów i specjalistów ds. e-marketingu i marketingu odpowiedzialnych za politykę komunikacji online
- Pracowników działów marketingu, PR i project managerów poszukujących inspiracji
- Kierowników i dyrektorów nadzorujących komunikację marketingową i sprzedażową



PROGRAM



9:00 Rejestracja i poranna kawa

9:30 Jak zbudować strategię Content Marketing i redagować treści w Internecie (web-writing)?

- Grupa docelowa na start - w jaki sposób identyfikować odbiorców i potencjalnych odbiorców? Zestaw praktycznych narzędzi i technik
- Co motywuje i angażuje odbiorców oraz skłania do udostępnienia danych i zakupu?
- Jak różnicować komunikację w ramach marketingu treści w zależności od odbiorcy?
- W jaki sposób pochwycić uwagę odbiorcy - od emocji do rozsądku?
- Formy i narzędzia content marketingu od A do Z - co buduje świadomość, co angażuje i skłania do pozostawienia kontaktu, a co sprzedaje?
- Cykl publikacji - jak często i czy warto stosować tzw. re-cycling treści.
- Co to jest, czy warto i jak działa tzw. ever-green content?
- 10 praktycznych sposobów na dystrybucję i promocję treści w ramach Content Marketingu (od SEO i AdWords przez social media po sieci CM i reklamę natywną) - ile to kosztuje i jakie efekty przynosi?
- Jak mierzyć skuteczność działań marketingu treści - przegląd wskaźników i narzędzi krok po kroku

11:00 Przerwa kawowa

11:15 Web-writing krok po kroku – jak pisać i przygotować treści na potrzeby internetu?

- Krótko czy długo - jak pisać by zachęcać odbiorcę by pozostał na dłużej?
- Visual Content – jak obraz i wideo wpływają na odbiorcę?
- Mobile vs Desktop – jak pisać na urządzenia mobilne i obniżyć współczynnik odrzuceń?
- Dekalog web-writera - checklista nowoczesnego redaktora
- Formatowanie treści i „lifitng” językowy - sprawdzone narzędzia i techniki na „dopieszczenie” tekstu
- Klasyka web-writera w praktyce - odwrócona piramida, skanowanie i skimming oraz wzorzec F – czy wciąż aktualny?
- *Ćwiczenie praktyczne - plan mini-kampanii Content Marketing*

13:00 Lunch

14:00 SEO, czyli jak pozycjonować serwis w wynikach wyszukiwania Google.

1. Strategia SEO on-site – jak optymalizować serwis od strony technicznej i treści?

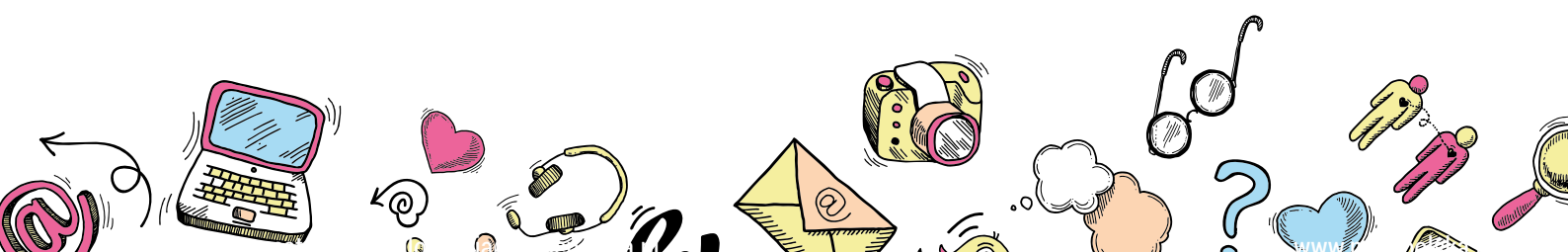
- Rynek wyszukiwarek i ich algorytmy – co powoduje, że inne strony okupują pierwsze miejsca w wynikach wyszukiwania?
- Modele rozliczeń SEO - sam lub z agencją - ile to kosztuje?
- Search behaviour - zachowania użytkowników w wyszukiwarce
- Audyt serwisu pod kątem SEO - jak sprawdzić w praktyce siłę i słabości naszego serwisu?
- Strategia pozycjonowania - taktyka on-site i off-site
- Optymalizacja serwisu od A do Z - techniczne aspekty i merytoryczna treść
- SEO on-site - Jak redaktor może przyczynić się do pozycjonowania witryny? - 10 zasad redaktora i dziennikarza internetowego w redagowaniu informacji pod SEO
- znajomość podstawowych pojęć - takich jak: link-building, meta-tag; przyjazne linki
- podstawowa znajomość struktury kodu HTML i jej związku z SEO (tytuł strony, znaczniki H1...H3, meta-tag, alt-text)
- znajomość podstawowych czynników wpływających na pozycjonowanie organiczne

15:00 Przerwa kawowa

2. SEO off-site – jak realizować działania poza serwisem w zakresie link building?

- SEO OFF-site Jak pozyskiwać linki do serwisu, by zwiększyć liczbę linków przychodzących - case study
- Zagadnienie do poruszenia: idea long-tail w praktyce
- Jak pozyskiwać linki do serwisu, by zwiększyć liczbę linków przychodzących - case study
- Weryfikacja skuteczności SEO w Google Analytics
- Prezentacja dodatkowych narzędzi online pomocnych pozycjonerom - jak inne narzędzia wspierają w wykorzystaniu 100% potencjału wyszukiwarek?
- Nieetyczne sposoby pozycjonowania - techniki i kary
- *Ćwiczenie praktyczne - weryfikacja serwisu i taktyki pozycjonowania na przykładzie branży/serwisu klienta*

16:30 Zakończenie szkolenia i wręczenie certyfikatów uczestnikom



Benefity

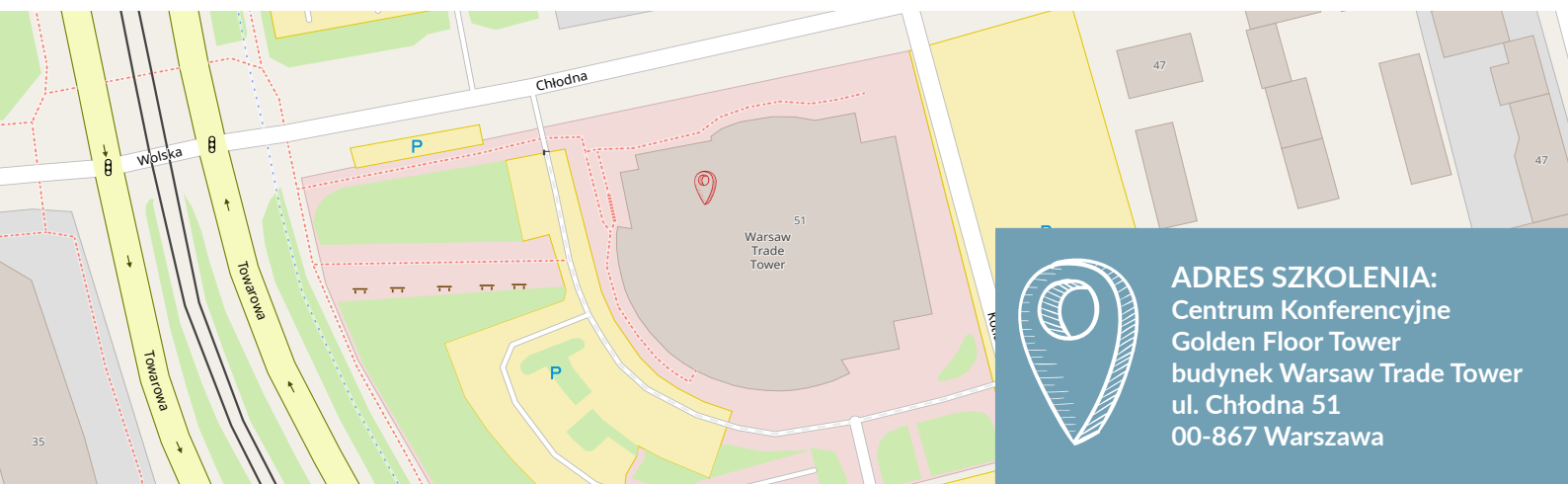
- pobieranie materiałów w wersji elektronicznej
- kameralne grupy
- 8 godzin szkoleniowych
- lunch i przerwy kawowe
- certyfikat uczestnictwa

KONTAKT W KWESTIACH MERYTORYCZNYCH



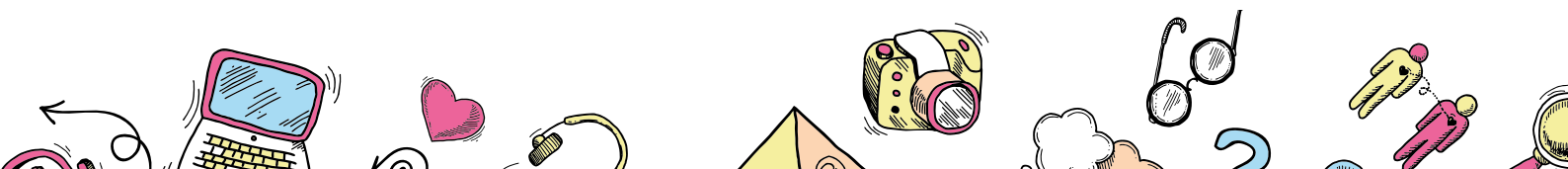
NATALIA PIASECKA

Trainings Organization Specialist
 Trainings Department
 T: +48 22 379 29 40
 e-mail: n.piasecka@mmcpolska.pl



ADRES SZKOLENIA:
 Centrum Konferencyjne
 Golden Floor Tower
 budynek Warsaw Trade Tower
 ul. Chłodna 51
 00-867 Warszawa

MMC Polska jest niezależnym organizatorem spotkań biznesowych w Polsce. Spółka organizuje szkolenia, warsztaty oraz konferencje dedykowane specjalistom, kadryze menadżerskiej oraz zarządom wiodących firm w Polsce. Szkolenia i warsztaty prowadzone są przez znanych praktyków, ekspertów posiadających wieloletnie doświadczenie w swojej branży. Konferencje mają charakter międzynarodowy, skupiają pełną reprezentację rynku, zarówno firm, jak i administracji centralnej i regulatora. MMC Polska organizuje również szkolenia zamknięte w pełni dopasowane do potrzeb klientów. Efektem organizowanych wydarzeń jest podniesienie kwalifikacji pracowników, zdobycie wiedzy praktycznej oraz zwiększenie przewagi konkurencyjnej. Współpracujemy m.in. z: Orange, T-Mobile, Play, Polkomtel, PKN ORLEN S.A, PGNiG, Tauron Polska Energia, Hawe SA, Emitel, KPMG, PwC, E&Y, Deloitte, UKE, URE, KNF, PKO BP, PEKAO SA, PZU, NBP, Asseco Poland, Intel, Comarch.



Rejestracja uczestnictwa: zgloszenia@mmcpolska.pl

PATRONI MEDIALNI:

SARE
 way to sell

CAPITAL 24-TV