**Digital Strategy Workshop 2019**

Длительность проведения: два дня, пятница и суббота.

Воркшоп пройдет в уютном загородном SPA-комплексе в 20 км от Киева. Организаторы обеспечивают трансфер на комфортабельном автобусе от м.Выдубичи.  
  
Проживание в отеле не включено в стоимость участия в воркшопе, и может быть оплачено отдельно по вашему желанию.

**Программа воркшопа, день 1**

**1.** **Digital трансформация бизнеса.**

Как развитие интернет-маркетинга в компании влияет на общую эффективность бизнеса. Управление маркетинговыми процессами в Digital.

**2. Marketing check up.**

Что директору и маркетологу нужно проверить до создания digital стратегии.

* Понимание целевой аудитории. Карта эмпатии.
* Сustomer Journey Map.
* Процессы и продажи.

**3. Формирование стратегии присутствия бренда в интернете: базовые фреймворки.**

* Определение правильных задач для вашего digital маркетинга: конверсионные, имиджевые, репутационные.
* KPI и основные инструменты интернет-маркетинга для каждого типа задач.
* Методология Smart Insights - как постоянно повышать эффективность вашего интернет-маркетинга.

**4. Digital стратегия для массмаркета:**

товары или услуги, которые покупают чаще в офлайне. FMCG, фармпрепараты, банки, ритейл, электроника и бытовая техника и пр.

* Варианты целей для рекламных кампаний
* Креативная стратегия бренда
* Построение эффективного охвата. Правила успешного медиапланирования.
* Бюджетирование.
* Подходы к оценке эффективности рекламных кампаний в онлайне

**------------ Network Party (вечер первого дня) ------------**

Неформальное общение участников воркшопа за бокалом вина.

Вдали от городской суеты, рядом с бассейном.

**Программа воркшопа, день 2**

**5. Digital стратегия для онлайн-продаж:**

интернет-магазины любой направленности, сервис по продаже билетов, доставка суши и пр.

* Краш-тест бизнес-модели для онлайн-продаж.
* Ключевые метрики для конверсионных рекламных кампаний.
* Бюджетирование.
* Микс инструментов для увеличения продаж.
* Оценка эффективности рекламы: основные методики. Самые полезные отчеты в Google Analytics и Data Studio.

**6. Digital стратегия для SaaS.**

* Отличие бизнес-модели SaaS (Software as a Service) и ecommerce. Можно ли применять подходы SaaS для традиционных бизнесов.
* Ключевые метрики для конверсионных рекламных кампаний.
* Особенности оценки эффективности.

**7. Лидогенерация в B2С и B2B – Digital стратегия.**

Как продавать сложные и/или дорогие продукты через интернет.

Банк, медицинские услуги, образование, курсы иностранного языка, автосалоны, элитная загородная недвижимость, дорогие IT-решения для бизнеса, подавляющее большинство B2B компаний в разных индустриях.

* Customer Journey и методология 7 касаний.
* Инструменты интернет-рекламы для лидогенерации.
* Эффективный контент-маркетинг: чек-лист для маркетолога.
* Email-маркетинг: подходы и основные метрики.
* Оценка эффективности для лидов и продаж.

**8. Digital стратегия для геозависимых бизнесов.**

Магазин, салон красоты, шиномонтаж, кондитерская и пр.

* Основные инструменты и виды таргетинга.
* Правила подготовки рекламных материалов.

**9. Тактические краткосрочные рекламные кампании в интернете.**

У вас новый товар, открытие магазина, акция, скидки, сезонная распродажа и пр.

* Сроки запуска рекламной кампании - как всё не испортить.
* Основные инструменты и оценка эффективности.

**10. Проведение акций и конкурсов в социальных сетях.**

Как обеспечить высокую вовлеченность, вирусный эффект и сбор базы контактов для дальнейших коммуникаций.

* Основные механики конкурсов и акций, которые дают результат.
* Борьба с призоловами.
* Конкурс завершен. Что дальше?

**11. Как построить идеальный отдел интернет-маркетинга.**

* Распределение обязанностей в команде.
* Поиск сотрудников. T-Shaped модель.
* Работа с подрядчиками (веб-студии, интернет-агентства)

**12. Веб-аналитика для директора и маркетинг-директора. Инструменты веб-аналитики и визуализации данных: Google Analytics, DataStudio и др.**

* Как экономить время на анализе данных: создаём собственные полезные отчеты.
* Отслеживаем ключевые показатели эффективности для интернет-маркетинга и отдельных рекламных кампаний.
* Типичные ошибки при оценке эффективности рекламы в интернете.

**13. Дорожная карта внедрения вашей Digital стратегии.**

Подведение итогов тренинга.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Дополнительные материалы для участников воркшопа**

**1. Словарь основных терминов интернет-маркетинга**

// будет предоставлен до воркшопа в формате PDF

**2. Бонус-трек. Веб-аналитика для директора и маркетинг-директора.**// запись видео урока будет доступна каждому участнику воркшопа после его прохождения

* Основные инструменты веб-аналитики
* Какие отчеты в Google Data Studio вам нужны
* Автоматизация контроля интернет-рекламы при помощи бесплатных инструментов.
* Ключевые подходы к анализу данных.

**3. Чек-лист «Подготовка и запуск рекламной кампании в интернет»**

// PDF-файл будет выслан каждому участнику воркшопа после его прохождения

**4. Чек-лист для директора, маркетинг-директора «Контроль сотрудников отдела интернет-маркетинга и подрядчиков (веб-студии, диджитал агентства)»**

// PDF-файл будет выслан каждому участнику воркшопа после его прохождения