**Digital Strategy Workshop 2019**

Тривалість проведення: два дні, п'ятниця та субота.

Воркшоп пройде в затишному заміському SPA-комплексі в 20 км від Києва. Організатори забезпечують трансфер на комфортабельному автобусі від м.Видубічі.

Проживання в готелі не включено у вартість участі в воркшопі, і може бути оплачено окремо за вашим бажанням.

**Програма воркшопу, день 1**

**1.** **Digital трансформація бизнесу.**

Як розвиток інтернет-маркетингу в компанії впливає на загальну ефективність бізнесу. Управління маркетинговими процесами в Digital.

**2. Marketing check up.**

**Що директору і маркетологу необхідно перевірити до створення digital стратегії.**

* Розуміння цільової аудиторії. Карта емпатії.
* Сustomer Journey Map.
* Процеси та продажі.

**3. Формування стратегії присутності бренду в інтернеті: базові фреймворки.**

* Визначення правильних завдань для вашого digital маркетингу: конверсійні, іміджеві, репутаційні.
* KPI і основні інструменти інтернет-маркетингу для кожного типу завдань.
* Методологія Smart Insights - як постійно підвищувати ефективність вашого інтернет-маркетингу.

**4. Digital стратегія для мас-маркету:**

**товари або послуги, які купують частіше в офлайні. FMCG, фармпрепарати, банки, рітейл, електроніка і побутова техніка та ін.**

* Варіанти цілей для рекламних кампаній.
* Креативна стратегія бренду.
* Побудова ефективного охоплення. Правила успішного медіапланування.
* Бюджетування.
* Підходи до оцінки ефективності рекламних кампаній в онлайні.

**------------ Network Party (вечір першого дня) ------------**

Неформальне спілкування учасників воркшопу за келихом вина.

Вдалині від міської суєти, поруч з басейном.

**Програма воркшопу, день 2**

**5. Digital стратегія для онлайн-продажів:**

**інтернет-магазини будь-якої спрямованості, сервіс з продажу квитків, доставка суші та ін.**

* Краш-тест бізнес-моделі для онлайн-продажів.
* Ключові метрики для конверсійних рекламних кампаній.
* Бюджетування.
* Мікс інструментів для збільшення продажів.
* Оцінка ефективності реклами: основні методики. Найкорисніші звіти в Google Analytics і Data Studio.

**6. Digital стратегия для SaaS.**

* Відмінність бізнес-моделі SaaS (Software as a Service) і ecommerce. Чи можна застосовувати підходи SaaS для традиційних бізнесів.
* Ключові метрики для конверсійних рекламних кампаній.
* Особливості оцінки ефективності.

**7. Лідогенерація в B2С и B2B – Digital стратегія.**

**Як продавати складні і/або дорогі продукти через інтернет.**

**Банк, медичні послуги, освіта, курси іноземної мови, автосалони, елітна заміська нерухомість, дорогі IT-рішення для бізнесу, переважна більшість B2B компаній в різних індустріях.**

* Customer Journey і методологія 7 торкань.
* Інструменти інтернет-реклами для лідогенераціі.
* Ефективний контент-маркетинг: чек-лист для маркетолога.
* Email-маркетинг: підходи і основні метрики.
* Оцінка ефективності для лідів і продажів.

**8. Digital стратегія для геозалежних бізнесів.**

**Магазин, салон краси, шиномонтаж, кондитерська та ін.**

* Основні інструменти і види таргетингу.
* Правила підготовки рекламних матеріалів.

**9. Тактичні короткострокові рекламні кампанії в інтернеті.**

**У вас новий товар, відкриття магазину, акція, знижки, сезонний розпродаж тощо.**

* Терміни запуску рекламної кампанії - як все не зіпсувати.
* Основні інструменти і оцінка ефективності.

**10. Проведення акцій та конкурсів в соціальних мережах.**

**Як забезпечити високу залученість, вірусний ефект і збір бази контактів для подальших комунікацій.**

* Основні механіки конкурсів і акцій, які дають результат.
* Боротьба з призоловами.
* Конкурс завершено. Що далі?

**11. Як побудувати ідеальний відділ інтернет-маркетингу**

* Розподіл обов'язків в команді.
* Пошук співробітників. T-Shaped модель.
* Робота з підрядниками (веб-студії, інтернет-агентства).

**12. Веб-аналітика для директора і маркетинг-директора. Інструменти веб-аналітики і візуалізації даних: Google Analytics, DataStudio та ін.**

* Як економити час на аналізі даних: створюємо власні корисні звіти.
* Відслідковуємо ключові показники ефективності для інтернет-маркетингу і окремих рекламних кампаній.
* Типові помилки при оцінці ефективності реклами в інтернеті.

**13. Дорожня карта впровадження вашої Digital стратегії.**

Підведення підсумків тренінгу.

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

**Додаткові матеріали для учасників воркшопу**

**1. Словник основних термінів інтернет-маркетингу**

// буде надано до воркшопу в форматі PDF

**2. Бонус-трек. Веб-аналітика для директора і маркетинг-директора.**// запис відео уроку буде доступний кожному учаснику воркшопу після його проходження

* Основні інструменти веб-аналітики.
* Які звіти в Google Data Studio вам потрібні.
* Автоматизація контролю інтернет-реклами за допомогою безкоштовних інструментів.
* Ключові підходи до аналізу даних.

**3. Чек-лист «Підготовка та запуск рекламної кампанії в інтернеті»**

// PDF-файл буде відправлений кожному учаснику воркшопу після його проходження

**4. Чек-лист для директора, маркетинг-директора «Контроль співробітників відділу інтернет-маркетингу і підрядників (веб-студії, діджитал агенції)»**

// PDF-файл буде відправлений кожному учаснику воркшопу після його проходження