

LiMA/Edumint/ISM mokymų programa

Sertifikuotas skaitmeninio marketingo specialistas: LiMA DIGITAL

Trukmė: 64 akademinės valandos

Užsiėmimų laikas: nuo 18.00 iki 21.10 (dvi pusantros valandos paskaitos su 10 min. pertrauka)

Užsiėmimų datos: nuo 2021 vasaris - 2021 birželis pagal patvirtintą programą (užsiėmimų grafikas gali keistis).

Kam skirta: siekiantiems kompleksinių ir praktinių skaitmeninio marketingo žinių iš strateginės perspektyvos, įrankių ir sričių susiejimo marketingo tikslams pasiekti, gilesnių žinių tose srityse, kuriose nedirba arba dirba mėgėjiškai. Kursas skirtas dirbantiems su skaitmeniniu marketingu ar viena iš jo sričių, pradedantiems arba norintiems dirbti skaitmeninio marketingo specialisto darbą.

Rekomenduojama turėti praktinio darbo patirties marketingo ar su juo susijusiose srityse.

Kokių žinių ir įgūdžių gausite: Mokymų metu nagrinėsite skaitmeninio marketingo kaitą, tendencijas, pagrindinius principus, informacijos, būtinos sprendimams priimti, aprėptį. Programa skirta visapusiškai parengti darbui Online Marketing Manager, įskaitant ir žinias, kurių sertifikatas nereikalauja. Taip pat įmonei parengtas online marketingo planas: išanalizuojama dabartinė konkrečios srities situacija, išryškinamos tobulintinos sritys, iškeliami uždaviniai laikotarpiui, teikiamas konkretus veiksmų planas, įvertinant juos finansiškai. Sėkmingai įsisavinta programa leidžia pasirengti DIGITAL lygio LiMA egzaminui, liudijančiam skaitmeninio marketingo specialisto kompetenciją taktinėms marketingo funkcijoms atlikti ir sprendimams priimti.

Nr.	Data	Temos (turinys preliminarus)
1	18:00-21:15 val.	<p>Įžanga. Skaitmeninės rinkodaros strategija. Programoje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Susipažinimas, mokymosi eiga, egzaminai • Pagrindinės sąvokos pagal NIMA1 egzamino reikalavimus • Tikslai, kuriuos galima kelti skaitmeninei rinkodarai, jų išmatavimo rodikliai (KPIs) ir įrankiai • Skaitmeninės rinkodaros strategijos formavimas • Pardavimų piltuvo (sales funnel) sudarymas ir pritaikymas skaitmeninės rinkodaros strategijoje • Vartotojo kelionės supratimas • Skaitmeninės rinkodaros priemonių įvairovė: reklaminiai baneriai, socialiniai tinklai, tinklaraščiai, affiliate, naujienlaiškiai, video turinys, fotografija, SEO, reklama paieškos sistemos ir daugybė kitų • BDAR
2	18:00-21:15 val.	<p>Socialiniai tinklai: Facebook</p> <p>Pavyzdžiai klausimų, kuriuos aptarsime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tikslai, kuriuos galima kelti socialinių tinklų komunikacijai • Tendencijos: kaip žmonės turinį vartoja socialiniuose tinkluose • Susipažinimas su Facebook algoritmu ir būdais, kaip jį panaudoti savo naudai • Facebook įrankiai: žinučių tipai, Live, Events, Groups, etc

		<ul style="list-style-type: none"> • Kaip kurti turinį, kad jis sekėjams būtų įdomus, įtraukiantis • Turinio planavimas, geriausios praktikos • Rezultatų analizė, progreso rodikliai (KPIs)
3	18:00-21:15 val.	<p>Reklama internete: Facebook Ads (1 dalis)</p> <p>Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Susipažinimas su Facebook reklaminės kampanijos struktūra • Facebook dirbtinio intelekto „treniravimas“ tikslesniems reklamos parodymams • Susipažinimas su Ads Manager ir gyvas kampanijos sukūrimo demonstravimas • Paktinė užduotis: Jūsų pirmoji kampanija Ads Manager'yje • Susipažinimas su Facebook Ads auditorijomis: saved, custom, lookalike, gyvas jų sukūrimo demonstravimas • Praktinė užduotis: Jūsų verslui naudingiausių kampanijų sukūrimas
4	18:00-21:15 val.	<p>Reklama internete: Facebook Ads (2 dalis)</p> <p>Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Susipažinimas su Business Manager platforma, svarbiausi Ad Account nustatymai • Geriausiai parduodančio turinio tipai, jo naudojimas skirtinguose sales funnel etapuose • Reklaminės kampanijos struktūros pavyzdžiai • Reklaminių kampanijų planavimas • Analizė, pagrindiniai rodikliai, jų interpretavimas ir sprendimų priėmimas ateities kampanijoms
5	18:00-21:15 val.	<p>Paieškos platformų rinkodara: Google Ads</p> <p>Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pagrindiniai Google reklamos tipai • Google Ads paskyros bei struktūros sukūrimas nuo 0 – gyva demonstracija • Kaip optimizuoti reklamą rezultatų sekimui • Reklamos automatizavimas • GDN, Gmail, retargeting • Raktažodžių atranka ir tikrinimas • Reklaminių tekstų rašymas, testavimas • Analizė, svarbiausi rodikliai
6	18:00-21:15 val.	<p>Paieškos platformų rinkodara: SEO</p> <p>Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaip Google supranta apie ką jūsų puslapis? • Kokiais kriterijais parenkamos reklamos, rodomos puslapiuose. • Teisingas raktažodžių panaudojimas. • Teisingas Meta duomenų (Meta Tags) pildymas ir šablonai. • Kas yra vidinis ir išorinis SEO? Kuris reikalingesnis? • Svetainės, nuorodų ir turinio struktūra, tekstai meta žymose, H taguose ir URL. • Ką apie mane žino internetas? • Privatus interneto naršymas
7	18:00-21:15 val.	<p>Socialiniai tinklai: Instagram, LinkedIn</p> <p>Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime:</p> <p>Instagram</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Vyraujančios temos, turinio formos • Komunikacija ant sienos • Hashtags • Stories • Analizė <p>LinkedIn</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vyraujančios temos, turinio formos • Prekės ženklo komunikacija per asmenį/atstovą • Darbuotojų įtraukimas • Vertės kūrimas • Analizė
8	18:00-21:15 val.	<p>Turinio kūrimas: Vaizdinė komunikacija</p> <p>Pavyzdžiai klausimų kuriuos aptarsime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vaizdas, simbolis, kompozicija ir jų funkcijos pasakojant istoriją arba parduodant • Kaip atrinkti tinkamas nuotraukas ar iliustracijas iš mokamų ar nemokamų online galerijų • Kaip paprastai pačiam susimaketuoti skelbimą ar žinutę • Kaip teisingai suformuluoti užduotį dizaineriui • Kaip dirbti su brandbook'u • Banerių maketavimas, gerosios/blogosios praktikos • Banerių formatai ir reikalavimai GDN, Fb/Insta reklamoms • Fotosesijų tipai: produktų, žmonių, reportažas • Kūryba, įkvėpimas, moodboard'as • Užduoties suformulavimas fotografui • Gerosios/blogosios praktikos fotografuojant žmogų, reiginį, produktą
9	18:00-21:15 val.	<p>Turinio kūrimas: Tekstinė komunikacija</p> <ul style="list-style-type: none"> • Istorijos pasakojimas tekstu • Gero parduodančio teksto požymiai • Kūrybingas teksto rašymas, įkvėpimo paieškos • Darbas su skirtingo ilgio tekstais: nuo antraštės iki straipsnio • Tekstai socialiniams tinklams: naujienų srautui ir reklamai • Skirtingi teksto tonai, pritaikymas prie tikslinės auditorijos • Tinklaraščio žanras • Klišės, kurių reikėtų vengti • Call to action suformulavimas
10	18:00-21:15 val.	<p>El. pašto rinkodara</p> <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter marketing principai • Laiškų tipai: nuo susipažinimo iki pakartotinio pardavimo • Geros / blogos dizaino praktikos • Automatizavimas, populiariausi įrankiai • Gavėjų adresų surinkimo praktikos • Laiško ryšys su nusileidimo (landing) puslapiu • Kaip nepakliūti į spam inbox • Rezultatų analizė
11	18:00-21:15 val.	<p>Interneto svetainės: konversijų optimizacija</p> <ul style="list-style-type: none"> • Euristinė puslapio analizė: aiškumas, motyvacija, trikdžiai • Analizės įrankiai • Svetainės elementai, gerinantys konversijos rodiklį • Draugiškumas vartotojui • Vizualas + tekstas • Orientacija į vieną veiksmą

		<ul style="list-style-type: none"> • Skirtingos medijos naudojimas • Reklamos ir landing'o turinio ryšio svarba • Praktinė užduotis: dalyvių puslapių analizė
12	18:00-21:15 val	<p>Duomenų analizė</p> <ul style="list-style-type: none"> • Įvairių kanalų duomenų surinkimas ir apdorojimas • Sprendimų priėmimas, ROI skaičiavimas • Kiti svarbūs parametrai: CTR, conversion rate, ROAS, CPM ir pan. • Pagrindinės Google Analytics funkcijos, demonstracija • Konversijų svetainėje sekimas su Google Tag Manager • Interneto adresų formavimas su UTM galūnėmis • Ataskaitų rengimo principai, pavyzdžiai
13	18:00-21:15 val	<p>Pasirengimas A1 egzaminui</p> <p>Sesijos metu susipažinama su ankstesnių egzaminų užduotimis, pakartojamos visos temos, aptariami kylantys klausimai.</p>
14	18:00-21:15 val	<p>Praktinės dirbtuvės, rengimasis A2 egzaminui (2 dalys)</p> <p>A2 egzaminas susideda iš dviejų rašto darbų (viena dalis privaloma, kita pasirenkama iš keturių variantų) ir jų gynimo žodžiu. Praktinių dirbtuvių metu susipažinsime su bendraisiais reikalavimais, padėsime išsirinkti pasirenkamąją temą, sukursime pradinę darbo struktūrą, pradėsime rinkti duomenis ir rašyti darbą.</p> <p>Po abiejų praktinių paskaitų dirbama savarankiškai.</p>
15	18:00-21:15 val	

A1 egzaminas

10.00-12.00	A1 modulio egzaminas susideda iš 45 klausimų. 35 klausimai – testiniai, kuriuose siekiama išsiaiškinti, kiek dalyvis žino apie įvairius skaitmeninio marketingo įrankius ir koncepcijas. 10 testinių klausimų, paremtų konkrečiais atvejais.
-------------	--

A2 egzaminas

<i>iki 17.00</i>	Taktinio marketingo plano įteikimas ISM (e-sistemoje arba administracijai; spausdintą darbą galima įteikti per tris darbo dienas po įteikimo e-sistemoje).
	<p>Kandidatas pristato parengtą planą dviejų egzaminuotojų komisijai ir yra įvertinamas laikantis A2 moduliuose nurodytų reikalavimų.</p> <p>Gynimas trunka vieną valandą. Tikslus gynimų grafikas sudaromas likus savaitei iki gynimų.</p>