



IIR

Szakmai
támogató partnerünk:

**MAGYAR
MARKETING
SZÖVETSÉG**

Weboldal

mint értékesítés-támogató eszköz

**2 NAPOS SZEMINÁRIUM
BUDAPEST, 2014. DECEMBER 8-9.**

Fókuszban:

- Hogyan **járulhat** hozzá az értékesítéshez a weboldal?
- Mire van szükség egy **jó weboldal megalkotásához, működtetéséhez**?
- Hogyan **generáljon eredményesen forgalmat**? Ismerje meg az **online hirdetések**, valamint a **keresőoptimalizáció** erejét!
- Hogyan járul hozzá a **social media eszköztára** a forgalom eléréséhez, értékesítéshez?
- A tartalom a király, akkor a személyreszabás a királynő!? – Fókuszban a **személyre szabott tömegkommunikáció** és a **mobil eszközökön** való megjelenés
- **Saját** fejlesztésű vagy **vásárolt** rendszer személyre szabása, továbbá **ingyenes** megoldások vagy **külsős cég** megbízása költséghatékonyabb **webshop** esetében?



A Magyar Marketing Szövetség felkérésére a kurzus szakértő előadói között:



Klausz Melinda,
*közösségi média
specialista*



Nyáry Krisztián,
szakértő



Papp Gábor,
*Head of Marketing,
Growthery*



Szántó Péter,
alapító, B Creative



www.iir-hungary.hu



06-1/459-7301



training@iir-hungary.hu

9.00 – 16.30

Hogyan járulhat hozzá az értékesítéshez az online megjelenés?

- Céges weboldal
- Microsite-ok
- Imageépítés
- Információs szolgáltatás, termékleírás
- Lead generálás: Hogyan használjuk fel a látogatóinkról érkező adatokat?

Mire van szükség egy jó weboldal megalkotásához, működtetéséhez?

- Programozás, fejlesztés
- Grafika, design
- Disztribúciós hálózatok tervezése
- Online hirdetések megtervezése
- Analitika

Kinek a feladata, ki végzi az online marketinggel kapcsolatos műveleteket?

- Külső segítséggel: Hogyan tudjuk jól menedzselni?
 - szoros együttműködés
 - szerződés
 - cég belső munkatársa a projekt erejéig a partnernél tölti idejét
- Belső team:
 - specializáltság, kapacitás szüksége
 - legfontosabb funkciókat érdemes cégen belül megoldani
 - függhet az oldal nagyságától, tematikájától, céljától

Online marketing csatornák szerepe, rendszerezése - elmélet & gyakorlat

A fő rendszerezési alapelvek:

1. Vállalati célok
2. Rendelkezésre álló budget
3. Elérhető emberi erőforrás

Forgalomgenerálás - elmélet & gyakorlat

1. Keresőoptimalizálás – SEO

- Google optimalizáció
- Jó kulcsszavak, kulcsszóelemzés
- versenytárs elemzés
- Mikro site-ok egyéni kulcsszavazása
- Linkgyűjtemények

2. Online hirdetések

- Online hirdetések megtervezése
- Célok meghatározása
- Célcsoportok meghatározása
- Megjelenés helye, módja
- Költségei
- Visszamérés eredményeinek analízisa
- Banner hirdetések:
 - Digitális megjelenések összehangolása
 - Látványosság: videó, szín, szponzorok
- Pop-up:
 - Kérdéses a használata az „agresszivitás” miatt
 - Az elkészítés formája
 - Kihelyezés módja, helye: vásárolt médiában vagy saját felületen
 - Vásárolt médiában: layeres-szakaszos megjelenés, ritkábban, drága
 - Saját felületen vagy tematikus mikrosite-okon: generálisan jó elérés
 - Célcsoportra való targetálás/ tag célcsoportnál nem kell szűrni

Site optimalizáció, Analitika - elmélet & gyakorlat

1. Landing oldal optimalizáció

- A-B teszt – gyors, egyszerű
- Megjelenési tesztek: szín, forma, struktúra, szöveg szempontjából mi hatásosabb?
- Email cím gyűjtés

2. Site-on belüli optimalizáció: Forgalomterelés – konverzióterelés

- Hogyan érjük el, hogy minél tovább maradjanak az oldalunkon?
- Határozzuk meg céljainkat és ennek megfelelően optimalizáljunk
- Cross/upsell oldal
- Lead generálás
- Bejelentkezés alapján kattintások figyelése – érdeklődéscsomagok folyamatos optimalizálása
- Click-to-call akcióra való felhívás

A nap előadója: **Papp Gábor**, Head of Marketing, Growthery, a Magyar Marketing Szövetség felkérésére



Klausz Melinda

a Pannon Egyetem Felsőoktatási Minőségi Díjjal kitüntetett Gazdaságtudományi Karának marketingvezetője volt 5 éven keresztül, a közösségi média marketinggel is itt ismerkedett meg. A kozosseg-media.com vezetője és kozossegimedia.cafeblog.hu bloggereként vállalatok, civil szervezetek, pedagógusok és gyerekek számára közösségi média tréningeket tart az oldalkézeléstől az adatvédelemtől, közösségi média platformokat, eseményeket menedzsel és Facebook alkalmazásokat fejleszt. 10 éven keresztül PR-ral és újságírással is foglalkozott, legmagasabb elismerése a BBC Rádió riporterversenyének 2. helyezése volt. Negyedik közösségi médiáról szóló könyve jelent meg 2014-ben Közösségi média ügyfél-, konfliktus-, panasz és nyereményjáték menedzsment a gyakorlatban címmel, melyet több felsőoktatási intézményben mint kötelező irodalom használnak. Kutatási területe is a közösségi média, ezen belül elsősorban zeneipar és a fesztiválok social media tevékenységével foglalkozik.



Nyáry Krisztián

15 éves tapasztalattal rendelkezik a logisztika és beszerzés területén. Karrierjét a Danone-ban kezdte, ahol készletgazdálkodási vezetőként dolgozott. Később a Match disztribúciós központjának projektvezetője volt. 8 éve tréningekkel, tanácsadással foglalkozik, valamint óraadó tanárként dolgozik az IBS-ben. Az utóbbi években a webshopok logisztikájára szakosodott, több boltnak segített már raktározás, készletgazdálkodás és folyamatszervezés területén.

9.00 – 11.30 (közben kávészünet)

Social Media

- Weblap és Facebook összekötése: mindkét irányban forgalom terelése
- Hogyan járul hozzá a social media eszköztára a forgalom eléréséhez, értékesítéshez?
 - szervezeti kérdés – van-e kapacitása erre a cégnek?
 - A termékről vagy szolgáltatásról tud-e olyan tartalmat kommunikálni, ami fontos a felhasználóknak?
 - Célcsoport pontos meghatározása, napi szinten való foglalkozás szükséges
- Folyamatosan változó szabályzatok: adottságok, figyelni, betartani
- Ingyenes vagy díjköteles?
 - Érdemes-e érte fizetni – Mennyi forgalmat, értékesítést érünk el vele?

A blokk előadója: Klausz Melinda, közösségi média specialista, a Magyar Marketing Szövetség felkérésére

11.30 – 14.30 (közben ebédszünet)

Személyre szabott tömegkommunikáció & Mobil eszközökön való megjelenés

- Fő üzenet: fogyasztó, fogyasztó fogyasztó. Az ő igényét kell kielégíteni. Szokták mondani, hogy a tartalom a király, de akkor a személyreszabás a királynő. Ezért a fogyasztónak azt a tartalmat kell nyújtani, azon az eszközön, amit ő szeretne.
- Előadás felépítése:
 - Problémafelvetés
 - Megoldási javaslatok
 - Mobil alapok - Milyen típusú appok vannak? Jó tanácsok
 - Esettanulmányok
 - QnA

A blokk előadója: Szántó Péter, alapító, B Creative, a Magyar Marketing Szövetség felkérésére

14.30 – 14.45 Kávészünet

14.45 – 16.30

Webshop

- Forgalom, logisztika
- Informatikai háttérrendszer:
 - Saját fejlesztésű vagy vásárolt rendszer személyre szabása?
 - Egyszerű és logikus felépítés, vásárlási metódus, a design másodrendű
- SEO
 - Google-el való összehangolás: linkek, kulcsszavak
 - Ingyenes megoldások vagy külsős cég megbízása költséghatékonyabb?
 - Fizetős szolgáltatások a Google keresőben (első találat)
 - Kulcsszavak licitálása
- Árösszehasonlító oldalakon való megjelenés
- Userek látogatásainak, adatainak figyelése, adatbázisépítés

A blokk előadója, többek között:

Nyáry Krisztián, szakértő, a Magyar Marketing Szövetség felkérésére



Papp Gábor

tanulmányait követően a European Entrepreneurship Foundation IT Directora volt, majd az iCatapult management tagjaként közép-európai technológiai startupok üzletfejlesztésével foglalkozott. Jelenleg a Growthery marketing vezetője és a DailyOne projekt társalapítója. Szakterülete a digitális üzletfejlesztés, az üzleti modellek és az inbound marketing.



Szántó Péter

USC alumnus, a B Creative, a TouchCo és a SpringTab alapítója. Digitális üzletfejlesztőként olyan vállalatokkal dolgozott együtt munkája során mint Time-Warner, L'Oreal, OTP, és Fashion Street, TripTrotting. Pro Universitate díjat nyert el a Budapesti Corvinus Egyetemen, ahol cum laude diplomáját is szerezte, és a Hallgatói Önkormányzat vezetői posztját is betöltötte. Péter egyik álma vált valóra, amikor a TEDxYouth-on beszédet tarthatott. Az egyik vezető magyar kereskedelmi csatorna, az RTL Klub első Startup és Közösségi média műsorának vezetője volt, Rendszeres előadó a Kürt Akadémián és az Internet Hungary rendezvényén. A Forbes magazinban is megjelent, a 30 sikeres magyar 30 alatt számban. A MasterCard Év Bankja versenyén az „Év mobil banki applikációja” díjat kapott OTP SmartBank kialakításában Customer Development és UX szakértőként vett részt. Jelenleg a tömegkommunikáció személyre szabását kutatja.



Az IIR Magyarország akkreditált felnőttképzési intézmény.

Felnőttképzési nyilvántartási szám: 00206-2012

Intézményakkreditációs lajstromszám: AL-2748

SI5003

JELENTKEZÉSI LAP

1. RÉSZTVEVŐ:

Vezetéknév _____ Keresztnev _____
 Beosztás _____
 Osztály _____
 Végzettség _____
 Telefon _____
 Fax¹ _____
 Mobiltelefon¹ _____
 E-mail¹ _____
 Aláírás² _____

A rendezvényen való részvételt engedélyező/elrendelő személy:

Vezetéknév _____ Keresztnev _____
 Beosztás _____
 Osztály _____

Adminisztratív kapcsolattartó

Vezetéknév _____ Keresztnev _____
 Beosztás _____
 Osztály _____

Helyettesítő személy³

Vezetéknév _____ Keresztnev _____
 Beosztás _____
 Osztály _____
 Aláírás² _____

2. RÉSZTVEVŐ:

Vezetéknév _____ Keresztnev _____
 Beosztás _____
 Osztály _____
 Végzettség _____
 Telefon _____
 Fax¹ _____
 Mobiltelefon¹ _____
 E-mail¹ _____
 Aláírás² _____

-10%

SZÁMLÁZÁSI CÍM:

Cégnév _____
 Irányítószám _____ Helység _____
 Utca/Postafiók _____

¹ E-mail címének, fax- és mobilszámának megadásával hozzájárul ahhoz, hogy az IIR további rendezvényeiről és csatornákon is kapjon tájékoztatást.

² A képzésre/rendezvényre regisztráló személy aláírásával igazolja, hogy a képzésen/rendezvényen személyesen vesz részt.

³ Az Ön helyettese, amennyiben Ön nem tud részt venni a rendezvényen.

**Csoportos kedvezményért
kérje egyedi ajánlatunkat!**

+36 1 459 7334 • MARKETING@IIR-HUNGARY.HU

Részvételi díjak	2014. október 10-ig		2014. október 11-től
	Ár	Megtakarítás	Ár
<input type="checkbox"/> WEBOLDAL MINT ÉRTÉKESÍTÉS-TÁMOGATÓ ESZKÖZ 2014. DECEMBER 8-9., BUDAPEST	209.000 Ft	40.000 Ft	249.000 Ft

Áraink nem tartalmazzák az áfát • A feltüntetett megtakarítások a több napos rendezvények határidős kedvezményét, valamint a regisztrált napok számától függő kedvezmény nettó összegét tartalmazzák • A részvételi díj tartalmazza a dokumentáció, ebéd, kávé és üdítő költségeit.

• A részvételi díj tartalmazza az étkezés költségét, mely a számlán külön tételként feltüntetésre kerül. • A rendezvényen kép- és hangfelvétel készülhet.

FIZETÉS, VISSZALÉPÉS

Jelentkezéssel elfogadja a jelentkezési és visszalépi feltételeket. Jelentkezésének beérkezése után vizsgálást és számlát kap tőlünk. Kérjük az összeget szíveskedjen a rendezvény előtt átutalni és a számlaszámot, valamint a résztvevő nevét a befizetési csekkben feltüntetni. A rendezvényre való bejutás csak akkor garantált, ha befizetése cégünkhez 3 munkanappal a rendezvény előtt beérkezett. Ha átutalása a rendezvény kezdete előtt 2 héten belül történik, kérjük azt a rendezvény napján a regisztráláskor a pénzes utalvány feladóvevényével igazolni. Fizetési késedelem esetén a résztvevő minden felszólítási- és inkasszódíj megterítésére kötelezett. Esetleges program- és helyszínváltottság jogát fenntartjuk. Visszalépés: Csak írásban lehetséges. A részvétel visszamondása esetén 20.000 Ft+áfa/jelentkezés, a rendezvényt megelőző 2 héten belüli lemondás esetén 40.000 Ft+áfa/jelentkezés adminisztrációs költséget számolunk fel. A rendezvényt megelőző 2 munkanapon belüli lemondás esetén a résztvevő a teljes részvételi díjat köteles megfizetni. A bejelentett résztvevő részvételének módosítása meghatározott feltételek mellett lehetséges. A szakképzési hozzájárulás terhére elszámolható összegek módosultak. Ügyfélszolgálatunk (+36 1 459 7300) örömmel ad bővebb tájékoztatást, illetve a honlapunkon is tájékozódhat.

VAN MÉG KÉRDÉSE?

Ügyfélszolgálat:	Takács Tünde	+36 1 459 7300
Koncepció:	dr. Nagy Diána	+36 1 459 7308
Marketing:	Mile Mónika	+36 1 459 7334