

Silabus

Digitalni Marketing

Nano-degree Program

facebook.

Google



MailChimp

Uvod

Ovo je vodič na vašem putovanju kroz online platformu digitalnog marketinga u kojoj ćete naučiti najsavremenije tehnike digitalnog marketinga i saznati kako napraviti uspješnu marketinšku kampanju za sve digitalne kanale: web, društvene mreže, Google pretragu i displej, Youtube i e-mail marketing i još mnogo toga.

Šta je Nano-degree program?

Nano-degree program je studij koji se razlikuje od univerzitetskog u dužini trajanja, načinu izvodjenja nastave te stečenoj diplomu. Ovaj program traje 3 mjeseca a nastava se odvija u vidu online platforme na kojoj se nalaze videi i dodatni materijali obavezni za obuku. Po završetku ovog studija ne dobijate univerzitetsku diplomu već praktično znanje koje će vam pomoći da lakše dodjete do zaposlenja ili do pokretanja svog biznisa. Na kraju dobijate certifikat o završenom programu usavršavanja iz oblasti digitalnog marketinga.

U narednim sekcijama pogledajte naš plan i program podjeljen u 9 različitih predmeta.

Dodatak

Na kraju silabusa možete naci dodatak svih poglavlja pojedinčno gdje ćete se upoznati sa materijalom koji ćete prelaziti u ovom programu.

Predmet 1: Osnove marketinga

Cilj ovog predmeta jeste da obradi osnovne elemente i koncepte marketinga kako biste lakše mogli stupiti u svijet digitalnog marketinga. U njemu ćete također imati priliku da upoznate tri kompanije koje su praktični primjer B2C i B2B konteksta i kroz njihove primjere vidjećete šta su to dobre marketinške prakse.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Dobrodošli u digitalni marketing	Marketing je svuda oko nas i predstavlja bitan dio našeg svakodnevnog života. Vodit ćemo vas na putovanje kroz rastući digitalni marketinški krajolik. Ovaj predmet vam daje osnove koje će vam pomoći u kretanju i napredovanju u ovom brzorastućem području.
2	Struktura digitalnog marketinga	Naučićeće osnove digitalnog marketinga koje će vam pomoći da donosite ispravne odluke u polju koje se svakim danom mijenja. Upoznajte se sa marketinškim vodičem koja odgovara na pitanja Šta, Ko, Kako, Gdje, i Kada u marketingu.
3	Šta: vaš biznis	Prvi korak je odgovoriti na pitanje "šta" prodajete. Naučite kako efikasno kreirati vaš biznis model.
4	Ko i kada: vaš kupac	Kupci su razlog za postojanje marketinga. Upoznajte vaše kupce bolje nego što poznajete sebe i fokusirajte se na tu potencijalnu osobu tako što ćete napraviti „personu“ koja bi kupila vaš proizvod. Predvidite različite faze kroz koje će kupac morati proći na svom putu kako bi e upoznali sa vašim proizvodom i postali lojalni vašem brendu.
5	Gdje: kanali marketinga	Budite tamo gdje su vaši kupci. Ako su na društvenim medijima – predstavite im svoje poslovanje тамо. Ako pretražuju Google onda optimizirajte svoju webstranicu uz pomoć SEO-a itd.
6	Zašto: ciljevi marketinga i KPI	Bitan korak planiranja je postaviti ciljeve i mjeriti svoj napredak sa KPI – Key Performance Indicators (ključnim indikatorima učinka).

Prvi Projekat: Priprema za marketing

U ovom projektu pripremite se za vašu novu ulogu digitalnog marketara. Imate izbor da promovišete vašu vlastitu kompaniju ili da testirate B2C ili B2B proizvod koji ćemo vam mi obezbjediti. Marketing B2C ili B2B proizvoda, rezimiranje poslovnog modela kompanije, postavljanje ciljeva marketinga, i kreiranje persone kupca za vaš proizvod su neke od stvari koje ćete uraditi.

Predmet 2: Content Marketing - Strategija sadržaja

U ovom predmetu naučite kako planirati i razviti sadržaj koji će angažovati vašu ciljanu publiku da uradi željenu akciju.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Planirajte strategiju za sadržaj/content	Marketar ima poruku koja se mora integrisati u dobar sadržaj. U ovoj lekciji naučite kako planirati i organizovati sadržaj.
2	Kreiranje sadržaja	Odličan sadržaj obično ima nekoliko glavnih dijelova. U ovoj lekciji saznajte o „priopovjedačkom“ marketingu, različitim načinima sa kojima možete ispričati uvjerljivu priču, i kako iskoristiti sadržaj na najbolji mogući način, organizacijom i adaptacijom.
3	Distribucija i promovisanje	Nije dovoljno imati samo sadržaj, koliko god interesantan bio. U ovoj lekciji, naučite kako promovisati i distribuisati vaš sadržaj, i kako sve organizovati u kalendaru objava.
4	Usavršavanje korisničkog iskustva (UX) na odredišnim web stranicama/Landing Pages	Vaša web stranica je sastavni dio dostizanja ciljeva marketinga. U ovoj lekciji, saznajte kako primijeniti principe UX dizajna, i kako napraviti i testirati odredišne stranice.
5	Mjerenje utjecaja	Mjerenje je ključni dio uspjeha marketing sadržaja. U ovoj lekciji, naučite šta treba mjeriti kako biste dobili najbolje rezultate.
6	Poslovi u marketingu sadržaja/contenta	Opisaćemo vam šta znači biti content marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Predmet 3: Social Media Marketing

Socijalni mediji su bitan kanal za marketare. U ovom predmetu, naučite više o glavnim platformama društvenih mreža, kako rukovoditi s vašim poslovanjem na njima, te kako kreirati efektivan sadržaj za svaku platformu (Facebook, Instagram itd).

Lekcija	Naslov	Opis
1	Osnove društvenih mreža	Važno je razumijeti različitosti društvenih mreža. Planirajte vaš sa jednim od dva popularna pristupa i uskladite vašu strategiju sa ponašanjem kupca.
2	Kanali društvenih mreža	Analizirajte Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, i Snapchat. Dostavite vašu poruku na platformu koja je vašem kupcu najvažnija. Nađite i surađujte sa uticajnim osobama na društvenim mrežama koje vam mogu pomoći.
3	Sadržaj društvenih mreža	Svaka platforma zahtjeva drugačiji pristup. U ovoj lekciji naučite kako razviti sadržaj za društvene mreže, te kako da uskladite taj sadržaj sa platformom koju ste izabrali, i na kraju, kako kreirati sadržaj koji će ljudi htjeti podijeliti.
4	Implementacija i kontrola kampanja	Uspjeh na društvenim mrežama zahtjeva pažljivo nadgledanje i upravljanje sadržajem.
5	Mjera uticaja	Kao što je slučaj sa svim marketinškim kampanjama, uticaj aktivnosti na društvenim mrežama mora se izmjeriti. Naučite načine kako da procijenite i predvidite uspjeh na različitim platformama.
6	Poslovi u marketingu na društvenim mrežama	Objasniti ćemo vam šta znači biti marketar društvenih mreža i kakve vještine poslodavci traže.

Drugi Projekat: Marketing vašeg sadržaja

U ovom projektu tražimo od vas da vježbate kreiranje i promociju sadržaja o vašem poslovanju. Prvo što trebate uraditi jeste kreirati blog. Poslije toga tri objave na tri različite društvene mreže na kojima ćete podijeliti vaš blog.

Predmet 4: Facebook i Instagram Marketing

Kreirajte Facebook stranu svoje firme i uz Facebook i Instagram oglasavanje dođite do ciljane skupine ljudi kojima čete prezentirati svoj brend, proizvod ili uslugu.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Uvod u reklamiranje na društvenim mrežama	Otkrijte mehanizam iza oglasa na društvenim mrežama i istražite najvažnije platforme.
2	Platforme za društvene oglase	Platforme društvenih mreža pružaju različite prilike za plaćeno reklamiranje. Otkrijte sve mogućnosti nekoliko različitih platformi, procijenite šta je bitno za vaš cilj i vašu publiku.
3	Uvod u Facebook i Instagram	Facebook je platforma koja posjeduje ogromnu publiku širom svijeta. Isprobajte ga sami tako što ćete kreirati sopstveni račun za reklamiranje i istražite ciljeve vaše kampanje.
4	Facebook i Instagram oglašavanje	Oglas treba doći do prikladne publike. U ovoj lekciji, fokusiranoj na Facebook i Instagram, naučite različite načine na koje možete ciljano doseći svoju publiku, gdje se vaši oglasi mogu prikazivati, te kako da odredite budžet i raspored bidding-a.
5	Upravljanje Facebook oglasima	Facebook oglasi zahtijevaju pažljivo planiranje. Naučite kako napraviti i prikazati oglase, napisati interesantan <i>tekst oglasa</i> , izabrati savršene slike, testirati različite oglase, i procijeniti uspjeh oglasa uz primjere.
6	Poslovi u reklamiranju na društvenim mrežama	Objasniti ćemo vam šta znači biti Social Media menadžer i kakve vještine poslodavci traže.

Treći projekat: Facebook kampanja

Kreirajte i upravljajte oglasnom kampanjom na facebooku i Instagramu za proizvod vaše vlastite firme, ako ste već u poduzetničkim vodama, firma u kojoj radite, firma u kojoj se želite zaposliti, čak i izmišljene firme ili vaše poduzetničke ideje o kojoj maštate! Testirajte i optimizirajte vašu kampanju dok još traje na facebooku kako bi dobili što viši ROI.

Predmet 5 : Optimizacija pretraživača (SEO)

Internet pretraživači su bitan dio online svijeta. Naučite kako optimizirati vašu prisutnost na pretraživačima kroz on-site i off-site aktivnosti, izgradite listu ciljanih ključnih riječi, usavršite korisničko iskustvo i dizajn na vašoj web stranici, te sprovedite kampanju strategijom linkovanja.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Razumijevanje internet pretraživača	Kako bi ostvarili uspješnu SEO strategiju, morate znati kako funkcionišu pretraživači. U ovoj lekciji, naučite osnove pretraživača.
2	Ključne riječi	SEO se mora uskladiti sa ključnim riječima koje su bitne vašim kupcima. U ovoj lekciji, naučite šta su ključne riječi, koje izabrati za vaše ciljeve i kako ih identifikovati istraživanjem.
3	On-site SEO: Optimizacija UX-a i dizajna	Naučite kako optimizirati korisničko iskustvo (UX) i dizajn vaše stranice, što će pomoći pretraživačima da vas identifikuju i vaše ključne riječi povežu sa sadržajem.
4	Off-site SEO: linkovanje web-stranice	Linkovi usmjereni vašem sadržaju su ključni u određivanju vašeg statusa na pretraživačima. Kreirajte strategiju linkovanja web-stranice kako bi poboljšali poziciju i relevantnost vaše stranice.
5	SEO pregled i budućnost SEO-a	SEO je konstantan zadatak. Važno je često vršiti pregled stranice kako bi osigurali veću vidljivost na pretraživačima. Upoznajte alate koji će vam pomoći da izvršite sadržajni i tehnički SEO pregled.
6	Poslovi u SEO-u	Objasnićemo vam šta znači biti SEO marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Četvrti projekat: Izvršite SEO pregled

U ovom projektu, izvršite pregled web-stranice vaše kompanije i predložite načine na koji možete poboljšati poziciju stranice u pregledima internet pretraživača. Predložite ciljane ključne riječi i procijenite dizajn UX stranice i načine na koje se stranica može poboljšati.

Predmet 6: Google Oglašavanje (SEM)

Poboljšanje vidljivosti u rezultatima pretraživača je osnovni dio digitalnog marketinga. Olakšajte kupcima da vas nađu online sa Pretraživačkim Marketingom (SEM), koji je efikasna taktika za ostvarenje marketinških ciljeva. U ovom predmetu, naučite kako kreirati, provesti, i optimizirati efikasnu kampanju koristeći Google Ads.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Google Ads i odabir ključnih riječi	Istražite organizaciju Google- Ads-a i planirajte kampanju koristeći Google Ads istraživanjem ključnih riječi.
2	Kreiranje tekstualnih oglasa	Tekstualni oglasi u internet pretraživaču Google su jedna vrsta oglasa. U ovoj lekciji, naučite napisati interesantan tekstualni oglas, uskladite vaš oglas sa ciljanim ključnim riječima, i optimizirajte odredišnu stranicu kako bi zagarontovali uspjeh marketinške kampanje.
3	CPC ponude	Naučite kako mijenjati Google Ads cijene, Google formulu za mjesto oglasa, i planirajte vaš Ads troškove tako što ćete kalkulisati maksimalni trošak po kliku (CPC).
4	Navigacija Google Ads-a	<i>Google Ads</i> je najveća platforma marketinga internetskih pretraživača. U ovoj lekciji naučite kako je koristiti i kako sprovesti marketing kampanju ove vrste marketinga.
5	SEM mjerjenje i optimizacija	Mjerenje, posmatranje, i optimizacija pretraživačke marketing kampanje je ključna za uspješan povrat na uložena sredstva (ROI). Otkrijte kako mjeriti i posmatrati učinak vaše kampanje.
6	Poslovi u SEM-u	Objasniti ćemo vam šta znači biti SEM marketar i kakve vještine poslodavci traže. .

Peti projekt: Sprovedite Google Ads kampanju

U ovom projektu, napravićete, sprovesti, i posmatrati marketing kampanju na internet pretraživaču pomoću *Google Ads* platforme za proizvod vaše kompanije. Dok je kampanja u toku, testiraćete, posmatrati, i optimizirati rezultate za najbolji moguć ROI.

Predmet 7: Google Display oglasi

Display oglasi, ili oglasi putem banera, su prva vrsta oglašavanja na internetu. Još uvijek su efektivna alternativa, ojačana novim platformama kao što su mobilni uređaji, video platforme, i ciljani marketing. U ovom predmetu naučite šta su display oglasi, kako se kupuju i prodaju (uključujući i kontekst programskog zakupa), te kako pokrenuti display oglasnu kampanju pomoću Google Ads-a.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Kako funkcionišu display oglasi?	Od svog početka display oglasi su se znatno promjenili. Naučite o ovoj oblasti koja se stalno mijenja, prilikama koje pruža, te kako funkcionišu serveri za display oglase.
2	Ciljni display oglasi	Ciljni oglasi su ključni za uspjeh online display oglašavanja. U ovoj lekciji, naučite o različitim opcijama koje se mogu koristiti za oglase, kao što su demografija i ponašanje.
3	Prodajni modeli	Otkrijte kako programski marketing funkcioniše.
4	Display oglasi putem Google Ads-a	Google Ads je jaka platforma za display oglase. U ovoj lekciji naučite kako sastaviti, testirati, i posmatrati ciljanu display oglasnu kampanju koristeći Google Ads. .
5	Video Oglasi	Video platforme su jedna od najbrže rastućih za kupce, kao i za marketare. Istražite različite vrste video oglasa i naučite kako svoj video oglas napraviti efektivnim.
6	Poslovi u display marketingu	Objasniti ćemo vam šta znači biti marketar display oglašavanja i kakve vještine poslodavci traže.

Šesti projekat: Evaluacija display oglasne kampanje

U ovom projektu provjeriti ćete rezultate display oglasne kampanje i napraviti prezentaciju rezultata za menadžment. Vaš sažetak će sadržati strategiju ciljanja, korištene materijale, rezultate kampanje, kao i preporuke poboljšanja kampanje.

Predmet 8: Email Marketing

Email je efikasan marketinški kanal, posebno za faze lopovnog ciklusa kao što je konverzija. U ovom predmetu, naučite kako napraviti marketinšku strategiju putem emaila, sprovedite kampanje i izmjerite rezultate.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Email Lista	Naučite kako napraviti listu pretplatnika i razmislite o opciji dvostrukе saglasnosti.
2	Napravite efikasnu email kampanju	Neotvoreni emailovi su propuštena prilika. U ovoj lekciji, naučite kako napisati naslov, sadržaj i efikasan tekst email-a.
3	Napravite email plan	Email plan je neophodan za uspješnu marketinšku strategiju. Naučite kako napraviti email kalendar i kako planirati različite email kampanje, kao što su transakcijski emailovi i „kap po kap“ kampanje.
4	Izmjerite rezultate	Email marketing nikad nije završen. U ovoj lekciji, naučite kako analizirati rezultate vaše email kampanje, kako koristiti A/B testiranje da poboljšate vaš sadržaj, te kako koristiti segmentaciju u svrhu poboljšanja ciljanih oglasa.
5	Poslovi u email marketingu	Objasniti će vam šta znači biti email marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Sedmi Projekat: Email marketing

U ovom projektu, planiraćete i pripremiti email marketinšku kampanju za proizvod vaše kompanije. Napisaćete email i evaluirati ishod email kampanje.

Predmet 9: Mjerenje i optimizacija - Google Analitika

Mogućnost mjerenja čini digitalni marketing posebnim. Činjenica je da se sve online može pratiti, uključujući učinke vašeg digitalnog marketinga i rezultati reklama. U ovom predmetu naučite kako koristiti Google analitiku kako bi evaluirali svoju publiku, izmjerili uspjeh akvizicije, angažovanost, te konverziju kupaca. Iskoristite te informacije kako biste planirali vaš marketinški budžet.

Lekcija	Naslov	Opis
1	Orijentacija u Google analitici	Google analitika izgleda više komplikovano nego što ustvari jeste. U ovoj lekciji, naučite različite dijelove i načine mjerenja, te koje se definicije koriste na toj platformi.
2	Ko je vaša publika	Google analitika ima mnogo da kaže o vašoj publici. U ovoj lekciji, naučite kako evaluirati vašu publiku – ko su oni ustvari i kako ih doseći.
3	Procjena akvizicije	U ovoj lekciji, naučite kako vas nalaze vaši kupci i kako su oni izvor vašeg prometa.
4	Razumijevanje ponašanja	Google analitika prati kako se kupci ponašaju kada su na vašoj stranici. Pogledajte kako se različiti ljudi ponašaju dok se nalaze na vašoj stranici, koji sadržaj ih privlači, koliko su angažovani, i sve što spada u njihovo iskustvo na vašoj stranici.
5	Evaluacija konverzije	Otkrijte kako postaviti ciljeve konverzije u Google analitici, procijenite vaš uspjeh u konverziji kupca, i identificirajte prepreke koje sprječavaju konverziju na vašoj stranici i odredišnoj stranici za različite izvore.
6	Optimizacija budžeta kampanje	Sve marketinške djelatnosti se mogu pratiti. U ovoj lekciji naučite kako evaluirati rezultate različitih kampanja koristeći Google analitiku te kako poređiti te rezultate sa drugim platformama kako bi optimizirali budžet.
7	Poslovi u marketingu analitike	Objasniti ćemo vam šta znači biti analitički marketar i kakve vještine poslodavci traže.

Osmi projekat: portfolio

U ovom projektu, rezimiraćete različite marketinške kampanje koje ste sproveli i uči malo dublje u analizu rezultata. Ocijenite ROI vaših kampanja, uporedite rezultate sa rezultatima drugih platformi, preporučite promjene za buduće marketinške kampanje i alokacije budžeta.

“Obraditi sve ove oblasti znači postati najtraženija osoba u polju digitalnog marketinga u bilo kojoj zemlji u svijetu”

— MERSID POTURAK, REKTOR INTERNACIONALNOG BURČ UNIVERZITETA

Dodatak 01 – Osnove digitalnog marketinga

- Lekcija 01 - Dobrodošli u Digitala program digitalnog marketinga
 - Pregled Nanodegree programa
 - Upoznajte svoje instruktore
 - Uvod u Slack
 - Kako koristiti Slack
- Lekcija 02 - Osnove digitalnog marketinga
- Lekcija 03 - Šta? Definišite svoje poslovanje
 - Uvod
 - Šta je marketing plan
 - Počnite sa jasnom vrijednošću koje vaše poslovanje nudi
 - Biznis modeli
 - Životni ciklus poslovanja
 - Rezime
- Lekcija 04 - Ko i kada? Definišite svoje kupce
 - Uvod
 - Planirajte svoju publiku
 - Kreirajte mape empatije
 - Targetirajte svoju personu
 - Kupovno putovanje vašeg kupca
 - Rezime
- Lekcija 05 - Gdje? Kanali digitalnog marketinga
 - Uvod
 - Mapa digitalnog marketinga
 - Plaćeni, posjedovani i zadobijeni kanali promocije
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 06 - Zašto? Marketing ciljevi i KPI (ključni indikatori performansi)
 - Uvod
 - Ciljevi digitalnog marketinga
 - KPI
 - Metrika I KPI
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 07 - Završni projekat

Dodatak 02 - Content Marketing

- Lekcija 01 - Planirajte Content strategiju
 - Uvod
 - Content marketing strategija
 - Content proces
 - Targetirajte personu sa content-om
 - Content tema
 - “Heroj”, “hub” i “higijena” content
 - Rezime
- Lekcija 02 - Kreirajte Content/Sadržaj
 - Uvod
 - Elementi Content-a
 - Story telling/ Priča
 - Prilagodite content
 - Rezime
- Lekcija 03 - Distribuirajte i promovišite content
 - Distribuirajte content
 - Promovišite content
 - Content trendovi
 - Budućnost content-a
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 04 - Optimizirajte Website, UX & Landing Pages
 - Websajti
 - Landing Pages
 - Testiranje Lading pages
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 05 - Izmjerite uticaj
 - Uvod
 - Skraćeni URL
 - Analitika
 - Metrika
 - Studija slučaja
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 06 - Zaposlenje u Content Marketing-u

Dodatak 03 – Social Media Marketing

- Lekcija 01 - Osnove marketinga na socijalnim medijima
 - Uvod
 - Zašto su važni socijalni mediji?
 - Šta su socijalni mediji?
 - Okvir socijalnih medija
 - Odaberite svoj kanal socijalnih medija
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 02 - Kanali socijalnih medija
 - Uvod
 - Facebook marketing
 - Instagram marketing
 - Twitter marketing
 - YouTube marketing
 - Snapchat marketing
 - Rezime
- Lekcija 03 - Social media content
 - Uvod
 - Format content-a
 - Hub model
 - Šta prolazi
 - Facebook content
 - Instagram content
 - Twitter content
 - YouTube content
 - Snapchat content
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 04 - Implementacija i kontrolisanje kampanje
 - Upotreba aplikacije Hootsuite
 - Hootsuite analitika
 - Praćenje publike
 - Usluge kroz socijalne kanale
 - Test
 - Rezime

- Lekcija 05 - Mjerite uticaj
 - Uvod
 - Osnove mjerenja
 - Troškovi socijalnih medija
 - Izračunajte „viralnost“
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 06 - Plasirajte svoj content
 - Projekat
- Lekcija 07 - Zaposlenje kao Social Media menadžer

Dodatak 04 – Reklamiranje na socijalnim medijima

- Lekcija 01 – Uvod u reklamiranje na socijalnim medijima
 - Osnovni ciljevi oglasa na socijalnim medijima
 - Osnove targetiranja
 - Detaljno targetiranje
 - Kreiranje osnovnih oglasa
 - Optimizacija oglasa
 - Rezime
- Lekcija 02 – Odaberite pravu platformu za svoje poslovanje
 - Uvod
 - O Facebook-u
 - O Instagram-u
 - O Twitter-u
 - O Pinterest-u
 - O Snapchat-u
 - O LinkedIn-u
 - Rezime
- Lekcija 03 – Osnove Facebook oglašavanja
 - Uvod
 - Osnovni Facebook oglasi

- Facebook Ads Manager
- Kreirajte i instalirajte Facebook Pixel
- Test
- Rezime

- Lekcija 04 – Kreirajte grupe oglasa
 - Uvod
 - Odabir formata oglasa
 - Preporuke u vezi sa slikama
 - Preporuke pri izradi sadržaja oglasa
 - Postavljanje sadržaja oglasa
 - Više oglasa u okviru jedne grupe oglasa
 - Praćenje performansi oglasa
 - A/B testovi
 - Rezime

- Lekcija 06 – Kreirajte Facebook kampanju
 - Projekat

- Lekcija 07 – Vodite Facebook kampanju
 - Projekat

- Lekcija 08 – Zaposlenje kao social media advertiser

Dodatak 5 - Optimizacija pretraživača (SEO)

- Lekcija 01 - Kako pretraživač radi
 - Privucite posetioce pomoću SEO-a
 - SEO i putovanje vašeg kupca
 - SEO rezultati
 - Kako pretraživač radi
 - Pročitajte, indeksirajte, preuzmite
 - Test
 - Rezime

- Lekcija 02 - Ključne riječi
 - Uvod
 - Content strategija i istraživanje ključnih riječi

- Head & Long tail ključne riječi
 - Test
 - Brendirane i ne brendirane ključne riječi
 - Korak 1: Otkrijte ključne riječi
 - Korak 2: Ocijenite i fokusirajte popis ključnih riječi
 - Istraživanje ključnih riječi u SEO
 - Test
 - Rezime
-
- Lekcija 03 - Tags i struktura stranice
 - Uvod
 - Nađite vaš kod
 - Meta, naslovi i tagovi
 - Alt oznake: Slike, Video, Flash
 - Test
 - Struktura URL-a i najbolje prakse
 - Test
 - Kreirajte strukturu i olakšajte navigaciju na vašoj stranici
 - Stranice za optimizaciju
 - Rezime
-
- Lekcija 04 - Izgradnja linka
 - Uvod
 - Razumijevanje linkova i anchor teksta
 - Test
 - Kako pretraživač koristi linkove
 - Neuralna i manualna izgradnja linkova
 - Evaluacija vašeg sajta
 - Započnite kampanju za izgradnju linkova
 - Betabrand Link-Building primjer
 - Test
 - Rezime
-
- Lekcija 05 - SEO audit i buducnost SEO-a
 - Uvod
 - SEO Audit: Sadržaj
 - SEO Audit: Tehnički
 - SEO Audit: Spisak stranica
 - SEO manipulacije i kazne
 - Google unapređivanje SEO-a
 - Rezime

- Lekcija 06 - Conduct an SEO audit
 - Započnite
 - Alati za reviziju na stranici
 - Alati za reviziju van stranice
 - Alati za performanse web stranice
 - Projekt 1
 - Projekt 2
- Lekcija 07 - Pokrenite AdWords kampanju (1. dio)
 - Započnite
 - Opcija 1
 - Opcija 2
 - Izrade kampanje opcija 1
 - Izrade kampanje opcija 2
 - Kreirajte svoj oglas opcija 1
 - Kreirajte svoj oglas opcija 2
 - Praćenje konverzija opcija 2
 - Mjesečni top 10
- Lekcija 08 - Pokretanje AdWords kampanje (2. dio)
 - Započnite opcija 1
 - Započnite opcija 2
 - Rezultati kampanje

Dodatak 6 - Google Oglašavanje (SEM)

- Lekcija 01 - Uvod u SEM
 - Uvod
 - Šta je SEM
 - Ciljevi i namjere korisnika
 - AdWords struktura kampanje
 - Perspektiva korisnika
 - Rezime
- Lekcija 02 - Ključne riječi
 - Uvod
 - Razvijte listu ključnih reči

- Test
 - Google trends
 - Kreirajte svoj AdWords račun
 - Google Planner za ključne riječi
 - Ključne riječi Long Tail
 - Uklapanje Ključnih riječi
 - Test
 - Rezime
-
- Lekcija 03 - Tekstualni oglasi
 - Uvod
 - Elementi tekstualnog oglasa
 - Prošireni oglasi, 1. dio
 - Prošireni oglasi, 2. dio
 - Najbolje prakse za tekstualne oglase
 - Uobičajene greške u tekstualnom oglasu
 - Tekst
 - Rezime
-
- Lekcija 04 - Rank oglasa i maksimalna CPC ponuda
 - Uvod
 - Kvalitet i relevantnost oglasa
 - Ocjena kvaliteta i rang oglasa
 - Pronalaženje vaše maksimalne CPC ponude - primjeri
 - Pronalaženje vaše maksimalne CPC ponude - primjeri
 - Rezime
-
- Lekcija 05 - Navigacija kroz AdWords
 - Uvod
 - Testna kampanja
 - Prijavite se u AdWords-u
 - Postavljanje AdWords kampanje, 1. dio
 - Postavljanje AdWords kampanje, 2. dio
 - Prijavljanje AdWords nadzornoj ploči
 - Praćenje konverzije, Part 1
 - Praćenje konverzije, Part 2
 - Test
 - Rezime
-
- Lekcija 06 - Metrike i optimizacija
 - Uvod

- Metrike i evaluacija kampanje 1. dio
- Metrike i evaluacija kampanje 2. dio
- Keyword Evaluation and Optimization
- A / B Testirajte svoje tekstualne oglase
- Tekst
- Case Study
- Rezime

Dodatak 07 - Google Display oglasi

- Lekcija 01 - Kako Display oglasi rade
 - Uvod
 - Content i reklamne usluge
 - Podaci i Display oglasi
 - Kolačići prve i treće strane
 - Test
 - Ne vole svi kolačiće
 - Podaci u telefonu
 - Podaci i Display oglasi 2. dio
 - Rezime
- Lekcija 02 - Display oglasi i targetiranje
 - Uvod
 - Istorija Display oglašavanja
 - Evolucija Display oglašavanja
 - Test
 - Display oglasi i putovanje kupaca
 - Format Display oglasa
 - Direktan odgovor vs. Oglašavanje brenda
 - Metrike za Display oglašavanje
 - Test
 - Modeli određivanja cijena za Display oglašavanje
 - Test
 - Doseg i učestalost
 - Targeting oglasi
 - Display oglasi i telefon
 - Rezime
- Lekcija 03 - Modeli prodaje za Display oglase
 - Uvod

- Promenljivi prodajni model
 - Različiti modeli oglašavanja za prikaz
 - Programsko oglašavanje
 - Pokrenite kampanju za prikazivanje oglasa
 - Rezime
-
- Lekcija 04 - Video reklamiranje
 - Uvod
 - Važnost video oglašavanja
 - Online video oglasi: vrste i formati
 - Platforme za video oglašavanje
 - Savjeti za efikasno online video oglašavanje
 - Video kampanje u Adwords-u
 - Video formati u Adwords
 - Pokretanje kampanje za videooglase na Adwords-u
 - Izmjerite i optimizirajte svoju kampanju za video oglašavanje
 - Rezime
-
- Lekcija 05 - Evaluacija Dispaly kampanje
 - Započnite
 - Pretpostavke za Display oglas
 - Rezultati Dispaly oglasa
-
- Lekcija 06 - Projekat

Dodatak 8 - Email Marketing

- Lekcija 01 - Kreiranje email liste
 - Uvod
 - Preplatnici
 - Zašto kontakt forme
 - Primjeri kontaktnih formi
 - Forma za kontakt najbolje prakse
 - Test
 - Dizajn forme za kontakt
 - Proces prijavljivanja
 - Test
 - Neželjena pošta
 - CAN-SPAM

- Test
 - MailChimp
 - Kreirajte MailChimp račun
 - Dizajnirajte kontakt formu u MailChimp-u
 - Izgradite formu
 - Podijelite formu
 - Rezime
-
- Lekcija 02 - Napravite efektivnu email kampanju
 - Uvod
 - Velika slika
 - EarthCar
 - Efektivni email
 - Predmet
 - EarthCar: Predmetna linija
 - Pre-headers
 - Razrada emaila
 - Elementi emaila
 - Kako napisati kopiju putem emaila
 - CleanCar CTA
 - Vizuelna žalba
 - EarthCar: Kopiraj putem emaila
 - Kreirajte svoj email u MailChimp-u
 - Kreirajte svoj email u MailChimpu 2. dio
 - Spajanje oznaka
 - Kreirajte email
 - Rezime
-
- Lekcija 03 - Kreiranje email plana
 - Uvod
 - Strategija kampanje putem emaila
 - Strategija angažmana
 - Izraditi raspored kalendara putem emaila
 - Email Workflows
 - Napredne karakteristike emaila: Automatizacija emaila
 - Transakcijski email
 - Integracija eKomerca
 - Mailchimp o integraciji alata
 - Povezivanje Mailchimpa i Facebooka
 - Rezime
-
- Lekcija 04 - Mjerenje rezultata

- Uvod
 - Metrike
 - Odskakivanja
 - Test
 - Ključne metrike: Otvorite, kliknite i stope konverzije
 - Napomena o cijenama klikova
 - Praćenje Konverzija
 - Ostale metrike
 - Prolazak kroz izvještaj MailChimp-a
 - Izvještaji MailChimp-a
 - Testiranje e-pošte A / B
 - A / B testiranje
 - Najbolje prakse za A / B testiranje
 - Test
 - Segmentiranje emaila
 - Segmentiranje zatraženih podataka
 - Segmentiranje
 - Rezime
-
- Lekcija 05 - Email
 - Započnite
 - Izrada vaše liste emaila
 - Priprema vaše kampanje: Primatelji
 - Priprema kampanje: Postavljanje, obrazac, dizajn

 - Lekcija 06 - Projekat

Dodatak 9 - Mjerenje i optimizacija - Google Analitika

- Lekcija 01 - Osnovna orientacija u Google Analytics
 - Uvod
 - Pristupite Google Analytics
 - Šta je potrebno za upotrebu Google Analitike
 - Kako implementirati Google Analytics na web lokaciju ili aplikaciju
 - Osnovni principi u Google Analytics-u
 - Orientacija u Google Analytics
 - Test
 - Segmenti u Google Analytics-u
 - Segmenti u priručniku Google Analytics
 - Test

- Zaključak i ono što slijedi
- Lekcija 02 - Shvatite svoju publiku
 - Uvod
 - Pregled vaše publike
 - Istraživanje demografije publike
 - Istraživanje demografije publike II
 - Istraživanje interesa vaše publike
 - Istraživanje interesa vaše publike II
 - Test
 - Istraživanje geografije i jezika vaše publike
 - Istraživanje ponašanja vaše publike
 - Istraživanje tehnologije i publike
 - Test
 - Protok korisnika
 - Test
 - Rezime
- Lekcija 03 - Akvizicija
 - Uvod
 - Pregled akvizicije u Google Analytics-u
 - Definicije korištene u izvještajima o akvizicijama
 - Akvizicija putem kanala - društvene mreže
 - Test
 - Akvizicija putem kanala - Organska pretraga
 - Akvizicija putem kanala - Plaćena pretraga
 - Akvizicija putem kanala - Direktno
 - Direktni trend saobraćaja
 - Akvizicija putem kanala - preporuka
 - Ostali izvori akvizicije: email, podružnice i prikaz
 - Još nekoliko stvari koje treba razmotriti
 - Rezime
- Lekcija 04 - Shvatiti ponašanje
 - Uvod
 - Definicije metrike
 - Proučavanje ponašanja - pregled
 - Koji je sadržaj popularan i / ili privlačan
 - Test
 - Koje su glavne odredišne stranice i koliko su zanimljive
 - Stopa napuštanja početne stranice
 - Početna stranica i kanali za akviziciju

- Brza napomena o izlascima
 - Proučavanje ponašanja - Pre / Post slučaji
 - Izvještaj o ponašanju
 - Još nekoliko načina za proučavanje ponašanja
 - Rezime
-
- Lekcija 05 - Ocijenite konverziju
 - Uvod
 - Definicije
 - Razumijevanje ciljeva
 - Vrste ciljeva
 - Postavljanje ciljeva
 - Test
 - Izvještavanje o konverziji ciljeva
 - Izvještaji o vizualizaciji toka cilja
 - Test
 - Tok cilja
 - Izvještaji o ponašanju u kupovini i na checkout
 - Izvještaji o učinku proizvoda i prodaje
 - Test
 - Izvještaji o konverziji s više kanala I
 - Izvještaji o konverziji s više kanala II
 - Višekanalni tokovi
 - Rezime