



Digitálny Marketing

Cvičenia



IT ACADEMY

Obsah

TERMINOLÓGIA, POJMY A SKRATKY.....	2
ONLINE A OFFLINE REKLAMA	3
ČO JE MOJOU KONVERZIOU?	4
FINANCIE A KÚPONY NA KAMPANE.....	5
AKO ĽUDIA VYHĽADÁVAJÚ?	6
MODEL 5W+1/2H.....	8
KTO JE TVOJ IDEÁLNY ZÁKAZNÍK?	9
CHYBY V KAMPANIACH	10
SOCIÁLNE SIETE	11

Terminológia, pojmy a skratky

1. **SEO** -
2. **SEM/SM** -
3. **PPC** -
4. **ROI** -
5. **ROAS** -
6. **CZK/CPC** -
7. **CZA/CPA** -
8. **CTZ/CTM** -
9. **KPI/KVI** -

? Otázky na zamyslenie

1. Čo znamená skratka SEO?
2. Dá sa optimalizácia optimalizovať?
3. Vieš aký je rozdiel medzi SEO a SEM?
4. Existuje ideálny ROAS? Aký by mal byť ideálny ROAS, ak existuje?
5. Mám používať na výpočet úspešnosti kampaní ROI alebo ROAS alebo obidve?

Online a offline reklama

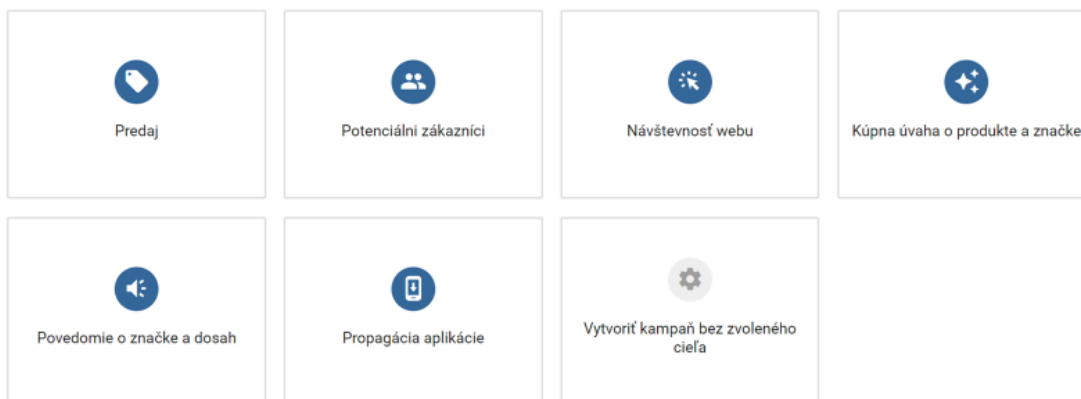
Online	Offline/Outdoor
.	.
.	.
.	.
.	.

Čo je drahšie?

? Otázky na zamyslenie

1. Kedy sa hodí online a kedy offline reklama?
2. Aká je minimálna cena offline reklamy/billboardu?
3. Aká je minimálna cena online reklamy/PPC?
4. Koľkokrát je v priemere potrebné vidieť billboard, aby sa ti vryl do pamäti?

Čo je mojou konverziou?



Zvyšovanie predajov

Zvyšovanie predajov na internete, v aplikácii, telefonicky alebo v obchode

Cieľ **Predaj** odporúča nastavenia a funkcie, ktoré vám pomôžu osloviť zákazníkov pripravených konať

- Rozhodujte pomocou rozšírení o tom, ako budú ľudia vykonávať interakcie s vašou firmou
- Získajte kliknutia, v prípade ktorých je pravdepodobnejšie, že povedú k predaju
- Oslovujte používateľov počas prehliadania webov, videí a aplikácií v partnerskom vzťahu s Googlom

Potenciálni zákazníci

Motivujte zákazníkov k vykonaniu krokov a získajte tak potenciálnych zákazníkov a iné konverzie

Cieľ **Potenciálni zákazníci** odporúča nastavenia a funkcie, ktoré vám pomôžu prilákať ľudí do vašej firmy

- Zvýšte svoju základňu potenciálnych zákazníkov vďaka zacieleniu na publikum
- Rozhodujte pomocou rozšírení o tom, ako budú ľudia vykonávať interakcie s vašou firmou
- Rozšírte svoj dosah tak, že budete používateľom zobrazovať reklamy počas prehliadania webov, videí a aplikácií, ktoré sú partnermi Googlu

Návštevnosť webu

Zabezpečte, aby váš web navštevovali správni ľudia

Cieľ **Návštevnosť webu** odporúča nastavenia a funkcie, ktoré vám pomôžu priviesť relevantných zákazníkov na váš web

- Zvýšte návštevy svojho webu pomocou stratégie ponúkajúcej ceny prispôsobenej pre vašu kampan'
- Oslovujte nových zákazníkov pomocou relevantných dynamicky generovaných nadpisov reklám
- Rozhodujte pomocou rozšírení o tom, ako budú ľudia vykonávať interakcie s vašou firmou

Bez cieľa

Moje konverzie sú:

Prečo:

Financie a kupóny na kampane

Použi kupón na prvú kampaň

120

€

kredit na
inzerciu v
službe
AdWords

Získajte bonusový kredit 120 € na inzerciu v službe
AdWords po preinzerovaní 120 €.* Použite kód
kupónu: **DFUQW-YGXEC-6MQC**

PRIHLÁSIŤ SA



Čo tak 90/120 € navyše ku kampani?

Použil si kupón na kampaň: Áno/Nie

Vieš, aký bude rozpočet na kampane:

Aký kupón si použil? 75 - 90 - 120 - 350 Eur

Tip: Overíš Fakturáciách a platbách.

Zoznam kupónov:

1. CLTRJ-WEXGV-JGK3
2. 7JK6A-QXE6D-7M4V
3. AJRR9-GYV46-MCDD
4. 7RHJQ-P6NL4-3MEE
5. CXFJY-UUR4T-3VHN

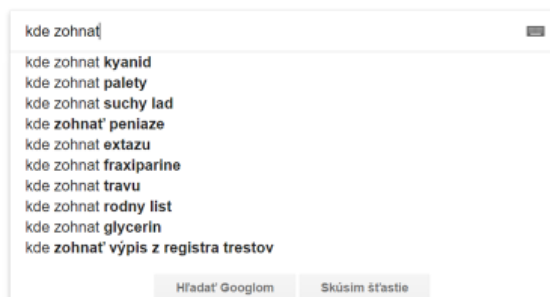
Google Ads tipy a kupón:

- https://ads.google.com/intl/sk_sk/start/

Ako ľudia vyhľadávajú?

Ako vyhľadávame?

- Malovanie izieb
- LCD televízor
- Prenájom bytu
- Malovanie detskej izby
- LCD televízor Sony 100 cm
- Prenájom bytu 1+1
- Maliarstvo Šangala Bratislava
- Sony KDL-32BX320



Kto je tvoja cieľovka:

Aké kľúčové slová hľadajú ľudia v súvislosti s твоjím produktom/službou:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Sú tieto slová relevantné?

Tip: Google našepkávač, Google plánovač slov, Google trendy, Keywordtool.io, Ubersuggest, Keyword, Soovle

Model 5W+1/2H

Systém 5W	Odpovede
<ul style="list-style-type: none"> • who – kto • what – čo • when – kedy • where – kde • why – prečo 	<ul style="list-style-type: none"> • Kto bude produkt používať? • Čo to je za produkt? • Kde ho bude používať? • Kedy ho bude používať? • Prečo ho používať?



1. **Kto** bude produkt používať:
2. **Čo** to je za produkt:
3. **Kde** ho bude používať:
4. **Kedy** ho bude používať:
5. **Prečo** ho používať:
6. **Ako** ho bude používať:
7. **Koľko** bude stáť:

Kto je tvoj ideálny zákazník?

FULL NAME

AGE 1-100

OCCUPATION What they do for a living

STATUS Single, Married etc.

LOCATION Where they live/work


TIER Frequency of use

ARCHETYPE Character model

Trait

Trait

Trait



"Personal quotation."
(Capture the essence of why this person would have interest in your product/service.)

Motivations

Incentive

Fear

Achievement

Growth

Power

Social

Goals

- The goals this person hopes to achieve.
- Goal 2
- Goal 3

Frustrations

- The frustrations this person would like to avoid.
- Frustration 2
- Frustration 3

Bio

Describe this user; highlight the details of their personal and or professional lives that make them an ideal consumer of your product. What are their frustrations? What is holding them back from achieving their goals? What solutions are they seeking?

Personality

Extrovert Introvert

Sensing Intuition

Thinking Feeling

Judging Perceiving

Technology

IT & Internet




Software

Mobile Apps


Social Networks

Brands

What are this user's favorite and most used brands? You can download logos from www.brandsoftheworld.com and display them in this section.

Milan Inteligentný



"Milujem IT, technológia a všetko, čo k tomu patrí."

Vek: 20-28
Práca: programátor
Vzdelanie: vysokoškolské
Status: slobodný
Bydlisko: Bratislava

Osobnosť

Introvert Extrovert

Analytical Creative

Conservative Liberal

Passive Active

Ciele

- Stať sa špičkou v odbore
- Navštíviť Silicon valley
- Každý rok sa naučiť novú technológiu/jazyk

Frustrácie

- Chyby v kóde
- Pomalý internet
- Nezaujímavý projekt

Bio

IT a programovanie je pre mňa práca aj koníček. Sledujem významné firmy, osobnosti a blogy v IT. Každý večer pred spaním čítam odbornú literatúru. Vďaka tomu zvyku rýchlo napredujem a môj mozog si toho pomerne veľa zapamätá.

Moje heslo znie: vzdelávaním a tréningom k dokonalosti.

Motivácie

Incentive

Fear




Achievement


Growth

Power

Social

Značky



Preferované kanály

Stackoverflow

Online & Social Media

MSDN

Literatúra

Chyby v kampaniach

Zdravé granule pre psy - doktorkaromana.sk

Reklama www.doktorkaromana.sk/

Nekomerčné BIO krmivá pre psov. Doprava zdarma až k Vám domov.

Lacné dámske topánky - bfashion.com

Reklama sk.bfashion.com/damske-topanky

Najhľadanejšie topánky na Bfashion®. Letný výpredaj - využite ihneď!

Akčné ceny + Darček

Barevné Létu 2014

Nové - Bfashion®

Boty na Podpatku

ZlavaDna.sk

Reklama www.zlavadna.sk/

Preverené zľavy až do výšky 90%. Nakupujte na jednotke na trhu.

Zľavy pre vás až do 80 % - 20 nových ponúk každý deň - U nás si určite vyberiete

Stránku ZlavaDna.sk sleduje v službe Google+ 271 ľudí

Zľavy na všetky pobyty - Zľavy do Reštaurácií - Fotoknihy a Kalendáre

Kvalitná športová obuv

www.outletexpert.sk/obuv/

Ponúkame kvalitnú športovú obuv za rozumné ceny. Vyberte si!

Ženy, ktoré ti dajú

Reklama www.hledamlasku.cz/

Nebuď sexuálny bezdomovec. S týmito ženami zapomeneš i své rodné číslo.



Stránka 2

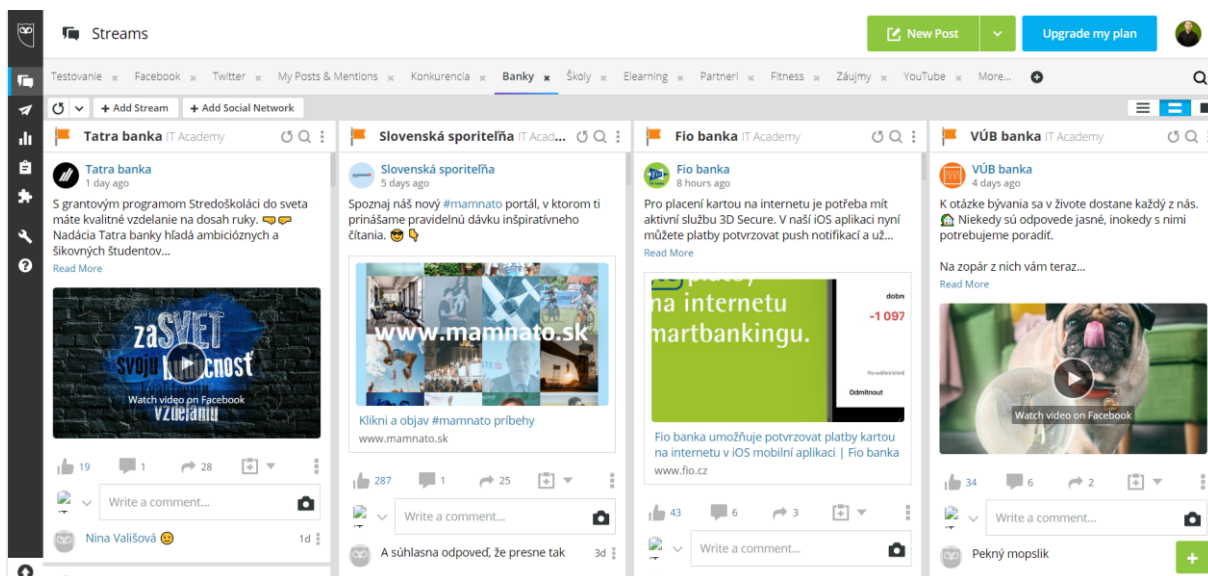


● **Ubud, Gianyar, Bali, Indonésie** - Z historie vyhledávání - Použít přesnou polohu
Další informace

? Otázky na zamyslenie

1. Aké sú najčastejšie chyby v kampaniach?
2. Ako sa dá chýbam vyhnúť?

Sociálne siete



? Otázky na zamyslenie

1. Akú sociálnu/profesionálnu sieť používaš? Prečo?
2. Aké nástroje používaš na tvorbu príspevkov, analýzu a vyhodnocovanie kampaní, automatizáciu, komunikáciu?
3. Akú stratégiu máš pri plánovaní a tvorbe príspevkov?
4. Ako komunikuješ s používateľmi sociálne siete? Aký máš tone of voice?