

Digital Marketing

Академия бизнеса EY
Кавказ и Центральная Азия

2 дня | 16 академических часов
12 CPD-единиц | 14 CPE-часов

Программа тренинга

День 1

Business Intelligence в цифровом маркетинге

- ▶ Как проводится Сбор и обработка данных в маркетинге
- ▶ Аналитика микро- и макросреды
- ▶ Омниканальный маркетинг и что это такое

Разработка стратегии маркетинга

- ▶ Фреймворк “Customer Journey Map” для улучшения клиентского опыта
- ▶ Способы внутреннего аудита маркетинга
- ▶ Вывод новых продуктов на рынок - как ставить маркетинговые цели исходя из стратегии компании
- ▶ Как определить окупаемость инвестиций в маркетинг - Return on Marketing Investment (ROMI)

Планирование кампании

- ▶ Управление маркетинговыми проектами
- ▶ Управление маркетинговой командой
- ▶ Технология создания креативов и сообщений
- ▶ Бюджетирование и выбор платформы
- ▶ Анализ успешности маркетинговых кампаний

День 2

Инструмент: генеративный ИИ (искусственный интеллект)

- ▶ Что такое генеративный ИИ и как с ним работать
- ▶ Стратегия митигации рисков внедрения ИИ в корпоративную среду
- ▶ Как использовать ChatGPT маркетологам: генерация визуализаций, промпт-инжиниринг, создание видео, автоматический перевод

Инструмент: поисковые машины

- ▶ Обзор инструмента Google Ads и настройки Google Analytics
- ▶ Оптимизация поиска против маркетинга в поисковых машинах
- ▶ Настройка кампаний в Google Ads

Инструмент: почтовый маркетинг

- ▶ MailerLite и аналогичные платформы массовой рассылки
- ▶ Как создавать рассылки в MailerLite
- ▶ Настройка и сегментирование клиентской базы

Инструмент: социальные сети

- ▶ Обзор инструмента и нововведений Meta Ads
- ▶ Настройка маркетинговых кампаний и тактика бюджетирования

Цели обучения

- ▶ Ориентироваться и определять ключевые особенности типов цифровых платформ
- ▶ Разрабатывать, оценивать и внедрять стратегии цифрового маркетинга в бизнес-стратегию организации
- ▶ Определять факторы успеха при разработке цифровых маркетинговых кампаний, веб-сайтов, мобильных приложений и e-store
- ▶ Освоить техники формирования правильных сообщений для правильной целевой аудитории
- ▶ Провести внутренний аудит маркетинга и найти бутылки для улучшения эффективности



Что вы получите в результате обучения

- ▶ Шаблон структуры маркетинговой структуры
- ▶ Чек-лист ключевых факторов определения целей кампании
- ▶ Шаблон портрета целевой аудитории (Target audience persona)
- ▶ Чек-лист параметров успешного таргетинга
- ▶ 50 идей для сторипостинга
- ▶ Материалы тренинга в электронном виде
- ▶ Профессиональные рекомендации от тренеров-экспертов
- ▶ Сертификат Академии бизнеса EY

Как проходит обучение

- ▶ Лекционный формат с выполнением практических заданий
- ▶ Участие в групповых заданиях, мозговых штурмах, голосованиях и др.
- ▶ Выполнение практических заданий под руководством преподавателя
- ▶ Разбор результатов заданий, пошаговый контроль выполнения заданий

Тренеры

Тренинг проводит команда бизнес-тренеров Академии бизнеса EY. Тренеры обладают богатым практическим опытом, а также международными квалификациями ACCA, ACCA DiplFR(Rus), CFA®, CIA®, CIMA®, DISC®, DiplPSAS, IPMA®, MBA, MBTI®, PMP® и др.

Запросить CV тренера и задать вопросы о тренинге: academy@kz.ey.com

Для кого этот тренинг

- ▶ Сотрудники, работающие в маркетинговом отделе организации
- ▶ Проектные менеджеры, управляющие маркетинговыми кампаниями
- ▶ Топ-менеджеры, заинтересованные в интегрировании цифровых платформ в бизнес

Форматы участия

Для участия необходим ноутбук

Открытый формат

Тренинг проводится по расписанию Академии бизнеса EY с 10:00 до 17:00 с перерывом на обед и двумя кофе-брейками.

Корпоративный формат

Программа может быть адаптирована и проведена специально для Вашей компании.

- ▶ Предварительный анализ потребностей в обучении, определение целей и задач
- ▶ Гибкий подход к выбору места, сроков и времени проведения тренингов
- ▶ Адаптация тренинга с учетом отраслевой специфики
- ▶ Отчет о результатах обучения по запросу клиента



EY

Building a better
working world