



Profesní a odborná školení

MARKETING

Marketing CIMA-A
Marketing CIMA-B
Základy marketingu
Strategická analýza
Product Manager a jeho marketingová odbornost
Zásady tvorby reklamních tiskovin a inzerce
Internetový marketing – přehledně a prakticky
Píšeme texty pro web – srozumitelně, atraktivně a dle SEO
Sociální sítě ve firemní komunikaci – prakticky
Marketing na Facebooku v příkladech
Komunikace se zákazníky na Facebooku – problémy a krize prakticky

www.gradua.cz

Marketing CIMA-A

Úvod

Tento kurz je základním stupněm systému certifikovaného marketingového vzdělávání CIMA. Představuje komplexní vzdělávací program, který odráží dlouhodobé zkušenosti naší i zahraničních ekonomik, nejnovější poznatky a aktuální trendy v oblasti marketingu. Díky němu získáte v tomto oboru ucelené teoretické znalosti i praktické dovednosti jak využívat hlavní metodické postupy a marketingové nástroje. Absolventi kurzu „Marketing CIMA-A“ mají možnost složit certifikační zkoušku u Českého institutu pro marketing a získat tak mezinárodně uznávaný diplom CIMA-A, který platí ve všech státech EU.

Cíle

- Uplatnit komplexní znalosti nutné pro profesionální marketingové chování.
- Rozvinout své dovednosti ve využívání moderních nástrojů a technik marketingového rozhodování.
- V mnoha případových studiích a cvičeních uplatňovat tvořivost a praktickou aplikaci marketingových rozhodnutí.

Obsah

- Úvod do marketingu
- Základy marketingového řízení a plánování
- Analýza makroprostředí
- Analýza trhu
- Analýza průmyslového trhu
- Analýza chování zákazníka, nákupní rozhodování
- Segmentace a umisťování
- Analýza konkurence
- Interní analýza
- Náklady a kalkulace
- Základy finanční analýzy
- Marketingové strategie
- Produktová a sortimentní politika
- Cenová politika, řízení cen
- Distribuční politika
- Marketing obchodu a služeb, CRM
- Integrovaná komunikace
- Reklama
- Prodejní politika
- Marketingová komunikace v on-line prostředí
- Marketingový výzkum, aplikace marketingového výzkumu
- Závěrečná případová studie

Pozn.: Pro všechny absolventy kurzu „Marketing CIMA-A“ nabízíme jednodenní seminář „Příprava ke zkoušce CIMA-A“. V programu je zahrnuto stručné opakování vybraných témat kurzu, simulace zkoušky a konzultace s lektorem. Termín jednodenního semináře bude domluven v průběhu kurzu „Marketing CIMA-A“ dle zájmu a potřeby absolventů kurzu.

Cena: 1 800 Kč (bez DPH), 2 178 Kč (včetně 21 % DPH)

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, cvičení, případové studie.

Určeno

Pracovníkům marketingu, odborným a řídicím pracovníkům průmyslových podniků, obchodních organizací a soukromým podnikatelům. Všem, kteří potřebují získat komplexní obraz o marketingovém přístupu k podnikání. Zkušenost v oboru není k úspěšnému absolvování nutná.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–17.00 hod.

Termín

22.–23. 2. + 15.–16. 3. + 5.–6. 4. + 26.–27. 4. + 17.–18. 5. + 7.–8. 6. 2017
24.–25. 3. + 7.–8. 4. + 21.–22. 4. + 12.–13. 5. + 26.–27. 5. + 9.–10. 6. 2017
1.–3. 8. + 8.–10. 8. + 15.–17. 8. + 22.–24. 8. 2017
19.–21. 10. + 2.–4. 11. + 23.–25. 11. + 7.–9. 12. 2017

Místo

Praha
Praha
Praha
Praha

Variabilní symbol

170801
170802
170803
170804

Cena a rozsah

28 000 Kč (bez DPH), 33 880 Kč (včetně 21 % DPH)

V ceně je zahrnut poplatek za zkoušku u Českého institutu pro marketing.
12 dnů

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Marketing CIMA-B

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Marketing CIMA-B

Úvod

Tato koncepce kurzu navazuje na program CIMA-A a je druhým stupněm marketingového certifikovaného vzdělávání. Kurz je připraven ve spolupráci s Českým institutem pro marketing (CIMA) a je v mnohem větším rozsahu zaměřen na praktické řešení případových studií s vazbou na strategické aspekty marketingové práce. Absolventi kurzu „Marketing CIMA-B“ mají možnost složit certifikační zkoušku u Českého institutu pro marketing a získat tak diplom CIMA-B, který je uznáván ve všech státech EU.

Cíle

- Prohloubit si praktické znalosti a dovednosti potřebné pro výkon specialisty v oboru marketingu.
- Osvojit si podrobnější analýzu jednotlivých aspektů marketingové politiky a marketingového plánování.
- Snadno v praxi aplikovat získané zkušenosti a dovednosti v oblasti marketingového rozhodování, a to díky mnoha případovým studiím a cvičením.
- Přístupovat tvořivě k řešení marketingových úkolů.

Obsah

Kurz je zaměřen na prohloubení znalostí a dovedností získaných jak v praxi posluchačů, tak absolvováním základního marketingového tréninku CIMA-A.

- Základy managementu podniku
- Strategický management podniku
- Financování a investice v podniku
- Náklady, kalkulace, rozpočty
- Příprava a realizace marketingového výzkumu
- Zpracování a analýza dat
- Strategický marketingový management SBU
- Detailní situační analýza trhů
- Předpověď prodeje, zisků a hodnocení trhů
- Rozhodování v marketingu
- Určení koncepce marketingové strategie
- Stanovení konkurenční strategie
- Procesní pojetí CRM
- Zpracování marketingových strategií
- Exportní a globální marketing
- Rozhodování o nákupu
- Rozhodování o produktu a ceně
- Rozhodování o distribuci
- Retailing
- Brand Management
- Rozhodování o integrované marketingové komunikaci
- Web a internet komunikace
- Závěrečná případová studie

Pozn.: Pro všechny absolventy kurzu Marketing CIMA-B nabízáme jednodenní seminář „Příprava ke zkoušce CIMA-B“. V programu je zahrnuto stručné opakování vybraných témat kurzu, simulace zkoušky a konzultace s lektorem. Termín jednodenního semináře bude domluven v průběhu kurzu „Marketing CIMA-B“ dle zájmu a potřeby absolventů kurzu.

Cena: 1 800 Kč (bez DPH), 2 178 Kč (včetně 21 % DPH)

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, cvičení, případové studie.

Určeno

Manažerům (nejen) marketingového zaměření a marketingovým specialistům – zejména absolventům CIMA-A, kteří mají zájem o získání hlubších znalostí v oblasti marketingu.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–17.00 hod.

Termín

28. 2.–1. 3. + 21.–22. 3. + 11.–12. 4. + 2.–3. 5. + 23.–24. 5. + 13.–14. 6. 2017
24.–25. 3. + 7.–8. 4. + 21.–22. 4. + 12.–13. 5. + 26.–27. 5. + 9.–10. 6. 2017
6.–7. 10. + 20.–21. 10. + 3.–4. 11. + 10.–11. 11. + 24.–25. 11. + 8.–9. 12. 2017

Místo

Praha
Praha
Praha

Variabilní symbol

170805
170806
170807

Cena a rozsah

32 000 Kč (bez DPH), 38 720 Kč (včetně 21 % DPH)

V ceně je zahrnut poplatek za zkoušku u Českého institutu pro marketing.
6 x 2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence, 6. Finance a ekonomika

Základy marketingu

Úvod

Marketingový přístup musí převládat v činnostech každé firmy. Zákazník má totiž na trhu stále silnější pozici a jen ten, kdo se orientuje v jeho potřebách a přáních, může dlouhodobě prosperovat. Potřebujete i Vy získat ucelenou orientaci v marketingu? Tento kurz Vám umožní získat a uplatňovat základní marketingové znalosti vedoucí k úspěšnému působení Vaší firmy na trhu.

Cíle

- Vytvořit si povědomí o důležitosti marketingového řízení pro úspěšné působení firmy na trhu.
- Aplikovat nabyté marketingové znalosti do každodenní praxe.
- Rozlišit jednotlivé nástroje marketingového mixu a uvědomit si jejich vzájemnou vazbu.
- Být aktivním článkem marketingově řízené firmy.

Obsah

Podstata marketingového přístupu

- základní pojmy,
- vývoj podnikatelských koncepcí,
- strategický marketing – marketingové plánování a jeho kroky.

Analytická činnost v marketingu

- podnik a faktory ovlivňující jeho činnost,
- marketingový informační systém,
- marketingová analýza vnějšího a vnitřního prostředí,
- SWOT analýza,
- konkurenční odlišení.

Marketingové cíle a strategie

- stanovení marketingových cílů na základě výsledků analytické činnosti,
- marketingové strategie a jejich členění,
- matice BCG – analýza produktového portfolia.

Marketingový mix a jeho prvky (5P)

- rozhodování o produktu, životní cyklus produktu,
- cenová politika,
- distribuční politika,
- integrovaná marketingová komunikace a komunikační mix,
- lidé ve firmě a jejich vliv na spokojenost zákazníka.

Trendy současného marketingu

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, brainstorming, modelové situace, cvičení.

Určeno

Pracovníkům marketingu i ostatních útvarů organizace, kteří potřebují získat základní orientaci a ucelený přehled o oblasti marketingu. Všem, kteří si chtějí osvojit marketingový přístup k podnikání.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
22.–23. 3. 2017	Praha	170808
26.–27. 9. 2017	Praha	170809

Cena a rozsah

6 400 Kč (bez DPH), 7 744 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Marketing CIMA-A, jakýkoli z kurzů marketingové komunikace

Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Strategická analýza

Úvod

Silně konkurenční ekonomické prostředí a neustále se měnící vnitřní i vnější okolí podnikatelských i jiných subjektů vyžaduje od manažerů a dalších řídicích pracovníků neustálé sledování změn, trendů, vyhledávání příležitostí a eliminaci hrozeb. Nejen firmy, ale v podstatě jakékoliv subjekty vč. např. obcí nebo neziskových organizací musí být připraveny využít všech možností k získání konkurenční výhody, a tím i dosažení dlouhodobé profitability. Jak vytěžit potřebné informace a jak s nimi naložit, je obsahem a cílem tohoto kurzu.

Cíle

- Naučit absolventy kurzu maximálně efektivně zpracovat strategickou analýzu podniku – vnější i vnitřní.
- Převést důležité analytické postupy do praxe a správně je využít.

- Na základě provedených analýz zvolit správnou podnikatelskou strategii a nasměrovat podnik k růstu.
- Získat informace pro správné rozhodování o dalším směřování podniku (řízeného subjektu obecně).
- Naučit se identifikovat nové příležitosti na trhu, odhalovat možné hrozby a připravit se na ně.

Obsah

- Analýza makroprostředí
- Analýzy konkurence a konkurenční pozice
- Porterova analýza 5-ti konkurenčních sil
- Portfolio analýzy
- Segmentace trhu a positioning
- Analýza zákazníka a jeho chování
- Analýza hodnotového řetězce
- Analýza zranitelnosti
- Balanced Scorecard
- SWOT analýza a konfrontační matice
- Určení klíčových faktorů úspěchu a neúspěchu

Metodika

Interaktivní teoretická část s diskuzí, praktická cvičení, ukázky provedených analýz na konkrétních příkladech a diskuze nad provedením a závěry.

Určeno

Manažerům, pracovníkům marketingu, ale i všem podnikatelům, kteří si chtějí osvojit praktické postupy pro správné rozhodování o dalším směřování podniku. Kurz je také vhodný pro pracovníky ve státní správě, kteří chtějí zavést marketingové a podnikatelské principy např. do řízení obcí atd.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
24.–25. 5. 2017	Praha	170810
13.–14. 11. 2017	Praha	170811

Cena a rozsah

7 100 Kč (bez DPH), 8 591 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Doporučujeme

Navazující kurzy: Product Manager a jeho marketingová odbornost, Marketing CIMA-B

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Product Manager a jeho marketingová odbornost

Úvod

Pro každého marketingového pracovníka je důležité, aby v rámci své odpovědnosti využíval všechny dostupné marketingové informace i nástroje. I Product Manager musí dokonale znát daný trh a příslušnou komoditu produktů, aby se mohl správně rozhodovat. Chcete-li získat ucelený přehled o marketingových činnostech Product Managera a naučit se nebo zdokonalit své dosavadní metody a postupy, je tento kurz určen právě Vám.

Cíle

- Osvojit si metody práce, které pozice Product Managera vyžaduje.
- Vytvořit a marketingově využívat odpovídající informační základnu.
- Naučit se vypracovat analýzy trhu, konkurence, prostředí atd. a efektivně využít jejich závěry.
- Efektivně rozhodovat v souladu se zvolenou marketingovou strategií pro dané portfolio produktů.
- Zdokonalit dosud využívané postupy práce marketéra.
- Účinně kombinovat nástroje komunikačního mixu pro podporu svých produktů.
- Dosahovat stanovených cílů v rámci svého produktového portfolia.

Obsah

Role Product Managera

- marketingový přístup k řízení.

Činnosti s vazbou na marketingové plánování

- marketingový plán a jeho komponenty,
- marketingové cíle ve vazbě na produkty,
- externí analýza (makroprostředí, trh, konkurence),
- segmentace zákazníků,
- interní analýza firmy,
- SWOT analýza,
- výběr vhodných marketingových strategií,
- výběr vhodných nástrojů marketingového mixu,
- akční plány,
- implementace a zpětná kontrola.

Politika produktu

- charakteristika produktů,
- analýza portfolia produktů (matice BCG, MABA),

- politika atributů (značka, obal, služby, záruky),
- životní cyklus produktu (PLC),
- proces vývoje nového produktu,
- marketingový plán produktu.

Další prvky marketingového mixu

- cenová politika (metody tvorby cen),
- distribuce (distribuční kanály, logistika, osobní prodej aj.),
- integrovaná marketingová komunikace (Corporate Identity, komunikační model, reklama, osobní prodej, podpora prodeje, Public Relations, sponzoring, přímá a on-line marketingová komunikace),
- principy úspěšného plánování komunikace produktu,
- základy práce s CRM.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, modelové situace, případové studie, cvičení.

Určeno

Začínajícím Product Managerům, marketingovým pracovníkům, obchodníkům angažujícím se nejen v oblasti prodeje, ale i marketingu.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
25.–27. 4. 2017	Praha	170812
29.–31. 5. 2017	Praha	170827
24.–26. 10. 2017	Praha	170813

Cena a rozsah

10 600 Kč (bez DPH), 12 826 Kč (včetně 21 % DPH)
3 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Marketing CIMA-A, jakýkoli z kurzů marketingové komunikace

Navazující oblasti: 1. Projektové řízení, 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence

Zásady tvorby reklamních tiskovin a inzerce

Úvod

Plánujete vytvářet kreativní inzerci a reklamní tiskoviny Vaší značky, firmy a nebo organizace? Chcete si osvojit maximálně efektivní postupy v reklamní tvorbě a zaujmout své zákazníky a cílovou skupinu atraktivní komunikací? Tento kurz Vás seznámí se zákonitostmi tvořivé složky marketingové práce. Osvojíte si zde klíčové dovednosti a pochopíte nejdůležitější principy při tvorbě inzerátu a dalších propagačních tiskovin, kterými můžete šířit dobré jméno své značky.

Cíle

- Vytvořit si praktický náhled na nové trendy v reklamní tvorbě v rámci integrované marketingové komunikace.
- Osvojit si základní principy tvorby reklamních tiskovin s důrazem na kreativitu.
- Sestavit účinný inzerát a vytvořit kreativní návrh pro tištěné marketingové materiály.
- Naučit se efektivně komunikovat a pracovat s externí reklamní agenturou.
- Získat zpětnou vazbu na současné reklamní tiskoviny Vaší firmy.

Obsah

Marketingový kontext a budování silné značky

- marketing a místo marketingové komunikace v marketingovém mixu,
- principy tvorby značky,
- integrovaná marketingová komunikace – identita značky,
- marketingová strategie, komunikační strategie a zadání reklamní kampaně – strategické myšlení.

Reklamní tiskoviny – jak je definovat

- formáty tiskové reklamy – jak vybrat vhodné komunikační kanály,
- specifika jednotlivých druhů tiskovin vhodných pro firemní reklamu,
- vyhodnocování efektivity tiskové reklamy – návaznosti na interní procesy.

Tvorba reklamního inzerátu a dalších tiskovin krok za krokem

- co je to kreativní brief a co obsahuje – benefit,
- tvorba kreativního konceptu – role týmové práce,
- obsah a forma v reklamě – umění rovnováhy,
- jak zaujmout cílovou skupinu – umění vizuálu,
- copyright a image banky,
- copywriting a role reklamního textaře,
- jak psát reklamní texty, které osloví,
- psaní podle cílových skupin a podle charakteru a pozice značky,
- tvorba příběhů – storytelling.

Vydávání firemního časopisu a newsletteru

- tvorba obsahu, který zaujme – Content marketing,
- rubriky firemního časopisu, titulní strana,

- PR témata a sponsoring,
- interaktivita se čtenářskou obcí a její využití,
- rozdíly mezi tištěnou a elektronickou formou.

Komunikace a efektivní spolupráce s agenturou

- výběr reklamní agentury – jaká zvolit kritéria,
- procesy a jejich nastavení – zadávání projektů a úkolů, řízení a vyhodnocování efektivity práce.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, cvičení, příklady z praxe – analýza tištěných materiálů, které si účastníci přinesou s sebou.

Určeno

Specialistům a manažerům marketingové komunikace, pracovníkům marketingových, obchodních a inzertních oddělení. Všem zájemcům o oblast marketingové komunikace a kreativní tvorby reklamy.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
17.–18. 4. 2017	Praha	170814
14.–15. 6. 2017	Praha	170815
18.–19. 10. 2017	Praha	170816

Cena a rozsah

6 500 Kč (bez DPH), 7 865 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Pišeme texty pro web – srozumitelně, atraktivně a dle SEO, Sociální sítě ve firemní komunikaci – prakticky

Internetový marketing – přehledně a prakticky

Úvod

Víte, jak efektivně využívat internetový marketing v rámci celé komunikace firmy? Chcete posilovat vztahy s Vašimi zákazníky nebo zvyšovat povědomí o produktech a značkách Vaší společnosti? Máte v plánu více prodávat? V našem kurzu poznáte principy marketingu na internetu a strategii obsahového marketingu, správné postupy při tvorbě a optimalizaci webových stránek, praktické tipy pro PPC reklamy, vhodnost využití jednotlivých sociálních médií, efektivní přístup k e-mailingu a nezbytné základy webové analytiky. Chcete získat ucelenou představu o účinném použití moderních nástrojů on-line marketingu, které Vám pomohou splnit Vaše marketingové i obchodní cíle? Pak je tento kurz určen právě Vám.

Cíle

- Získat základní představu o možnostech internetového marketingu.
- Účinně kombinovat všechny vhodné nástroje on-line marketingu.
- Správně měřit a vyhodnocovat své internetové aktivity.

Obsah

Úvod do internetového marketingu

- internetový marketing jako součást marketingové komunikace,
- předpoklady úspěchu internetového marketingu,
- obsahový marketing jako efektivní strategie on-line marketingu.

Webové stránky a optimalizace webových stránek

- struktura a obsah webu,
- SEO optimalizace pro vyhledávače,
- zpětné odkazy.

PPC reklama

- placená reklama ve vyhledávačích (Google AdWords, Sklik),
- tipy pro PPC kampaně.

Využití sociálních médií

- sociální sítě (Facebook, LinkedIn),
- diskuzní fóra,
- blogy, videoblogy, mikroblogy,
- sdílená multimédia (YouTube).

Webová analytika Google Analytics

- jaké ukazatele sledovat,
- stručný průvodce Google Analytics.

E-mailing

- cíle e-mailingu,
- faktory úspěchu e-mailingových kampaní.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, brainstorming, příklady z praxe, cvičení.

Určeno

Specialistům marketingové komunikace, pracovníkům marketingu a obchodu, správcům nebo majitelům webových stránek, marketingovým manažerům.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
30. 3. 2017	Praha	170817
3. 10. 2017	Praha	170818

Cena a rozsah

3 400 Kč (bez DPH), 4 114 Kč (včetně 21 % DPH)
1 den

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Jakýkoli z kurzů marketingové komunikace

Píšeme texty pro web – srozumitelně, atraktivně a dle SEO

Úvod

Žijeme v digitálním světě a web je stále důležitějším komunikačním nástrojem se zákazníky. Napsat text na web, který bude možno nalézt na vyhledávacích a zároveň fungovat prodejně, to je velké umění! Naučte se psát tak, aby se Vaše texty na webu dobře četly, aby odpovídaly uživatelské struktuře webu a aby je lidé díky nápaditému obsahu rádi sdíleli na sociálních sítích.

Cíle

- Seznámit se se základy tvorby textů pro web a další digitální média.
- Vyzkoušet si v praxi tvorbu textu, naučit se napsat lákavý text.
- Naučit se vyvarovat nejběžnějších chyb při psaní.
- Naučit se psát tak, aby byly naše texty snadno srozumitelné lidem a zároveň pomáhaly nalézt náš web na vyhledávacích.
- Napsat zprávu, která se bude dobře nabízet médiím.

Obsah

1. den

- Význam textu na webu ve srovnání s jinými médii – odlišnosti, výhody a nevýhody
- Content marketing – proč dnes vítězí na internetu obsah
- Co je AIDA a jak psát obchodně přesvědčivé texty
- Kdo a jak tvoří zadání pro psaní textů
- Kdo by měl texty vlastně psát – copywriter a jeho role
- Jak nastavit interní firemní procesy a čeho se vyvarovat
- Jak to udělat, aby nám čtenáři rozuměli – vnímání cílové skupiny
- Jak psát, aby se text dobře četl – uživatelská přívětivost
- Ná vaznost na design, vizuály a navigační strukturu
- Optimalizace textu s ohledem na vyhledávače – SEO a její tajemství

2. den

- Jak strukturovat dobrý text pro web, který skutečně zaujme
- Odkazy a další interaktivní prvky textu
- Napsat vlastní text – workshop s vyhodnocením
- Podporujeme šíření a sdílení našeho textu – tipy jak na sociální sítě
- Jak funguje infografika
- Jaký má smysl PDF ke stažení na webu
- Microsite jako nástroj pro šíření obsahu
- Web 2.0 a interaktivita se zákazníky
- Management zpětné vazby od zákazníků
- Co vidíme v Google Analytics
- Jak testovat a měřit výsledky a výkon webu

Metodika

Interaktivní výklad s příklady, praktické ukázky a zkušenosti, diskuze s účastníky a účastníků, samostatná práce na vlastních textech – rychlá analýza web prezentací účastníků se zaměřením na textový obsah.

Určeno

Marketingovým manažerům, specialistům marketingové komunikace a každému, kdo potřebuje, chce nebo musí psát texty pro webovou prezentaci, obsahovou micosite nebo blog.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
2.–3. 5. 2017	Praha	170819
30.–31. 10. 2017	Praha	170820

Cena a rozsah

6 500 Kč (bez DPH), 7 865 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Sociální sítě ve firemní komunikaci – prakticky

Sociální sítě ve firemní komunikaci – prakticky

Úvod

Prezentovat firmu, výrobek či službu v prostředí sociálních sítí se stává samozřejmou součástí marketingové komunikace. Zorientujte se v prostředí jednotlivých sociálních sítí (Facebook, Twitter, LinkedIn aj.) a naučte se, jak je využívat nejen pro osobní komunikaci, ale i obchodní úspěch. Přijďte si vyzkoušet, jak efektivně využívat tyto nástroje se všemi možnostmi, které Vám přinášejí. Získejte cenné rady a tipy ověřené praxí.

Cíle

Absolvent kurzu:

- získá aktuální informace o novinkách a trendech v oblasti sociálních médií v ČR,
- naučí se správně zvolit místo a formu prezentace firmy, značky, výrobku či služby v prostředí sociálních sítí,
- naučí se vytvořit a řídit prezentaci na jednotlivých službách – jak komunikovat a jak řídit vztah se svým zákazníkem,
- se dozví, jak zvládat nejběžnější problémy a krizové situace,
- získá praktická doporučení.

Obsah

Charakteristika nejužívanějších sociálních sítí v ČR – specifikace a specifika

Jak účinným nástrojem jsou sociální sítě v komunikačním mixu

Facebook

- Facebook v ČR, aktuální statistiky,
- vytvoření a nastavení fungujícího firemního profilu – jak se o něj starat, novinky a změny,
- správa a optimalizace reklam na Facebooku,
- pravidla a omezení,
- měření úspěšnosti na Facebooku – nastavení cílů, jak je měřit a vyhodnocovat.

Twitter

- Twitter v ČR, aktuální stav,
- nastavení a příprava profilu,
- sledování a sledující – jak navazovat kontakt, kde hledat zajímavé účty,
- praktická práce s příspěvky, konverzací a soukromými zprávami,
- správa Twitteru z pohledu uživatele i firmy – příklady efektivní komunikace,
- nástroje na pokročilejší práci s Twitterem – mobilní aplikace, desktopové aplikace a další.

LinkedIn

- správné vytvoření a nastavení osobního profilu,
- kontakty a jejich správa,
- skupiny na LinkedIn – práce s nimi, vlastní skupina,
- firemní profily – co publikovat na soukromém a co na firemním profilu,
- placené varianty a propagace.

Další sociální sítě pro firemní komunikaci

- Google+, YouTube, Snapchat, Instagram a další – co jsou vůbec zač, proč tu jsou a proč jsou tak populární?
- Jejich specifika, uživatelská očekávání a možnosti.

Odpovědi na Vaše dotazy – tipy, triky a doporučení

Metodika

Interaktivní výklad s praktickými příklady a postupy, řešení konkrétních problémů a případové studie.

Určeno

Pracovníkům zodpovědným jak manažersky, tak výkonně za správu firemních profilů na sociálních sítích. Kurz je určen jak pro začátečníky (předpokládá se uživatelská znalost Facebooku), tak pro mírně pokročilé uživatele, kteří si chtějí rozšířit své znalosti v oboru.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–17.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
12. 4. 2017	Praha	170821
1. 6. 2017	Praha	170822
28. 11. 2017	Praha	170823

Cena a rozsah

3 900 Kč (bez DPH), 4 719 Kč (včetně 21 % DPH)
1 den

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Pišeme texty pro web – srozumitelně, atraktivně a dle SEO

Marketing na Facebooku v příkladech

Úvod

Počet uživatelů Facebooku se v ČR pohybuje v řádech milionů – využijte tento potenciál. Naučte se prezentovat své produkty, služby a svoji práci na Facebooku a najděte si zde svoji cílovou skupinu. Naučte se, jak na Facebooku navrhovat, vytvářet a vyhodnocovat reklamní kampaně a jak je správně zacílit, aby efekt byl co největší.

Seminář je založen na praktických radách, konkrétních postupech a osvědčených řešeních.

Cíle

- Dozvíte se, jaké jsou principy fungování reklamy na Facebooku a jaké nástroje Vám tato síť nabízí pro zadávání reklamní kampaně.
- Prakticky si vyzkoušíte, jak vytvořit a úspěšně administrovat firemní stránku.
- Naučíte se, jak plánovat komunikaci a vybrat atraktivní obsah i formát.
- Budete schopni měřit úspěšnost Vašich reklamních kampaní na Facebooku.
- Ukážeme Vám mnoho praktických příkladů jak ANO a jak NE.

Obsah

Hlavní zásady fungování FB: stránky, komunity, skupiny a profily.

Vytvoření a administrace stránky produktu nebo služby – praktický návod.

Management obsahu: plánování, publikování, jak vybrat správný obsah.

Konverze: jak přimět návštěvníky, aby kupovali.

Reklama na Facebooku: jak spravovat reklamu na stránku a na její obsah.

Měření úspěšnosti: jak zjistit, zda se nám daří?

Komunikace s publikem.

Příklady z praxe – co funguje a co ne.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, modelová situace – vytvoření stránky produktu či služby, praktické příklady z marketingové praxe.

Určeno

Interním marketérům a všem ostatním, kteří mají spravovat prezentace na sociálních sítích, konkrétně na Facebooku. Předpokladem je, pokud má účastník základní povědomí o sociálních sítích a případně vlastní zkušenost s Facebookem v rámci osobního využití.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,

program 9.00–16.00 hod.

Termín Místo Variabilní symbol

10. 5. 2017 Praha 170825

Cena a rozsah

3 900 Kč (bez DPH), 4 719 Kč (včetně 21 % DPH)

1 den

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová

226 006 319, obolechova@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Komunikace se zákazníky na Facebooku – problémy a krize prakticky

Komunikace se zákazníky na Facebooku – problémy a krize prakticky

Úvod

Komunikace na Facebooku má svá specifika i úskalí. Naučte se komunikovat se svými zákazníky (návštěvníky Vašich stránek) i v náročných situacích. Dozvíte se, jak reagovat a řešit nepříjemné otázky, zpětné vazby, recenzi, krizi, kolapsy a další sociální horory, které Vás při správě mohou potkat. Seminář je veden prakticky a s využitím konkrétních příkladů z reality českých sociálních sítí.

Cíle

- Naučit se správné a efektivní zpětné vazbě k zákazníkům na Facebooku.
- Naučit se zvládat nepříjemné a krizové situace v komunikaci na Facebooku.
- Naučit se efektivně a smysluplně organizovat prezentaci na Facebooku.

Obsah

Fungující prezentace na Facebooku: co všechno má mít, procesní a obsahové řízení, které minimalizuje problémy.

Proces komunikace s fanoušky: přehledně, systematicky a smysluplně. Kdo, kdy a jak má odpovídat fanouškům.

Nejčastější problémy: „nepříjemné“ otázky, nespokojení klienti, negativní recenze – jak s nimi pracovat a jak na ně správně reagovat.

Méně časté problémy: sociální krize a katastrofy – jak se při nich zachovat, jak na ně reagovat a jak s nimi pracovat.

Havarijní řízení prezentace: co dělat v případě invaze cizích návštěvníků, zaplavení prezentace negativním obsahem apod.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, názorné příklady z marketingové praxe.

Určeno

Marketérům, pracovníkům zodpovědným za vedení sociálních prezentací. Je určen těm, kteří začínají spravovat prezentace (absolventům semináře „Marketing na Facebooku v příkladech“) a mírně pokročilým správcům firemních sociálních sítí.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
--------	-------	-------------------

11. 5. 2017	Praha	170826
-------------	-------	--------

Cena a rozsah

3 900 Kč (bez DPH), 4 719 Kč (včetně 21 % DPH)
1 den

Manažer projektu

Ing. Olga Bolechová
226 006 319, obolechova@gradua.cz