AldEkon.cz s.r.o.
Prostějovská 34
798 17 Smržice
www.aldekon.cz

EMAIL MARKETING - PRAKTICKY, ZÁBAVNĚ A BEZ SPAMU

Program kurzu

Zaručeně vám chodí do emailové schránky spousta prodejních e-mailů, které většinou bez čtení házíte do koše. Dělá to tak každý.
Neopakujte stejné chyby. Nebuďte vy a vaše firma v koši!

Určeno pro:

Školení je určeno pro majitele, jednatele, marketingové a obchodní ředitele, pracovníky marketingu a obchodu a pro všechny, kterým prostě ve firmě přidělili na starost rozesílání hromadných emailů.

Obsah školení:

1. Úvod

Seznámení se s email marketingem
Seznámení se s účastníky školení a jejich aktuální úrovní používání emailingu

2. Jak a kde získávat emailové kontakty?

Sběr emailových kontaktů na firemním webu a sociálních sítích - jak na to?
Co nabídnout návštěvníkovi webu za jeho emailovou adresu?
Jak je to s kupováním databází emailových adres?
Jak je to s vytvářením si vlastních databází vyhledáváním si na internetu či jiných veřejných zdrojích?
E-mailing a ochrana osobních údajů

3. Jaký program k rozesílkám používat?

Na co se zaměřit při výběru optimálního mailingového programu?
Jakým způsobem se platí za používání mailingových programů?
Jaké funkce mailingových program jsou vhodné/nutné právě pro vás?
Seznamy kontaktů, jejich údajů a jejich segmentace
Kampaně, šablony a intuitivní editor vzhledu emailů
Automatické kampaně, triggery, přání k svátku/narozeninám atd.
Reportingové a vyhodnocovací nástroje, A/B testování
Praktická ukázka nejpoužívanějších mailingových nástrojů - MailChimp, EcoMail, SmartEmailing - shrnutí výhod a nevýhod

4. Jak rozesílat hromadné emaily a nebýt za SPAMera?

Z technického pohledu poštovních klientů... i z pohledu čtenářů vašich emailů

5. Pečujte, vzdělávejte, bavte, informujte a pak až prodávejte

Zaměřeno na obsah mailingových kampaní, newsletterů a emailových seriálů

6. Ukázky/Případová studie

Praktické ukázky sběru kontaktů a emailových kampaní

7. Když to neměříte, nevíte, zda to funguje a jestli náhodou nevyhazujete peníze z okna.

Jak vyhodnocovat čtenost a úspěšnost rozesílaných emailů (interní měřící nástroje, napojení na Google Analytics)?
Jaký vliv má rozesílání emailů na návštěvnost a tržby?

8. Závěr a diskuze

Cíl školení:

Účastníci se srozumitelnou formou zaměřenou na praktické využití a názorné ukázky naučí, jak efektivně zapojit email marketing do marketingového mixu svého podnikání. Jak dělat email marketing od A (výběr a zprovoznění mailingové nástroje) do Z (vyhodnocování a optimalizace emailů). Zjistí, jak nekončit v koši ani ve SPAMu, a jak udělat z příjemců čtenáře a z čtenářů zákazníky.

V ceně je zahrnut oběd i občerstvení.

Pokud jste firma s povinností zaměstnávat osoby se zdravotním postižením , vystavíme vám při odebrání našich služeb potvrzení o náhradním plnění, čímž si můžete naše služby zlevnit až o téměř 63 000 Kč za rok.

Žádné termíny.

Školit vás budou

Černíček Tomáš


Tomáš je společně s Lucií Lipovskou spolumajitelem a zakladatelem agentury DigitalniDurian.cz zabývající se internetovým marketingem pro malé a střední firmy. Než společně založili v roce 2015 marketingovou agenturu, vyzkoušeli si veškeré postupy a nástroje online marketingu na několika vlastních podnikatelských projektech na vlastní kůži a za vlastní peníze. A k čemu dospěli? Jaký nástroj je nejlepší? PPC kampaně či remarketing? Sociální sítě? Moderní responsivní web? SEO, linkbuilding? Blog a copywriting? Email marketing? Internetový marketing není o jednom zázračném nástroji, ale o dobře nastaveném, promazaném a zpětně vyhodnocovaném a optimalizovaném systému, který se liší obor od oboru, firmu od firmy. Proto je důležité nedávat obecné rady, ale vše s klientem detailně probrat a ušít mu řešení na míru. Razí heslo: Zákazník vás bude milovat, konkurence nenávidět.