



Content Manager – szkolenie

Moduł TM 01: Narzędzia marketingu cyfrowego: Trendy i zastosowanie

Cztery fazy metodologii marketingu przychodzącego

- ✓ Ćwiczenie: Strategia marketingu przychodzącego: dla każdego etapu marketingu przychodzącego określ odpowiednie cele, sposoby osiągnięcia tych celów i KPI pokazujące efektywność działań.

SZABLON PLANOWANIA CONTENT MARKETINGU: USTALANIE CELÓW SMART I ZGODNOŚĆ ZE STRATEGIĄ

Cykl życia klienta i związane z nim cele	Cele SMART	Strategie osiągnięcia celów	Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI)
ZASIĘG Zwiększanie świadomości marki i liczby odwiedzin stron firmowych, aplikacji i stron społecznościowych.			
AKCJA Zwiększanie interakcji odbiorców z treściami na posiadanych przez stronę platformach w celu generowania leadów.			



KONWERSJA Zwiększanie wskaźników konwersji leadów na sprzedaż online lub offline.			
ZAANGAŻOWANIE Zwiększenie długoterminowego zaangażowania i lojalności klientów, prowadzące do sprzedaży i poleceń.			