

Online marketing

De ontwikkeling van het internet heeft een geweldige invloed gehad op hoe klanten producten en diensten vinden en kopen. Als je onderneming nog geen kennis heeft van deze nieuwe vorm van marketing, dan laat je kansen liggen en loop je het risico gepasseerd te worden door meer online georiënteerde bedrijven. In ons zevendaagse traject *Online marketing* krijg je een compleet overzicht van de belangrijkste deelgebieden van online marketing. Dat begint met het vertalen van bedrijfsdoelstellingen naar online doelstellingen en de keuze van een passende online marketingstrategie. Je leert je website beter vindbaar te maken en hoe je online kunt adverteren. Je ontwikkelt een contentmarketingstrategie en leert hoe je die kunt invoeren. Je krijgt inzicht in verschillende sociale media en hoe je deze kunt gebruiken om een online community op te bouwen. Tot slot leer je je prestaties te meten, te analyseren en te verbeteren met behulp van Google Analytics.

Onderwerpen

Dag 1. Zoekmachineoptimalisatie

- Basisprincipes van online zoekmachines
- Hoe komen posities in de zoekmachines tot stand?
- Diverse tools
- Zoekwoordonderzoek
- Backlinkanalyse
- Concurrentieanalyse
- Analyse van de eigen website
- Black hat VS. white hat-technieken
- Aanpak ontwikkelen om eigen positie verbeteren

Dag 2. Google Ads Basis

- Inleiding online advertising en Google Ads
- Inrichten van je account, campagnes en advertentiegroepen
- Doelgroep bepalen en bereiken
- Zoekwoorden onderzoeken en kiezen
- Advertentieteksten schrijven
- Concurrentie beoordelen
- Koppeling met Google Analytics
- Testen
- Meten en bijsturen van de campagne
- Alternatieve tools

Dag 3. Google Analytics Basis

- Introductie van het Google Analytics-platform
- Meetprincipes van Google Analytics
- Alle weergaves en user interface verkennen
- Inrichten van je account



- Vertalen van bedrijfsdoelen naar een meetplan
- Gebruik van segmenten
- Conversies en conversietoeschrijving
- Bewaken en rapporteren

Dag 4. Facebook advertising Basis

- Introductie van het Facebook advertising-systeem
- Wat werkt in de praktijk wel en wat niet?
- Doelgroep targetten
- Advertenties en banners maken
- Conversies meten
- Resultaten analyseren en verbeteren

Dag 5. e-commerce

- Bedrijfsmodellen en strategie
- Online zakendoen
- Marketingtechnieken
- Conversieoptimalisatie
- Bestelproces en betaling
- Opstellen e-commerceplan

Dag 6. Social media-marketing

- Introductie social media-marketing
- Overzicht diverse sociale media en trends
- Interne organisatie
- Onderzoek doelgroep
- Opzet social media-plan
- Kanaalkeuze
- Reputatiemanagement
- Conversie optimaliseren
- Meten en rapporteren van resultaten

Dag 7. Contentmarketing

- Introductie contentstrategie en contentmarketing
- Vertalen bedrijfsdoelen naar contentmarketingdoelstellingen
- Verschillende soorten content

- De rol van online influencers
- Online onderzoek
- Onderwerpen kiezen
- De structuur van pakkende content
- Contentagenda
- Contentproductie
- Content promoten
- Resultaten meten, rapporteren en verbeteren
- Contentmarketingaanpak ontwikkelen



Lesmethodiek

In dit traject wisselen we theorie, praktische oefeningen en reflectie op een prettige manier af. Daardoor kun je niet alleen de kennis snel plaatsen, maar heb je ook veel aanknopingspunten waar je na het traject mee aan de slag kunt. Het definitieve programma van het traject wordt aangepast aan de voorkennis, praktijkervaring en leerdoelen van de deelnemers.

Doelgroep

Dit traject is bij uitstek geschikt voor deelnemers die een grondige kennis van diverse online marketingmethoden en -technieken willen opdoen.

Voorkennis

Voor dit traject is geen specifieke voorkennis vereist.

Certificaat

Na afronding van de training wordt een Learnit-certificaat uitgereikt als bewijs van deelname.

Lesvorm

Klassikaal