

Promocja szkolnego schroniska
młodzieżowego za pomocą
nowoczesnych aplikacji sieciowych

Łukasz Gomółka

Główne punkty szkolenia

- Formy marketingu internetowego
- Strona internetowa – jak trafić do odbiorców (co to „pozycjonowanie”)?
- Narzędzia Google wspomagające proces promocji
- Facebook – coś więcej niż tylko portal społecznościowy
- Sieciowy marketing szeptany
- Przykłady skutecznej promocji

Formy marketingu internetowego

- Marketing w wyszukiwarkach (pozycjonowanie, kampanie sponsorowane)
- Marketing poprzez e-mail
- Social media – marketing oparty na portalach społecznościowych
- Marketing szeptany
- Marketing afilacyjny
- Blogerzy – marketing oparty na „autorytecie”
- Marketing wirusowy
- Video marketing
- Kampanie banerowe

Mailing

Od: <...@miastekomultimedia.pl>

Odpowiedz | Odpowiedz wszystkim | Proszki | Archiwizuj | Niechciane | Ustaw | Więcej

Temat: Zapytanie

2017-10-09

Dzień dobry,

Park Technologiczny 3.0 MMC Brainville posiada w swojej ofercie nowoczesną infrastrukturę biurową oraz szkoleniowo - konferencyjną. W związku z tym chcielibyśmy zapytać, czy zgadzają się Państwo na otrzymanie od nas oferty handlowej, ponieważ mogą być Państwo zainteresowani naszymi propozycjami.

Jeżeli wyrażają Państwo chęć zapoznania się z naszą ofertą, proszę o wysłanie odpowiedzi zwrotnej na niniejszy mail o treści: "TAK".



Produkty: Szablony | Cennik | Wiedza | Usługi | Blog

Wybrane tematy

Tematy wiadomości: Zdobytą odbiorców | Optymalizacja wysyłki | Marketing automation | Mierz rezultaty | Integruj się | Wsparcie

Wysyłka na
wiele sposobów

FreshMail pozwala tworzyć najróżniejsze rodzaje kampanii

Odebrane

Zaznacz wszystkie (20) | nieprzeczytane | przeczytane | odznacz



W...

Rabaty do -60% na usługi FreshMail i inne usługi



Dzisiaj, 22:11



...

+ ...



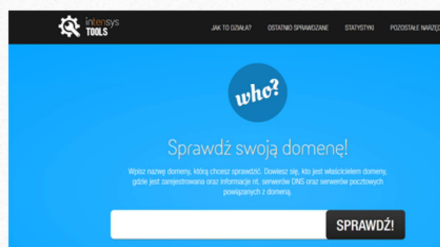
Dzisiaj, 13:39

Strona internetowa – wybrane czynniki „pozycjonowania”

Wiek domeny
Słowo kluczowe w nazwie domeny
Słowo kluczowe jako pierwsze słowo w domenie
Słowo w nazwie subdomeny
Długość rejestracji domeny
Publiczna deklaracja własności WHOIS
Krajowe rozszerzenie TLD
Słowo kluczowe w tytule, Tytuł rozpoczynający się od słowa kluczowego
Prędkość wczytywania treści strony HTML
Powielanie treści
Aktualizowanie treści

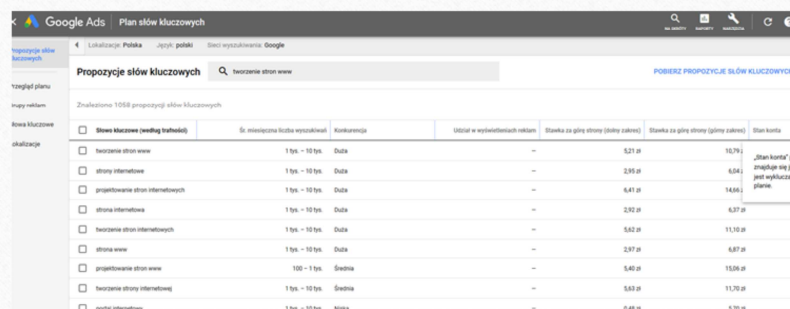
Info o stronie www?

- Przykładowy link z informacjami o stronach: <https://whois.intensys.pl>



Słowa kluczowe – jak je dobrać?

- Planner słów kluczowych – narzędzie Google Ads



The screenshot displays the Google Ads Keyword Planner interface. The top navigation bar includes the Google Ads logo, the text 'Plan słów kluczowych', and a search bar. Below the navigation bar, the left sidebar contains links for 'Proponowane słowa kluczowe', 'Znajdź plan', 'Wpływ reklam', and 'Słowa kluczowe'. The main content area is titled 'Proponowane słowa kluczowe' and shows a search for 'tworzenie stron www'. Below the search bar, a table lists 10 suggested keywords with their respective search volume, competition, and cost-per-click (CPC) data.

Słowa kluczowe (według metody)	Średni miesięczny licznik wyszukiwań	Konkurencja	Udział w wyświetleniach reklam	Stawka za kliknięcie (średnia stawka)	Stawka za kliknięcie (główna stawka)	Stawka za kliknięcie (niższa stawka)
☐ tworzenie stron www	1 tys. - 10 tys.	Duża	–	5,21 zł	10,79 zł	–
☐ strony informacyjne	1 tys. - 10 tys.	Duża	–	2,95 zł	6,04 zł	–
☐ projektowanie stron internetowych	1 tys. - 10 tys.	Duża	–	6,47 zł	14,00 zł	–
☐ strona informacyjna	1 tys. - 10 tys.	Duża	–	2,92 zł	6,37 zł	–
☐ tworzenie stron internetowych	1 tys. - 10 tys.	Duża	–	5,82 zł	11,10 zł	–
☐ strona www	1 tys. - 10 tys.	Duża	–	2,97 zł	6,87 zł	–
☐ projektowanie stron www	100 - 1 tys.	Średnia	–	5,40 zł	10,08 zł	–
☐ tworzenie strony internetowej	1 tys. - 10 tys.	Średnia	–	5,63 zł	11,70 zł	–
☐ portal informacyjny	1 tys. - 10 tys.	Niska	–	0,48 zł	5,70 zł	–

Narzędzia Google wspomagające promocję w Internecie

- Google Analytics daje informacje o odwiedzających strony:
 - jak do nas trafili (czy poprzez wyszukiwarkę, czy poprzez odesłanie z innej strony, czy bezpośrednio wpisując ręcznie adres strony w przeglądarce)
 - gdzie fizycznie przebywali (państwo, miasto)
 - z jakiego oprogramowania korzystają (system operacyjny, przeglądarka, rodzaj urządzenia)
 - jak zachowywali się na stronie (jak długo przebywali na konkretnej podstronie, ile podstron odwiedzili)

Narzędzia Google wspomagające promocję w Internecie – c.d.

- Google Search Console daje informacje o odwiedzających strony:
 - bezpłatna usługa Google, która pomaga monitorować pozycję witryny w wynikach wyszukiwania Google oraz o nią dbać.
 - Które zapytania spowodowały wyświetlenie Twojej witryny w wynikach wyszukiwania?

Facebook – źródło promocji

- Pobieranie o sobie informacji
- Dopasowanie grupy docelowej
- Zagrożenia

Sieciowy marketing szeptany

- Marketing szeptany to bezpośrednie wyszukiwanie klienta w sieci wykazującego zainteresowanie tematem Waszych usług i produktów – wychodzenie mu “na przeciw”.

Przykłady

- <http://wodkanconsulting.pl>
- <https://cybertree.pl>
- <https://www.gobest.pl>