

Załącznik nr 2. do Regulaminu konkursu „Stypendium Santander | Marketing w e-commerce z Pawłem Tkaczykiem i Politechniką Łódzką”

Program Szkolenia „Marketing w e-commerce”

Program będzie realizowany na platformie e-learnigowej Politechniki Łódzkiej ... zawierającej nagrania wideo oraz ćwiczenia. Uczestnicy programu otrzymają dostęp **od 7 grudnia 2023 r. do 7 lutego 2024 r.** Każda z lekcji zawiera około 15 minut materiału wideo. Do niektórych lekcji są dołączone ćwiczenia. 7 grudnia 2023 r. w godz. 19:00 – 20:30 odbędzie się webinar live pt. „Biznesowa głowa, czyli rzeczy, które musisz przestawić sobie w głowie, kiedy chcesz iść na swoje” z sesją pytań i odpowiedzi dla Uczestników Programu, z którego nagranie będzie dostępne na platformie e-learningowej Politechniki Łódzkiej **do 15 grudnia 2023 r.**

Czego się nauczysz?

Zacniemy od podstaw – czym jest biznes online, jakie są jego zasady i jak zbudować solidne fundamenty. Później przejdziemy do bardziej zaawansowanych rzeczy – jak klienci robią zakupy na różnych platformach i jak stosować najbardziej skuteczne techniki marketingowe. Storytelling, social media, SEO, content marketing – to wszystko będzie na wyciągnięcie ręki. Ale to nie wszystko! Opowiem Ci, jak zrozumieć Twojego klienta, budować zaufanie, zajmiemy się projektowaniem doświadczenia użytkownika i omówimy systemy CRM, aby usprawnić obsługę klienta. Wszystko to w prostym języku i przystępny sposób.

Dla kogo jest to Szkolenie?

Szkolenie „Marketing w e-commerce” jest skierowane do osób, które prowadzą własny biznes online i chcą go wznieść na wyższy poziom, jak również dla tych, którzy dopiero rozważają wejście do świata ecommerce. Bez względu na to, czy jesteś właścicielem małego sklepu internetowego, czy marzysz o stworzeniu wielkiej platformy e-handlowej, ten kurs pomoże Ci zdobyć niezbędne umiejętności i wiedzę, aby osiągnąć swój cel.

Moduły

1. **Wprowadzenie do e-biznesu i jego specyfiki:** Omówienie podstawowych zasad działania biznesu w Internecie, skupiając się na specyficznych cechach, które odróżniają go od tradycyjnego biznesu.
2. **Strategiczne podejście do e-biznesu:** Wyjaśnienie koncepcji niszy i unikalności oraz omówienie sposobów wykorzystania nich do osiągnięcia sukcesu w świecie e-biznesu.
2. **Rozpoczęcie e-biznesu:** Przedstawienie kluczowych etapów startu z własnym e-biznesem, od analizy rynku po wybór nazwy i domeny.
3. **Finansowanie e-biznesu:** Przedstawienie różnych opcji finansowania, takich jak crowdfunding, crowdinvesting, tokenizacja i IPO.
4. **Podstawy tworzenia sklepu internetowego:** Omówienie pierwszych kroków do stworzenia sklepu internetowego, w tym wybór platformy i hosting.
5. **Struktura i użyteczność sklepu internetowego:** Poruszenie kluczowych elementów skutecznej struktury sklepu internetowego i kwestii związanych z użytecznością.
6. **Sprzedaż na platformach aukcyjnych i serwisach ogłoszeniowych:** Porównanie różnych platform e-sprzedaży, takich jak Allegro, Amazon, eBay i inne.
7. **Wprowadzenie do e-usług:** Omówienie koncepcji e-usług, w tym e-sprzedaży wiedzy, podcastów i webinarów.
8. **Personal branding i programy partnerskie w e-usługach:** Omówienie znaczenia personal brandingu w świecie e-usług oraz wyjaśnienie, jak działają programy partnerskie.
9. **Podstawy e-marketingu:** Wprowadzenie do marketingu online, w tym brandingu, storytellingu i marketingu wirusowego.
10. **Marketing w mediach społecznościowych:** Omówienie skutecznych strategii marketingu na platformach takich jak Facebook, Twitter, LinkedIn i Instagram.
11. **Marketing wideo i YouTube:** Wyjaśnienie, dlaczego firmy powinny korzystać z YouTube, i omówienie podstaw marketingu wideo.
12. **E-mail marketing i marketing automation:** Omówienie kluczowych aspektów e-mail marketingu, w tym efektywnego newslettera i pozyskiwania leadów, oraz wprowadzenie do marketingu automation.
13. **SEO i Content marketing:** Omówienie zasad SEO i pokazanie, jak tworzenie wartościowej treści może pomóc w pozycjonowaniu strony.
14. **Google Ads i techniki remarketingu:** Wskazanie, jak skutecznie korzystać z Google Ads, a także omówienie technik remarketingu i retargetingu.
15. **Komunikacja i budowanie zaufania z e-klientem:** Przedstawienie profilu e-klienta, omówienie technik komunikacji i sposobów budowania zaufania w świecie e-commerce.
16. **Optymalizacja doświadczeń klienta i automatyzacja obsługi klienta:** Omówienie znaczenia doświadczeń klienta w e-biznesie oraz wprowadzenie do CRM jako narzędzia do automatyzacji obsługi klienta.