

מרקטינג אקדמי

קורס שיווק דיגיטלי

במה מדובר?

קורס מקצועי שיכשיר אתכם להיות אנשי הפרסום הדיגיטלי של המחר. הקורס יתן לכם את הידע התיאורטי והמעשי לפרסום נכון ויעיל בערוצים המרכזיים באינטרנט כגון גוגל, פייסבוק, אינסטגרם ולינקדאין. בקורס תלמדו ממיטב המרצים איך מתכננים קמפיינים באינטרנט, איך מוצאים את קהל היעד הנכון למוצר ולפרסום שלכם, איך פונים אל קהל היעד הנכון, איך מכננים ומתמחרים פרסום באינטרנט, ואיך משפרים ביצועים לאור ההשגים של הפרסום שלנו. במסגרת הקורס, בנוסף לתרגולים ולהתנסות מעשית, תעברו גם את בחינות ההסמכה הבינלאומיות של גוגל.

למי המסלול מיועד?

1. לאנשים שמעוניינים לעבוד בתחום הפרסום והשיווק באינטרנט.
2. לאנשים שעובדים בתחום השיווק באינטרנט, ורוצים לרכוש את כל הידע הנדרש בתחום.
3. לאנשים שרוצים לקדם את העסק שלהם באינטרנט - ומעוניינים להכיר את כל הכלים שיאפשרו להם לעשות זאת.
4. לאנשים מתחומים אחרים שמעוניינים לעשות הסבה מקצועית, חלקית או מלאה, לתחום המבוקש.

נדרשת יכולת קריאה והבנת אנגלית.

מחיר המסלול

מחיר המסלול הוא 10,000 ₪.

- 10,000 ₪ - תשלום במועד הקבלה.

ההכשרה

הקורס נערך בחסות מיסטרביט שמעבירה קורסים, הרצאות והכשרות ליחידים. מנהל ההדרכה של הקורס, ד"ר יאיר בן דוד, משמש כמרצה ומעצב תכניות הדרכה בתחום השיווק באינטרנט כבר 12 שנה.

ד"ר בן דוד, מרצה מזה שנים באוניברסיטאות ומכללות שונות, ואף סייע לעצב ולכנן את תכנית ההדרכה של Google Ad Academy של גוגל. שאר המרצים בקורס הם מומחים מתחומים שונים, החל מפרסום ברשתות חברתיות, דרך מסחר אלקטרוני, ועד למדידה מדויקת של ביצועים.

דרישות המסלול

- השתתפות בשיעורים ובתרגול המעשי
- ביצוע המטלות, הגשת התרגילים והפרויקטים
- יש להגיע עם מחשב אישי (לפטופ)

משך המסלול

- 3 חודשים, 27 מפגשים, מעל 100 שעות אקדמיות
- הקורס יתקיים במשך יומיים בשבוע - שני ורביעי - בשעות הערב (18:00-22:00)
- במהלך הקורס ינתן לתלמידים ליווי מתמיד למשימות לבית ולקמפיינים שהם מנהלים

הסמכות ותעודות

- התלמידים בקורס יעברו את ההסמכה הבינלאומית של Google Ads
- בנוסף יקבלו התלמידים בקורס תעודת הסמכה של Marketing Academy

האם אפשר למצוא עבודה בזה ?

מדובר באחד המקצועות הכי מבוקשים בשוק הפרסום וההי טק. אף אחד לא יכול להבטיח ב-100% שתמצא עבודה בתחום, אבל כמעט כל מי שעובר הכשרה כזו ומחפש עבודה, מוצא עבודה במקצוע.

האם זה מתאים לי ?

תחום הפרסום באינטרנט כולל תתי תחומים רבים, חלקם דורשים ראש אנליטי יותר, חלקם יכולות קריאטיביות. לכן, בתחום הזה כל אחד צריך למצוא את הנישה שיותר מתאימה לו, אם זה בניהול קמפיינים, בקריאייטיב, במכירות ובניהול, אבל לכל אחד מהתחומים הללו נדרשת היכרות טובה עם מערכות הפרסום וערוצי הפרסום באינטרנט

האם צריך ניסיון מעשי?

ניסיון מעשי מאוד עוזר. לכן, הקורס שלנו כולל בתוכו התנסות מעשית בערוצי הפרסום המרכזיים באינטרנט, בדגש על גוגל ועל פייסבוק. ללמוד פרסום באינטרנט זה כמו ללמוד שחיה. לא מספיקה התיאוריה, צריך להכנס למים ולשחות בפועל, וזה מה שאנחנו מסייעים לעשות

האם תעזרו לי למצוא עבודה בתחום?

מנהל הקורס יש היכרות מעמיקה עם עולם הפרסום הישראלי ועם סוכנויות פרסום. למעשה, הוא הכשיר חלק גדול ממנהלי סוכנויות הדיגיטל בשוק היום. אנחנו נשתמש בהיכרות שלנו עם השוק כדי לסייע לשלב אותכם בשוק העבודה לאחר הקורס, בסופו של דבר, זה גם אינטרס מאוד גדול שלנו.

הקורס מורכב מ-27 מפגשים מקיפים, בני 4 שעות כל אחד, ומכין את התלמידים לעולם המשתנה של פרסום באינטרנט וברשתות חברתיות. בקורס יועברו בהרחבה הנושאים המרכזיים בתחום הפרסום באינטרנט, כאשר תוכנית הלימוד מחולקת להרצאת מבוא ולחמישה אשכולות מרכזיים:

תוכן	אשכול
יצירת קריאייטיב שעובד בצורה טובה, בניית עמודי נחיתה יעילים, וכלים לאיסוף לידים	קריאייטיב והקמת עמודי נחיתה
מערכת הפרסום המקוונת של חברת Google, כולל מעבר מבחני ההסמכה הבינלאומיים של Google Academy והתמחות מרוכזת ב YouTube	Google Ads
שימוש ברשתות חברתיות לצורך קידום עסקים	פייסבוק, לינקדאין ואינסטגרם
Taboola, Outbrain ויצירת תוכן איכותי	תוכן
כיצד לקבל נתונים בזמן אמת על מנת לשפר ביצועים אשכול זה כולל גם ניהול קודי מעקב וטג מנג'ר	אנליטיקס

<p>מבוא לפרסום אונליין</p> <ul style="list-style-type: none"> פרסום באינטרנט - מבוא כללי וערוצי פרסום עיקריים הבדלים בין ערוצי פרסום, ומבוא להתאמה בין ערוצי פרסום לצרכים שונים ולתעשיות שונות שיטות תמחור בפרסום באינטרנט שיטות מעקב ודיווח בפרסום באינטרנט מבוא לאיתור קהלי יעד 	<p>מבוא</p>
<p>קריאתיב יעיל</p> <ul style="list-style-type: none"> איך מזהים קהלי יעד איך מתאימים את המסר של מודעות לקהל יעד איך יודעים לזהות מה אנשים צריכים איך יודעים מה מפעיל אותנו רגשית איך יוצרים מודעה מנצחת <p>עמודי נחיתה מבוא</p> <ul style="list-style-type: none"> עקרונות בסיסיים בבניית עמוד נחיתה עמוד נחיתה או אתר? מערכות לבניית עמודי נחיתה AB testing <p>בנייה ואופטימיזציה של עמודי נחיתה - המשך</p> <ul style="list-style-type: none"> התאמת עמודי נחיתה לנייד מערכות להתאמת עמוד נחיתה לנייד מערכות לבדיקה עמודי נחיתה חצי שיעור: מבוא כללי לקידום אתרים 	<p>עמודי נחיתה ו-Ecommerce</p>
<p>קידום בפייסבוק - קידום אורגני בפייסבוק וההבדל בינו לבין קידום ממומן</p> <ul style="list-style-type: none"> מבוא לפייסבוק ההבדל בין קידום אורגני לקידום ממומן בפייסבוק בניית דף עסקי בפייסבוק ניהול מדיה חברתית וכתובת פוסטים פרסום מתוך הדף העסקי 	<p>פייסבוק אינסטגרם ולינקדאין</p>

מבוא לפרסום בפייסבוק

- סוגי מודעות בפייסבוק
- בניית קמפיינים על פי מטרה בפייסבוק
- מיקודים דמוגרפיים ואחרים בפייסבוק
- התאמת המודעות והקריאייטיב ליעד הקמפיין
- תרגול - בניית קמפיין פייסבוק בפועל

פרסום בפייסבוק - מבנים מתקדמים של קמפיינים

- פרסום בפייסבוק - קמפיינים של לידים, מכירות, ושיחות
- פרסום בפייסבוק - תרגול הקמת קמפיין למטרות שונות
- שילוב בין קמפיינים
- גודל קהל וחשיפה אופטימלית בפייסבוק

פרסום בפייסבוק אופטימיזציה בסיסית

- דוחות בפייסבוק - מבט על נתונים והסקת מסקנות
- ייצוא דוחות מסודרים ללקוחות
- אופטימיזציה של תמחור לפי יעדים בפייסבוק
- אופטימיזציה של מיקוד לפי יעדים בפייסבוק

פרסום בפייסבוק מיקוד מתקדם

- מודעות מתקדמות: פרסום וידאו מתקדם בפייסבוק
- קמפיין תנועה ל-Whatsapp
- שימוש בפיקסל לצורך הוזלת עלויות פרסום וטירגוט מחדש בפייסבוק
- קהלים: שימוש ברשימות קהלים קיימות, ויצירת קהלים זהים (LAL)
- שילוב קהלים ואופטימיזציה של קהלים בפייסבוק

פרסום מתקדם באינסטגרם

- מודעות מיוחדות לאינסטגרם
- תחומי פרסום שמתאימים יותר לאינסטגרם
- אינסטגרם - איך יראו המודעות שלנו? (פורמטים של מודעות)
- עיצוב גראפי מתאים לתחום
- מדידת תוצאות של פרסום באינסטגרם
- הכלים העסקיים של אינסטגרם

מבוא ללינקדאין ופרסום בלינקדאין

- מבוא ללינקדאין
- הקמת קמפיין בלינקדאין
- אופטימיזציה בסיסית בלינקדאין

יסודות הפרסום ב-Google Ads

- מבוא לפרסום בגוגל
- מנגנון דירוג המודעות ב-Google
- ממה מורכב ציון איכות
- בחירת מילות מפתח
- מבנה חשבון בגוגל
- בניית חשבון ראשוני

מבנה חשבון בגוגל

- מבנה נכון של חשבון
- סידור נכון של קבוצות מודעות
- קמפיינים של מילים גנריות וקמפיינים של מותג ומתחרים
- בדיקה של מבנה נכון של חשבון

מבוא לאופטימיזציה בגוגל

- הגדרת מטרות לחשבון: מיתוג ותגובה ישירה
- מעקב המרות: מהי "המרה" ב-Google?
- אחרי אילו המרות ניתן לעקוב ואחרי אילו המרות לא ניתן לעקוב?
- כיצד מבצעים מעקב המרות ב-Google Ads בפועל?
- המרות טלפוניות
- דו"חות ומעקב המרות
- מבוא לאופטימיזציה ידנית

אופטימיזציה אוטומטית:

- הגדרות אופטימיזציה אוטומטית: תמחור אוטומטי, אופטימיזציית מחיר לקליק, כלי אופטימיזציית ההמרות
- התאמת הצעות המחיר
- אופטימיזציה אוטומטית של המודעות
- כללים אוטומטיים

רשת המדיה (GDN):

- כיצד עובד הפרסום ברשת המדיה של Google
- סוגי מיקוד ברשת המדיה: מיקוד לפי מיקומים, מיקוד לפי הקשר, נושאים, תחומי עניין כוונת רכישה ורימרקטינג
- מודעות תמונה- חוקים בסיסיים
- כיצד יוצרים קמפיין יעיל ברשת המדיה?
- כיצד מנתחים נתונים המתקבלים מקמפיינים ברשת המדיה, וכיצד מבצעים אופטימיזציה של קמפיינים אלו?

רימרקטינג ואופטימיזציה מתקדמת לרשת המדיה

- הגדרת רימרקטינג + שימוש בפיקסל
- הגדרה חכמה של קהלים לפי יעד השיווק
- אופטימיזציה מתקדמת לרשת המדיה
- תרגול בכיתה של אופטימיזציה מתקדמת לרשת המדיה.
- שילוב וחלוקת תקציב בין רשת החיפוש לרשת המדיה

פרסום ב-Youtube

- סוגים שונים של פרסום ב-Youtube
- איך בונים קמפיין יעיל ב-Youtube
- פרסום מכון פעולה ישירה ופרסום מכון Youtube branding
- מדידת יעילות של קמפיין ב-Youtube
- איך משלבים בין פרסום ב-Google Ads לפרסום ב-Youtube
- פרסום ב-Youtube - תרגול מעשי

חשבונות מרובים ודו"חות ללקוחות והכנה למבחן ההסמכה הבסיסי של Google Ads

- מרכז הלקוחות שלי והרשאות גישה (כולל הרצאת אורח על קידום אורגני ב-Google)
- ניהול מספר חשבונות במקביל
- חשבון מאסטר ב-Google (MCC)
- Multi-tiered MCC
- על אילו אלמנטים בחשבונות המקושרים ניתן לשלוט בעזרת ה-MCC?
- חשבון MDS
- Google API: עקרונות שימוש ויתרונות למשתמש
- הרשאות גישה לחשבון ב-Google
- עריכות מרובות ועורך Google Ads
- דו"חות מורכבים - איך מפיקים דו"ח בדיוק לצרכי הלקוח
- הכנה למבחן הסמכה בסיסי

חזרה על רשת המדיה ורשת החיפוש של Google ומבחן הסמכה בסיסי

- חזרה כללית על החומר הנלמד באשכול Google
- מעבר מבחן הסמכה על יסודות הפרסום ב-Google Ads

אופטימיזציה ברשת החיפוש וחזרה לקראת מבחן ההסמכה המתקדם לרשת החיפוש

- כלי אופטימיזציית תמחור אוטומטי מתקדמים
- חזרה על כל כלי האופטימיזציה שנלמדו באשכול
- חזרה למבחן ההסמכה המתקדם של Google לרשת החיפוש

מעבר מבחן ההסמכה המתקדם לרשת החיפוש וסיכום האשכול

- חזרה על אופטימיזציה ידנית ואוטומטית ב-Google Ads
- מעבר המבחן המתקדם
- סיכום - Google Ads כיום, וכיוונים לעתיד

<p>אנליטיקס - יסודות</p> <ul style="list-style-type: none"> • מבוא לאנליטיקס • איך מתבצע מעקב אנליטיקס? • סקירה כללית של ממשק אנליטיקס • דוחות בסיסיים: תוכן, מקורות תנועה ועוד • מה ניתן ללמוד מדוחות אלו כדי לשפר את האתר שלנו • פילוח וסינון <p>דו"חות מתקדמים באנליטיקס ומעקב אחרי קמפיינים מרובים</p> <ul style="list-style-type: none"> • הגדרת יעדים • הגדרת משפכים • אפיון גולשים • דו"חות מתקדמים ודו"ח מותאם אישית • דו"חות לשימוש עצמי וייצור דו"חות ללקוחות <p>ניהול קודי מעקב וטג מנג'ר</p> <ul style="list-style-type: none"> • מערכות מתקדמות לניהול מעקב • ניהול מעקב ממספר מערכות פרסום בעזרת Google Tag Manager 	<p>אנליטיקס וניהול קודים</p>
<p>כתיבת תוכן איכותי והפצת תוכן</p> <ul style="list-style-type: none"> • כתיבת תוכן איכותי • קריאייטיב • התאמת תוכן לקידום בפלטפורמות שונות • Taboola-I OutBrain <p>מקצוע ניהול הקמפיינים, תכנון קמפיין המשלב מספר ערוצים</p> <ul style="list-style-type: none"> • מקצוע ניהול הקמפיינים - סוגי תפקידים, חתימת חוזה, ניהול עובדים • בחירת הערוץ/ערוצים הפרסומיים בהתאם לצרכים של הלקוח • שילוב בין ערוצים - ניהול ואופטימיזציה של קמפיינים במספר ערוצים • ניהול נכון של עבודה מול לקוחות • הכנת התרגיל המסכם 	<p>תוכן</p>
<p>הצגת תרגיל מסכם</p> <ul style="list-style-type: none"> • הצגת תוכנית פרסום רב ערוצים על ידי התלמידים • פידבק על המצגות ועל הפרויקטים • סיום קורס וחלוקת תעודות 	<p>סיום קורס</p>

נשמח לשמוע מכם

נשמח להזמין אתכם לפגישה, או לשוחח על מנת לייעץ לכם

marketingacademy@misterbit.co.il שלחו לנו אימייל לכתובת

אפשר גם בטלפון 054-7119603