



DIGITĀLAIS MĀRKETINGA: KLIENTU PIESAISTES UN NOTURĒŠANAS STRATĒGIJAS

Ar treneri Agri Magonu

Vai pastāv dzīve bez digitālā mārketinga? Kā to izmantot uzņēmumiem, kas pārstāv ne-digitālas nozares? Kā palielināt klienta sasniegšanu par 30%?

Agri Magonis ir pieredzējis nozares praktiķis, KIC treneris un BONO group kokrūpniecības uzņēmuma mārketinga direktors, kas ar digitālā mārketinga palīdzību piesaista klientus, nodrošinot vairāk kā 100 miljonu apgrozījumu uzņēmumam gadā. **Praktiski rīki un iespējas, ko uzreiz izmantot savā uzņēmumā.** Kā piesaistīt un segmentēt klientus, izveidot personalizētas stratēģijas un gudri izmantot digitālo mārketingu.

Kursa norise:

31. oktobrī

9.00 – 17.00 (Klātienē)

Dalības maksa: 275 EUR + PVN

Mērķauditorija

- Uzņēmumu vadītāji, mārketinga vadītāji

IEGUVUMI DALĪBNIEKIEM

- Padziļinātas zināšanas par klientu segmentāciju un pašvērtējumu
- Efektīvas stratēģijas klientu noturēšanai un lojalitātes veicināšanai
- Radošas pieejas konkurentu klientu piesaistei
- Apgūta efektīva SEO un sociālo mediju reklāmas stratēģija jaunas auditorijas sasniegšanai.
- Prasme efektīvi izmantot analītikas rīkus, piemēram, Google Analytics, KPI un ROI, lai uzraudzītu kampaņu efektivitāti

BIZNESA TRENERIS UN KONSULTANTS AGRIS MAGONS



Pieredze: pārdošanas un mārketinga praktiķis ar 20 gadu pieredzi dažādu nozaru B2B UN B2C pārdošanā, mārketinga stratēģiju izveidē un vadīšanā. Šobrīd BONO group mārketinga vadītājs.

Ilggadēja praktiska pieredze integrēta mārketinga stratēģiju izveidē, iekļaujot pārdošanas taktiku, realizāciju, kontroli, kā arī digitālā mārketinga stratēģiju izveide un realizācija - E- komerciju, Google Ads, Meta Ads, SEO, Satura mārketingu u.c.

Ieviesis un vadījis pārdošanas sistēmas, CRM, ERP. Atbalsts biznesam pielāgota, efektīva telemārketinga ieviešanā, tiešās pārdošanas sistēmas izveidē. Pieredzē balstīto tēmu loks iekļauj arī 1:1 tikšanās, komandas vadību, saliedēšanu un līderību.

Rezultatīva sadarbības pieredze ar tādiem uzņēmumiem kā: BONO Group, TET, Madara Cosmetics, Studio Moderna, Tramontina, Nutricia (Aptamil), RISEBA, Miele, Creamfinance Latvia, Euronics Latvia, Eiropica, VPLab, Dižozols, Moller auto, Autofavorīts, DAW Baltica (Caparol, Alpina) u.c.

Izglītība: Maģistra grāds mārketingā

Trenera profils



PROGRAMMA

Klientu segmentācija un uzņēmuma pašvērtējums

- Kas ir tava uzņēmuma mērķa klients?
- Kā klientu segmentācija var uzlabot kampaņas rezultātus par 15-30%?
- Kādas digitālā mārketinga metodes šobrīd tiek izmantotas?
- Kas darbojas, kas nedarbojas?

Stratēģijas esošo klientu noturēšanai un aktivizēšanai

- Esošo klientu kvantitatīvā un kvalitatīvā vērtība un lojalitātes veicināšana
- Pirkumu vērtības un biežuma celšana. Kā veidot lojalitāti?
- Kādas ir jaunu klientu piesaistes taktikas, kā iesaistīt pastāvīgos klientus
- Digitālā mārketinga pieejas (personalizēti piedāvājumi, sociālo mediju komunikācija, lojalitātes programmas)

Stratēģijas sadarbības veidošanai ar konkurentu klientiem

- Tirgus potenciāla apzināšanās. Konkurentu pozīcijas un rīcības plāns klientu uzrunāšanā.
- Retargeting kampaņas un taktikas
- Atsauksmju un case-study izmantošana uzticamības veidošanai
- Īpaši risinājumi konkurentu klientu piesaistei: piedāvājumi, kas pārliecina
- Kā mārketinga saturs var pārliecināt klientus par jūsu uzņēmuma priekšrocībām?

Kā piesaistīt jaunus klientus digitālajā vidē? Digitālā apvienošana ar tradicionālo mārketingu:

- Pieredzes ceļš. Kā jūs atrod klienti?
- Statistika ir, bet pārdošana neaug. Cik maksā jauns klients?
- Sociālo mediju reklāmas
- SEO stratēģijas jaunu auditoriju piesaistei. Satura loma.
- Piedāvājumi jauniem klientiem. Radošu risinājumu nozīme

Uzņēmuma digitālā mārketinga stratēģijas optimizācija

- Pašreizējās stratēģijas analīze
- Ko ieviest un ko mainīt?
- Mārketinga un Pārdošanas saskaņota darbība, nepārtrauktība

Veiktspējas analīze un ilgtermiņa plānošana

- Mērījumi un analīze (KPI, ROI, Google Analytics u.c)
- Mārketinga un pārdošanas stratēģija, atbilstoši uzņēmuma finansēm
- Kā veidot nepārtrauktu piesaistes procesu?
- Stratēģijas pielāgošana mainīgiem apstākļiem

Kreativitāte un saturs efektīvam mārketingam

- Saturs kā noteicošais elements efektīvā mārketinga stratēģijā. Kā veidot atbilstošu saturu atbilstošā kanālā +/- pret izmaksām.
- Unikālitate un izcelšanās konkurences apstākļos
- Stāstniecība, kas veido emocionālu saikni
- Multimediju pielietojums efektīvākai komunikācijai
- Rezonanse ar mērķauditoriju un personalizācija



DALĪBNIEKU ATSAUKSMES:

- Profesionālis, aizraujošs treneris
- Ļoti daudz praktiskās informācijas, kuru pēc tam izanalizēt ar mārketingu
- Enerģisks, pozitīvs. Daudz piemēru
- Ieguvu vērtīgas idejas kā attīstīt savu uzņēmuma darbību ar digitāliem rīkiem
- Labas idejas jauna produkta ieviešanai tirgū.
- Caur piemēriem saliek visus svarīgākos uzsvārus un akcentē kļūdas, ko nepieļaut
- Ļoti kvalitatīvas un piesātinātas mācības
- Viņa apkopotā teorija, prakses piemēri- ļoti liels ieguvums dalībniekiem