OKRUHY KONZULTACÍ 2021

SmartGoal, s.r.o.

1. POMOC S PŘÍPRAVOU PŘED SPUŠTĚNÍM PLACENÉ PROPAGACE ORGANIZACE

a) Jaká forma reklamy je nejvhodnější?

- obsahový marketing
- marketing na sociálních médiích
- e-mail marketing
- marketing ve vyhledávačích - textové reklamy Sklik, Google
- nákupní kampaně - Google, zboží.cz
- remarketing

b) Jaký cíl propagace zvolit?

- zvyšování povědomí o organizaci,
- vyvolávání zájmu potenciálních klientů a sponzorů,
- zvyšování informovanosti a rozšiřování povědomí o problému,
- zlepšování služeb pro klienty,
- přímé zapojení klientů,
- zvyšování návštěvnosti stránek

c) Jak kampaň naplánovat?

- Volba marketingové strategie - určení cílů kampaně,
- výběr vhodné cílové skupiny,
- analýza konkurence, výběr vhodného nástroje nebo služby,
- plánování a tvorba obsahu,
- práce s rozpočtem a reportování,
- určení identity neziskovky a jejího “brandu”

2. Obsahový marketing a sociální média - Facebook, Instagram, YouTube

- Výběr vhodného sociálního média pro určitou cílovou skupinu, plánování a vytváření vhodného propagačního obsahu, sledování a vyhodnocování účinnosti kampaně.
- Konzultace ohledně úpravy profilu na sociálních sítích
- Jak pracovat s příspěvky a jak je plánovat?
- Jak vytvořit dobrý obsah pro sociální sítě? Probereme pravidelnost příspěvků, přizpůsobení obsahu příspěvků cílové skupině, výzva k akci, vyvolání zájmu
- Reklamy na sociálních sítích a jejich formáty, jaký zvolit a kdy začít?
- Práce s Business Managerem a správa Facebookové stránky
- Vytvoření obsahové kampaně na Skliku a Googlu
- Důležitost video marketingu a jak ho propagovat

3. Vyhledávací kampaně - Sklik, Google

a) Klíčová slova

- vyhledání vhodných klíčových slov,
- vyhledávací dotazy, vylučující klíčová slova,
- Nejvhodnější klíčová slova - objem měsíčního vyhledávání, konkurence, relevance, trendy ve vyhledávání, personalizace pro vyhledávací dotazy

b) Vytvoření vyhledávacích kampaní a jejich nastavení

c) Google Ads Grant

- vyhledávací kampaně placené Google,
- vysvětlení procesu žádosti o grant a jaké podmínky musí být splněny,
- pomoc s nastavením účtu Google Ads,
- pomoc s výběrem klíčových slov a nastavením reklamní kampaně v ČJ a AJ

4. Webová stránka

- Uživatelské rozhraní webové stránky
- Responzivní design stránek pro počítače/mobilní zařízení/tablety
- Optimalizace stránek z hlediska rychlosti načítání
- Používání kvalitních fotografií a videí ve vhodném formátu
- Důležitost webové stránky pro online reklamu a budování povědomí
- Používání vhodných klíčových slov

5. Měření výsledků reklamních kampaní - Universal Google Analytics

- Co jsou to konverze a proč jsou tak důležité? Jak je měřit?
- Jaké metriky je důležité sledovat a proč?
- Jaké měřící kódy je potřeba nastavit, abychom získali co nejvíce informací a mohli kampaň vyhodnotit?
- Co je důležité sledovat?