

UČNI NAČRT

MODUL 4:

DIGITALNA PRODAJA IN MARKETING

Projekt Connect SME Plus je sofinanciran iz Evropskega sklada za regionalni razvoj (ESRR) v okviru Programa čezmejnega sodelovanja Interreg V-A Slovenija-Avstrija 2014-2020.

Das Projekt Connect SME Plus wird vom Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) im Rahmen des Programms für grenzüberschreitende Zusammenarbeit Interreg V-A Slowenien-Österreich 2014-2020 mitfinanziert.

Uvod

Udeleženci se v tem modulu seznanijo z oblikami spletne predstavitve izdelkov in storitev, z načini oblikovanja daril za potencialne stranke (t. i. »lead magnetov«), z metodami, kako pretvoriti obiskovalce spletne strani v stranke, ter s potmi do uspešne digitalizacije in avtomatizacije prodajnih procesov. Poleg tega udeleženci pridobijo znanje o načinih, kako izboljšati podporo obstoječim strankam prek digitalnih storitev, za povečanje ne le zvestobe strank, temveč tudi dodatne in navzkrižne prodaje.

V ta namen se predstavijo različne strategije spletne prodaje in za to potrebna digitalna orodja kot tudi smernice za njihovo učinkovito uporabo.

Cilj modula je, da udeleženci na koncu izdelajo začetni koncept za svojo strategijo spletne prodaje, na podlagi katerega bodo lahko nadgradili svoje spletno poslovanje.

Trajanje

Modul obsega skupno 46 učnih ur, od tega 16 učnih ur pouka v živo ter 30 učnih ur spletnega učenja. Učna ura traja 45 minut.

Splošni učni cilji

Po opravljenem modulu »Digitalna prodaja in marketing« bodo udeleženci sposobni:

- razumeti pojem spletne prodaje in pojasniti njeno vlogo oz. funkcije,
- razumeti spletne stranke in ozavestiti vlogo digitalnih vsebin,
- oblikovati strategije spletne prodaje,
- opredeliti ter uporabljati orodja za spletno prodajo in marketing,
- načrtovati in uporabljati merjenja uspešnosti,
- razviti začetni koncept strategije spletne prodaje za lastno podjetje.

Vsebine modula

V naslednji razpredelnici je pregled tematskih sklopov modula za pouk v živo.

Pouk v živo	
Čas	Tema
0,5	Uvod v spletno prodajo
0,5	Spletna stranka in nakupna pot (customer journey)
2	Strategije spletne prodaje
3	Orodja spletne prodaje: vsebina, skupnost in konverzija
1	Analitika, spremljanje, merjenje uspešnosti in pomembni ključni kazalniki uspešnosti (KPI-ji)
0,5	Povzetek in vprašanja
0,5	Priprava na spletno učenje in delavnica, 2. del
1	Uvod: študije primerov
1	Delavnica »Personas« – interaktivno skupinsko delo
1	Delavnica o nakupni poti (customer journey) – interaktivno skupinsko delo
4	Delavnica o zasnovi spletne prodaje – interaktivno skupinsko delo
1	Povzetek in vprašanja
16	učnih ur

V naslednji razpredelnici je pregled nalog za spletno učenje.

Spletno učenje	
Čas	Tema
3	Predstavitve o spletni prodaji
3	Bele knjige o spletni prodaji
3	Videoposnetki o spletni prodaji
3	Študije primerov
8	Nastavitev orodij in njihovo spoznavanje

8	Izdelava začetnega osnutka lastne strategije spletne prodaje s predlogami in delovnimi listi
2	Povratne zanke s skupino in predavateljem
30	učnih ur

Metode

Pri modulu usposabljanja se uporabijo različne metode poučevanja in učenja v obliki kombiniranega izobraževanja. Pouk v živo za modul »Digitalna prodaja in marketing« je razdeljen na dva dni. Prvi dan pouka je namenjen podajanju teorije v obliki predavanj, podprtih s predstavitvami v PowerPointu, kot tudi s kratkimi videoposnetki, reprezentativnimi primeri ter z interaktivnimi vprašanji in razpravo. Po zaključku prvega dneva pouka v živo se udeležencem omogoči dostop do modula za e-učenje. Udeleženci pri samostojnem učenju predelajo obstoječe predstavitve v PowerPointu, videoposnetke in bele knjige, obravnavajo študije primerov ter opravijo zastavljene naloge. Poleg tega s pomočjo navodil oz. smernic izdelajo začetni osnutek t. i. »strategije spletne prodaje«, ki je prilagojena njihovemu podjetju.

Nato se izvede drugi dan pouka v živo. Ta dan pouka je praktično usmerjen in poteka zelo interaktivno ter manj strukturirano. Za delavnico se pripravijo različne naloge in vprašanja, ki se obdelajo pri delu v skupinah. Predstavitve rezultatov se izvede po skupinah, temu pa sledi skupna razprava. Cilj zajema postopno izpopolnjevanje in konkretizacijo začetnega osnutka, pripravljenega pri samostojnem učenju, vse do lastnega koncepta strategije spletne prodaje. Skupni načrtovani čas izvajanja vseh treh posameznih dni usposabljanja obsega vsaj dva tedna in do največ tri tedne.

Ocenjevanje

Udeleženci prejmejo po opravljenem modulu potrdilo o udeležbi. Udeleženci, ki opravijo vse module, prejmejo potrdilo o uspešno opravljenem programu usposabljanja »Connect SME Plus«.

Viri in literatura

Temeljna literatura

Smith, C.: The Conversion Code: Capture Internet Leads, Create Quality Appointments, Close More Sales.

Kotler, P.: Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital.

Alpar, A., Koczy, M.; Metzen, M.: SEO - Strategie, Taktik und Technik.

Busche, L.: Powering Content: Building a Nonstop Content Marketing Machine.

Baggott, C.: Email Marketing By the Numbers.

Marshall, P., Krance, K., Meloche, T.: Ultimate Guide to Facebook Advertising.

Kaushik, A.: Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity.

Brady, R.: Conversion Tracking Using Google AdWords & Google Analytics: Are You Wasting Clicks?.

Kingsnorth, S.: Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing.

Redish, J.: Letting Go of the Words: Writing Web Content that Works.

Halvorson, K., Rach, M.: Content Strategy for the Web.

Dodatna literatura

McGrath Gunther, R.: The End of Competitive Advantage: How to Keep Your Strategy Moving as Fast as Your Business.

Shepard, D. A.: Decision Making in Entrepreneurship.

Drucker, P.: The Practice of Management.

Spletne povezave

<https://moz.com/blog>

<http://www.theseampost.com/>

<https://www.bluecorona.com/blog/digital-marketing-101>

<https://blog.marketo.com/>

<https://blog.hubspot.com/sales>

<https://www.salesforce.com/blog/category/sales.html>

<https://www.salesforlife.com/blog>

<https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=en>

<https://blog.google/products/ads/>