

Digitalni marketing 360° - Strategija, alati i praksa za tvrtke u 2025.

Vrijeme održavanja: 26. i 27. svibnja 2025. od 09:00 do 13:00

Lokacija: HGK, Rooseveltov trg 2, Zagreb, dvorana C

Opis radionice

Radionica je osmišljena sveobuhvatan, praktično orijentiran program namijenjen zaposlenicima u marketingu tvrtki, bez obzira na djelatnost. Sudionici će kroz pet tematskih blokova steći jasno razumijevanje digitalne marketinške strategije, ključnih taktičkih kanala (SEO, Google Ads, društvene mreže), kao i suvremenih trendova, uključujući utjecaj umjetne inteligencije na ponašanje korisnika i promjene u pretraživačkoj dinamici. Kombinacijom predavanja, konkretnih primjera i interaktivnih vježbi, polaznici će steći alate i znanja potrebna za optimizaciju postojećih aktivnosti te za samostalno i učinkovitije upravljanje digitalnim kampanjama.

Ciljana skupina

Zaposlenici u marketingu srednjih, velikih i manjih tvrtki, s različitim razinama predznanja iz digitalnog marketinga. Program je prilagođen tako da koristi i početnicima i naprednijim korisnicima kroz diferencirane primjere i vježbe.

Program radionice

DAN 1 - STRATEGIJA, SEO I GOOGLE OGLAŠAVANJE (09:00 - 13:00)

09:00 - 09:15 | Uvod u radionicu

- Predstavljanje, ciljevi edukacije, očekivanja sudionika

09:15 - 10:15 | Blok 1: Digitalna marketinška strategija

- Razlika strategije i taktike
- Digitalni marketing funnel i customer journey
- Postavljanje ciljeva, definiranje persona i ključnih poruka
- Vježba: izrada mini strategije za vlastiti brend

10:15 - 10:30 | Pauza

10:30 - 11:45 | Blok 2: SEO i utjecaj umjetne inteligencije

- Osnove SEO-a: on-page, off-page i tehnički aspekti
- SEO alati i primjeri iz prakse
- Utjecaj umjetne inteligencije na SEO i tražilice:
Google SGE (Search Generative Experience) i novi SERP modeli
AI sažeci, promjena korisničkog ponašanja i važnost EEAT signala
Kako stvarati sadržaj za ljude i AI sustave

- Vježba: SEO analiza vlastite stranice ili primjera
- 11:45 – 12:00 | Pauza
- 12:00 – 13:00 | Blok 3: Google Ads i landing stranice
- Vrste kampanja (Search, Display, Performance Max)
 - Struktura kampanje, ključne riječi, pisanje oglasa
 - Odredišne stranice (landing pages):
Što čini dobru odredišnu stranicu?
Poravnanje oglasa i sadržaja stranice (message match)
Struktura stranice koja potiče konverziju
 - - A/B testiranje landing stranica
 - Vježba: Skica kampanje + ideja za landing page

DAN 2 - DRUŠTVENE MREŽE, PLANIRANJE I AI ALATI (09:00 - 13:00)

09:00 – 09:15 | Uvod u dan 2

- Kratki osvrt na prvi dan, razmjena dojmova

09:15 – 10:30 | Blok 4: Društvene mreže i sadržaj koji angažira

- Uloga društvenih mreža u funnelu
- Pregled ključnih platformi (Facebook, Instagram, TikTok) i njihovih algoritama
- Kreiranje sadržaja koji privlači i zadržava pažnju
- Alati za jednostavnu produkciju
- Vježba: kreiranje objave/oglasa za vlastitu publiku

10:30 – 10:45 | Pauza

10:45 – 11:45 | Blok 5: Planiranje, email marketing i AI alati

- Kalendar aktivnosti i sezonski plan
- Email marketing i automatizirane sekvence
- Pregled AI alata za podršku marketingu
- Praćenje rezultata (GA4, KPI tablice, dashboardi)

11:45 – 12:00 | Pauza

12:00 – 12:45 | Završna vježba

- Izrada mjesečnog plana digitalnog marketinga
- Grupna diskusija i razmjena ideja

12:45 – 13:00 | Zaključak radionice

- Pregled naučenog gradiva, pitanja sudionika, povratne informacije

Što polaznici dobivaju

- PDF prezentaciju i radnu skriptu
- Predloške za strategiju, kampanju i sadržajni plan
- SEO i Google Ads checklistu
- Pristup dodatnim edukativnim materijalima
- Mogućnost individualnih konzultacija nakon radionice

Napomene

- Preporučuje se da sudionici ponesu vlastita prijenosna računala
- Prezentacijski materijali bit će dostavljeni svim sudionicima
- Snimanje se ne planira