

«TECHNICAL CONTENT MARKETING FOR CONVERSION AND LEAD GENERATION»

(100% Επιχορήγηση από την ΑνΑΔ)

Ημερομηνίες Διεξαγωγής: **22 & 23/ 11/ 2022**

Πόλη και Χώρος Διεξαγωγής: **ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ «HILTON NICOSIA»**

Το Ιδρυματικό μέρος του Εκπαιδευτικού Προγράμματος, το οποίο έχει διάρκεια 14 ώρες, θα διεξαχθεί σε δύο ημέρες.

[ΔΗΛΩΣΗ](#)
[ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ](#)
[ΠΑΤΗΣΤΕ ΕΔΩ](#)

Στην έντονα ανταγωνιστική διεθνή αγορά είναι απόλυτη ανάγκη να μπορέσουν οι επιχειρήσεις του τόπου μας να αξιοποιήσουν το πλήρες φάσμα της διαδικτυακής προβολής, τόσο στο εξωτερικό όσο και στην εγχώρια αγορά. Η χρήση της ψηφιακής διαφήμισης και προώθησης έχει πλέον καθιερωθεί ευρέως όσον αφορά την προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά σε διάφορες μηχανές αναζήτησης. Η ψηφιακή διαφήμιση αποτελεί βασικό μέσο διαδικτυακής προβολής, ωστόσο τα πραγματικά αποτελέσματα της διαφήμισης στο Facebook, Google και άλλες πλατφόρμες φανερώνουν έντονη διακύμανση στην απόδοση των επενδύσεων.

Το Μάρκετινγκ Περιεχομένου (Content Marketing) αποτελεί άλλη μία μορφή διαδικτυακής προβολής. Είναι μία μέθοδος στρατηγικού μάρκετινγκ η οποία επικεντρώνεται στη δημιουργία και την διανομή πολύτιμου, σχετικού και συνεκτικού περιεχομένου (content) για την προσέλκυση και την διατήρηση ενός σαφώς καθορισμένου κοινού – με απώτερο στόχο να ωθήσει τους πελάτες να προβούν σε κερδοφόρες ενέργειες (πχ αγορά προϊόντος, εγγραφές, brand awaeness). Σε αντίθεση με την ψηφιακή διαφήμιση, το μάρκετινγκ περιεχομένου παρέχει την ευκαιρία της άνευ κόστους προσέλκυσης δυνητικών πελατών, ιδιαίτερα μεταξύ B2B. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της σύνταξης και διανομής εξαιρετικά εστιασμένου και χρήσιμου περιεχομένου το οποίο σχεδιάζεται για εξειδικευμένο κοινό. Όσο πιο χρήσιμο και ιδιαίτερο είναι το περιεχόμενο τόσο αυξάνεται η αναγνώριση και η εκτίμηση του κοινού προς την επιχείρηση και το εταιρικό brand.

Το επιμορφωτικό πρόγραμμα έχει σχεδιαστεί με βάση τις ανάγκες των επιχειρήσεων και οργανισμών που θα ήθελαν να εφαρμόσουν μία άλλη έξυπνη μορφή διαδικτυακής προβολής. Κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου, θα ακολουθηθεί συγκεκριμένη μεθοδολογία και προσέγγιση με την χρήση δωρεάν διαδικτυακών εργαλείων συμπεριλαμβανομένων: SEM Rush, Mailchimp, Google Analytics για προχωρημένους, Google Adwords Keyword Tool Finder, Google Search Console, Advance Facebook Advertising κ.α. Το πρόγραμμα παρόλο που δίνει έμφαση σε τεχνικά μέσα και μεθόδους δεν προαπαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις από τους συμμετέχοντες.



Μετά την ολοκλήρωση της κατάρτισης οι καταρτιζόμενοι πρέπει να είναι σε θέση να:

- Περιγράφουν και αναγνωρίζουν τα οφέλη της ενδοεταιρικής στρατηγικής μάρκετινγκ τεχνικού περιεχομένου ως σημαντικά στοιχεία του διαδικτυακού μάρκετινγκ, περιλαμβανομένου του προσδιορισμού των στόχων, των εισροών των εκροών, των πόρων και των αναμενόμενων αποτελεσμάτων μετατροπής (conversion results).
- διατυπώνουν τις αρχές στις οποίες στηρίζεται το μάρκετινγκ περιεχομένου.
- περιγράφουν την μεθοδολογία και τις τεχνικές που ακολουθεί το μάρκετινγκ περιεχομένου.
- οργανώνουν και σχεδιάζουν ετήσιους, τριμηνιαίους και μηνιαίους στόχους για το διαδικτυακό τους μάρκετινγκ εντός του ευρύτερου προϋπολογισμού και πλαισίου μάρκετινγκ και πωλήσεων.
- διενεργούν ανάλυση της κατάστασης του ανταγωνισμού σε σχέση με τις υπηρεσίες τους, τις υπηρεσίες των ανταγωνιστών και των καταναλωτών προκειμένου να οργανώσουν την στρατηγική μάρκετινγκ περιεχομένου τους.
- συνεργάζονται καλύτερα και να αυξάνουν τον βαθμό δέσμευσης του προσωπικό τους προς την κατεύθυνση αξιοποίησης του μάρκετινγκ τεχνικού περιεχομένου.

Περιγραφή υποψηφίων για συμμετοχή:

Το πρόγραμμα απευθύνεται σε **Ιδιοκτήτες, Γενικούς Διευθυντές και υπεύθυνους Πληροφορικής, Μάρκετινγκ, Πωλήσεων και Στρατηγικού Σχεδιασμού επιχειρήσεων/ οργανισμών.**

Δομή του προγράμματος:

Το πρόγραμμα είναι πρακτικής φύσης και περιλαμβάνει τόσο Ιδρυματική (14 ώρες) όσον και Ενδοεπιχειρησιακή κατάρτιση. Ο εκπαιδευτής θα πραγματοποιήσει επίσκεψη 7 ωρών σε κάθε συμμετέχουσα επιχείρηση για εξειδικευμένη επί τόπου μελέτη και συζήτηση των εφαρμογών που θα πρέπει να λάβουν χώρα στη συγκεκριμένη επιχείρηση σε σχέση με το αντικείμενο του προγράμματος.

Εκπαιδευτής:

Το εν λόγω Επιμορφωτικό πρόγραμμα θα διδάξει ο ξένος εμπειρογνώμονας κ. **Philip Ammerman**.

Το πρόγραμμα θα διεξαχθεί στην Αγγλική γλώσσα, όμως συζητήσεις και παρεμβάσεις μπορούν να γίνουν και στην Ελληνική γλώσσα.

Δικαίωμα Συμμετοχής: (€1785 + €339.15 Φ.Π.Α.)

Το πρόγραμμα έχει εγκριθεί από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΑναΔ) ως πρόγραμμα ζωτικής σημασίας.

Το σεμινάριο επιχορηγείται εξ' ολοκλήρου από την ΑναΔ και ως εκ τούτου **δεν** υπάρχει οποιαδήποτε οικονομική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις, **εξαιρουμένου του Φ.Π.Α. (€339.15).**

Να σημειωθεί ότι το Φ.Π.Α. επιστρέφεται στις εταιρείες και δεν αποτελεί κόστος για τις επιχειρήσεις.

Πρόκειται πραγματικά για μια **ανεπανάληπτη και οικονομικά συμφέρουσα ευκαιρία** που προσφέρεται για αναβάθμιση των Κυπριακών Επιχειρήσεων αφού το πραγματικό κόστος συμμετοχής, **αν δεν υπήρχε η επιχορήγηση της Αρχής, θα ήταν τουλάχιστο €1785 το άτομο.**

Προτρέπονται όλες οι επιχειρήσεις όπως εκμεταλλευθούν στο έπακρο την ευκαιρία για συμμετοχή στο εν λόγω πρόγραμμα.

Δηλώσεις Συμμετοχής:

Οι ενδιαφερόμενοι παρακαλούνται όπως συμπληρώσουν τη σχετική δήλωση συμμετοχής πατώντας **ΕΔΩ**, **το αργότερο μέχρι την Τρίτη 15 Νοεμβρίου 2022.**

Για περισσότερες πληροφορίες ή διευκρινίσεις μπορείτε να επικοινωνείτε με την κα. Ζωή Πιερίδου, Λειτουργό ΚΕΒΕ, στα τηλ. 22889746/ 22889715, email: z.pieridou@ccci.org.cy.

Με εκτίμηση,
Χρίστος Ταντελής
Ανώτερος Λειτουργός ΚΕΒΕ

ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ

- Με Επιταγή στο όνομα του ΚΕΒΕ
- Κατάθεση στους πιο κάτω λογαριασμούς:

ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: 0194-12-006537
IBAN NO.: CY 16 0020 0194 000 000 12 0065 3700
BIC: BCYPCY2N

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΑΡ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ: 121-01-013924-01
IBAN NO.: CY25005001210001210101392401
BIC: HEBCY2N

- Μέσω της Υπηρεσίας **JCC SMART** πατώντας στον σύνδεσμο: <https://www.jccsmart.com/e-bill/32522039>

*Η πληρωμή με μετρητά **δεν** γίνεται αποδεκτή, σύμφωνα με τους νέους κανονισμούς της ΑναΔ.

Το πρόγραμμα εγκρίθηκε από την ΑναΔ ως Ζωτικής Σημασίας. Οι επιχειρήσεις/οργανισμοί που συμμετέχουν με εργοδοτούμενους τους, οι οποίοι ικανοποιούν τις προϋποθέσεις της ΑναΔ, θα τύχουν της σχετικής επιχορήγησης.



ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

TUESDAY 22/11/2022

08:30 – 08:45 Registration

08:45 – 10:00 Introduction to Technical Content Marketing

This module provides a brief introduction to technical content marketing, explaining foundational concepts of content marketing and how this inter-relates to digital marketing strategy. Emphasis is provided on taking an integrated approach to technical content marketing and assuring adequate resources for this commensurate to the conversion challenges identified.

1. The online conversion cycle – the online linear sales funnel – the iterative sales funnel
2. Defining digital marketing strategy: audience definition and targeting
3. Defining digital marketing strategy: content development and distribution
4. Defining digital marketing strategy: channels, budgets and ROI
5. How Return on Investment (ROI) works: Traffic > Conversions > Sales
6. Case studies of successful content marketing

10:00 – 11:00 Technical Content Marketing: Audience Definition

This module begins with the market: the definition of audiences that each Cypriot enterprise will market towards. Each enterprise will have multiple audiences. Some will depend on their B2B, B2C, or B2B2C sales model. Demographic and purchase behaviour also play an important role.

1. Identifying and defining customer audiences using different data sources:
 - Own sales data and tacit knowledge on customers: use your internal data and customer understanding to define the audience
 - Review previous advertising campaigns or other promotional campaigns for audience insights
 - Use social media to define custom audiences and then lookalike audiences.
2. Segmenting (defining) audiences by different factors:
 - Purchase behaviour, including price and special offer sensitivity
 - Demographic data, including gender, age and socio-economic status
 - Affinity and aspirational marketing hypotheses, including brand awareness
 - Competitor observation
3. Using the Facebook Audience Network; Google Mirror Network
4. Workshop: Defining five key audience segments for each enterprise
5. Workshop: Assessing audience motivations and value

11:00 – 11:15 Morning Coffee Break

11:15 – 13:00 Content Marketing Products and Audience Tailoring

This module defines and demonstrates different content marketing products in light of different audiences. It requires each enterprise to make assumptions about the wants and needs of each audience in terms of content marketing products, channels and messages.

- Written content for passive search (e.g. references, testimonials)
- Written content for active distribution (e.g. news, articles)
- Written content for advertising and press releases (advertising messages and keywords)
- Written content for free distribution via social media and other websites
- Infographics, photos, and other media
- Video content for free distribution
- Video content for sponsored distribution
- Deciding on content distribution frequency and scheduling: editorial calendars and services
- Deciding on content distribution channels

~~Case Studies and Samples of News, Articles, Reports, Video Content from different segments~~

13:00 – 14:00 Lunch Break

14:00 – 14:45 Workshop: Drafting a News Article

In this module, each participating company will be asked to draft a news article. A 10-minute introduction will show the structure of a news article (or press release), comprising:

- Title (simple, with active verb)
- Summary
- Dateline
- Intro Paragraph
- News Body (4-5 paras)
- Closing Paragraph
- Contact Information

The companies will follow a strategic process for:

- Determining which corporate priority to write for
- Determining which audience to write for
- Determining which Call to Action or audience need to write for.

The news items will be saved and then reviewed and posted during the Company Visit, unless each company wants to do this sooner.

14:45 – 15:45 On-Page Search Engine Optimisation (SEO)

This module introduces the all-important component of search engine optimization, or the process of optimizing websites for high search engine rankings. We will start with on-page SEO, which refers to the actions taken on the website for better SEO results.

- Principles of search engine optimisation (SEO) – focus on Google Search
- Keyword selection and placement using Frequency-Prominence- Proximity-Density
- Article length
- Links within the website
- Headings and Title Tags
- Frequent content updates
- Domain name, domain age, registration, URLs and keywords
- Optimising using photos, ALT tags, and PDF attachments
- Google core web vital statistics: page loading time, mobile friendliness, etc.
- Schema and mark-up, including Google Tag Manager

15:45 – 16:00 Afternoon Coffee Break

16:00 – 16:30 Workshop: Using Google Keyword Tool Finder

We will use the free Google Keyword Tool Finder as a means of researching keywords and related keywords. We will then implement a short keyword frequency demonstration

16:30 – 17:00 Workshop: Using Google Search Console

Google Search Console is a free technical management tool by Google which any company can use. We will spend 30 minutes reviewing Search Console and showing how to:

- a. Develop a sitemap
- b. Demand indexing of certain pages
- c. Review Core Web Vital metrics such as loading time, page errors, and more

17:00 – 17:15 Discussion and Closing

We will conclude the day's training with reflection and discussion on the content taught and its relevance and challenges with implementation.

WEDNESDAY 23/11/2022

08:30 – 08:45 Registration

08:45 – 09:45 Principles of Off-Page SEO

In this module, we look at the principles of off-page SEO: the tools and techniques that support your search engine ranking not on your website, but on other websites.

- Content Posting on other Websites / Backlinking
- Domain Authority
- Traffic
- Google My Business
- Developing Website Ecosystems
- Other Off-Page Tools and Tactics

09:45 – 10:45 Workshop: Optimising a News Article

In this Workshop, we return to the news item created in yesterday's workshop. Each company will optimize the article based on the on-page SEO tactics discussed in yesterday's session. Each company will then define a plan for distributing the news article to the widest but most targeted network of audiences and discuss the off-page SEO impact of this.

10:45 – 11:00 Content Distribution Strategy

This module is an introduction to content distribution strategy. It provides an overview for the distribution methods discussed, and will be followed by detailed modules for each component.

- a. Social Media Distribution Strategy
- b. Advertising Distribution Strategy
- c. Influencer Distribution Strategy

11:00 – 11:15 Morning Coffee Break

11:15 – 13:00 Social Media Distribution Strategy

This module explores how to create and / or post content on popular social media channels including Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Youtube and TikTok. Some of the specific channels and sub-channels we will look at include:

- LinkedIn News/Posts vs Articles
- LinkedIn Profile and Page Completion
- Facebook Individual Profiles versus Pages
- Facebook Stories
- Twitter ALT tags
- Posting on third-party services such as Wikipedia, Medium

The content will include:

- Personal versus enterprise branding using content marketing in social media
- Understanding and selecting the social media ecosystem in terms of audiences, engagement, weekly posting frequency and time of the post/s
- Free posting on your page / profile / channel / stream
- Free posting in groups
- SEO of posting and graphic materials
- Generating transcripts for videos (SEO for videos)
- Managing multilingual posting
- Content recycling; repeat posting; building up to an event posting

13:00 – 14:00 Lunch Break

14:00 – 15:00 Advertising Distribution Strategy

This module explains how to use various advertising channels to distribute paid content. The advertising interfaces of the following platforms will be reviewed.

- Facebook Advertising
- Google PPC Advertising
- Google Display Advertising
- LinkedIn Advertising

15:00 - 15:45 Other Content Distribution Methods

This module will review other methods of distributing content.

- Email Newsletters
- Press Releases (paid)
- Referrer and Influencer Marketing

15:45 – 16:00 Afternoon Coffee Break

16:00 – 16:30 Workshop on Advanced Google Analytics

This module outlines the advanced functionality of Google Analytics. This is used as a “reality check” and incoming traffic confirmation for any paid services, such as traffic advertisements on Google.

- Custom Dashboard Configuration, including Advanced Views, Custom Filters and Custom Metrics using Google Analytics
- Event tracking and user behaviour
- Understanding and managing the Bounce Rate
- Understanding incoming traffic by source, type, keyword, incoming and outbound page
- Remarketing and Dynamic Remarketing

16:30 – 17:00 Workshop on SEMRush

SEMRush is one of the most advanced platforms available for search engine marketing and optimization. This company integrates decades of research in terms of search engine optimization and offers advanced functionalities. We will review the options offered on this platform as a complement to the free, Google Analytics and Google Search Console. It is important to note that SEMRush has a freemium model, and thus many key features, including an advanced site diagnostic, are available for free.

- Keyword Analysis and Research
- Domain Authority
- Competitor Analysis
- Content Marketing, including Optimisation and Analytics
- Page Ranking
- Internal and External Links
- Core Web Vital Site Audit
- Crawlability
- Speed & Performance

17:00 – 17:15 Conclusions and Closing

Developing an Action Plan for Technical Content Marketing

Tracking total effort, total return and ROI of Technical Content Marketing

Risks and final notes