



# DIGITĀLAIS MĀRKETINGS: KLIENTU PIESAISTES UN NOTURĒŠANAS STRATĒGIJAS

Ar treneri Agri Magonu

Kurss fokusēts un katra dalībnieka uzņēmuma vajadzībām: klientu piesaiste, segmentācija un personalizētas stratēģijas, izmantojot digitālo mārketingu.

## Kursa norise:

**16.aprīli**

9.00 – 17.00 (Klātienē)

**Dalības maksa:** 275 EUR + PVN

## Mērķauditorija

- Uzņēmumu vadītāji, mārketinga vadītāji

## IEGUVUMI DALĪBNIKĀM

- 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

## BIZNESĀ 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 klientu segmentācija?
- Kā klientu segmentācija uzlabo kampaņas rezultātus
- Kādas digitālā mārketinga metodes šobrīd tiek izmantotas?
- Kas darbojas, kas nedarbojas?
- SWOT analīze digitālajā mārketingā.

### Stratēģijas esošo klientu noturēšanai un aktivizēšanai

- Esošo klientu vērtība un lojalitātes veicināšana
- Digitālā mārketinga pieejas (personalizēti piedāvājumi, sociālo mediju komunikācija, lojalitātes programmas)

### Stratēģijas sadarbības veidošanai ar konkurentu klientiem

- Retargeting kampaņas
- 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 atrast jaunus klientus digitālajā vidē?

- Sociālo mediju reklāmas
- SEO stratēģijas jaunu auditoriju piesaistei
- Piedāvājumi jauniem klientiem

### 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)
- Kā veidot nepārtrauktu piesaistes procesu?
- Stratēģijas pielāgošana mainīgiem apstākļiem

[Vairāk informācijas par mācībām](#)



## DALĪBNIKU 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 uzsvarus un akcentē kļūdas, ko nepieļaut.
- Loti kvalitatīvas un piesātinātas mācības.
- Viņa apkopotā teorija, prakses piemēri - ļoti liels ieguvums dalībniekiem.