

iMA



MODADA E-TİCARET VE DİJİTAL PAZARLAMA

Profesyonel Gelişim
Programları

MODADA E-TİCARET VE DİJİTAL PAZARLAMA

Hızla gelişen dijital dünyanın gerisinde değil, hemen yanında yer alın.

Hazır giyim ve lüks moda segmentlerinin internet perakendeciliğindeki potansiyeli üzerine odaklanacak programda; dijital pazarlamadan, strateji yönetimine, arama motoru optimizasyonundan müşteri ilişkilerine, altyapı seçiminden fotoğraf sunumlarına kadar ilgili tüm başlıklarda temel bilgiler ve pratikte kullanılabilecek işlevsel tüyolar yer alıyor.

Dijital bir platform geliştirilmesine yönelik deneyim kazanacağınız bu program süresince sıfırdan bir e-ticaret projesi hazırlayacaksınız.

PROGRAMI TAMAMLADIĞINIZDA

- Dijital pazarlama ve e-ticaret uygulamalarına hakim olacak
- Bir e-ticaret sitesinin gereksinim duyduğu tüm temel süreçleri yönetebilecek ve yönetilmesini denetleyebilecek
- Dijital bir platform geliştirilmesine yönelik deneyim kazanacaksınız

PROGRAM İÇERİĞİ

Dijital Dünyaya Giriş

- Dijital dünya avantajları
- Online hedefler
- Kuruluş – pazarlama – analiz – optimizasyon
- Online yapı belirlenmesi
- Online stratejinin önemi
- Müşteri algısının önemi
- Planlamanın önemi

Dijital Dünyada Varolmak

- Web sitesinden beklenenler
- Web sitesini oluşturan parçalar
- Web sitesi ve hedefleriniz
- Do's and Dont's
- Blog hakkında

- Kurumsal yapı
- Şirket bilgileri ile internette var olmak ve önemi

- Arama motorları hakkında
- Çalışma şekilleri ve özellikleri
- Anahtar kelimeler ve önemi
- Organik arama sonuçları
- Reklamlı arama sonuçları
- Google arama motoru

- SEO hakkında
- SEO önemi
- SEO planlamanın önemi
- SEO işleyişi
- SEO hedefleri

- SEM hakkında
- Açık arttırma sistemi
- Anahtar kelime - fiyat teklifi - bağlantı - SEM puanı ilişkisi

Sosyal Medya

- Sosyal medya hakkında
- SM kanalları ve farkları
- SM hedefleri neler olmalıdır
- SM projelendirme

Pazarlama

- İçerik pazarlaması
- Müşterinizi tanıma
- Müşteriye yönelik çalışmalar
- Segmentation - targeting - retargeting
- İçerik oluşturma: görsel - metin - video
- E-posta pazarlaması
- Seçenekler
- CRM
- Dijital reklamlar
- Görüntülü ağ reklamları
- Arama reklamları
- Sosyal medya reklamları
- Sosyal medyada pazarlama
- Reklamlı / sponsorlu / ortaklı

Süre

1,5 ay (27 saat)

Gün ve Saat

Salı ve Perşembe
18:30 – 21:30

Program Dili

Türkçe

Moda - Marka İş Birlikleri

- Omni-Channel (Çoklu Kanal İletişiminde Moda Bakış Açısı ve Önemi
- Moda Dokunuşu - olmazsa olmazları
- Omni-channel (Çoklu kanal) iletişim öğeleri
- Moda Marka iş birliklerine lokal - global örnekler
- Projelerin yapım aşamaları: Brief - üretim - raporlama süreçleri

Analiz Yapmak ve Önemi

- Analiz araçları
- Analizin yararları
- Web trafiği analizi
- Direkt - organik - SEM - sosyal medya - e-mail
- Analizden çıkarım yapmak

E-Ticaret

- E-Ticaret Sistemleri - lokal ve global örnekler
- Doğru iletişim & yanlış iletişim
- E-Ticaret sistemlerine yeni nesil bakış açısı
- E-Ticarette yapılan başlıca hatalar
- E-Ticaret ve moda dokunuşu
- Web sitenizden, uygulamayondan, sosyal mecralardan e-ticaret

Dijital Platformlarda Yeni Nesil İletişim

- Hangi platformlar neden önemli?
- Hangi mecradan nasıl bir iletişim yapılmalı?
- Görsel içerik üretimi aşamaları
- Metinsel içerik üretim aşamaları
- Hangi sıklıkta ne tip içerik tüketiciyi yakalar?

Başvuru ve Kayıt

Katılımcılar mülakatla seçilir.

iMA İSTANBUL
MODA
AKADEMİSİ
İSTANBUL MODA ACADEMY

+90 212 219 41 41

istanbulmodaakademisi.com

info@istanbulmodaakademisi.com

facebook.com/istanbulmodaakademisi

instagram.com/istanbulmodaakademisi

twitter.com/imaacademy