

## IZVJEŠĆE S TEČAJA:

### DIGITAL MARKETING FOR EDUCATORS

11.11. – 16.11.2019.

Pafos, Cipar

U razdoblju 11.11. – 16.11.2019. godine pohađala sam tečaj „Digital marketing for educators“ u George Charalambous private institute ltd.. Institut je licenciran za provođenje ECDL treninga i ispita. Predavač je bio vlasnik instituta, Georgios Charalambous, certifikovan trener za informacijske i komunikacijske tehnologije.

Tečaj su, osim mene, pohađale kolege private osnovne škole iz Belgije, te nas je na tečaju bilo ukupno troje.

Tečaj je počeo upoznavanjem, međusobnom razmjenom iskustava, iznošenjem primjera dobre prakse ali i onoga što nije dalo očekivane rezultate u oblasti promocije i marketinga naših škola.

Obzirom da je digitalni marketing širok pojam koji se jednim svojim dijelom odnosi na SEO optimizaciju, Facebook i Instagram oglašavanje, PPC oglašavanje, blogove itd., tečaj smo počeli s osnovnom idejom digitalnog marketinga a to je da se za manje uloženog novca proizvod proda sa skoro pa jednako merljivim rezultatima.

Ono što se pokazalo kao jedna od najisplativijih, a ujedno najefikasnijih alata je oglašanje preko Google Ads-a. Alat pomoću koga kreiramo oglas, kreiramo ciljnu grupu kojoj će se taj oglas prikazivati do sitnih detalja (spol, godine, interesovanja, mjesto stanovanja...). Nakon par dana od kreiranja kampanje, a nakon što je prikupio podatke google daje rejting našoj kampanji i nudi rješenja tj.ukazuje na eventualne greške i razloge zbog kojih se napravljena kampanja u nekom parametru ne kotira dobro. Plaćanje se vrši tek kakon ostvarene interakcije sa oglasom od strane onog koji pretražuje. Interakciju određuje moderator oglasa, a može biti: klik na oglas - koji vodi na web stranicu, klik na “dugme” koji obično vodi direktno na kupovinu proizvoda itd.. Cjenu po kliku (PPC) određuje moderator i ona se u bilo kom trenutku može smanjiti ili uvećati. Jako je važno da se prate statistički podaci same kampanje i da oglas vremenom prilagođavamo situaciji tj mjenjamo spram izvještaja koje dobijamo od google-a, a pomalo i po našoj intuiciji. Ukoliko se kampanja kreira dobro i pažljivo odaberu ključne reči krajnji trošak može biti značajno umanjen.

Blog, kao jedan od najefikasnijih alata koji direktno utječu na rejting web stranice, bio je također jedna od tema šestodnevnog tečaja. Naš predavač, Georgios, naveo je kako smatra da je upravo redovno pisanje blogova povećao rejting na njegovoj web stranici, pa tako ko

god na Cipru pretražuje bilo što vezano za informacijske tehnologije, rad na računalima itd., velika je vjerovatnoća da će se upravo web stranica njegovog instituta pojaviti među prva tri rezultata u google pretraživaču. Kako bi bolje razumeli značaj pisanja članaka tj blogova objašnjeno nam je na način da je google velika baza podataka sačinjena od svih ljudi koji žele da daju svoj doprinos i napišu nešto iz oblasti koja je im je bliska. Nakon postavljanja članka, google prati rejting, provjerava ispravnost podataka i rangira članak spram rezultata tj doprinosa koji je on postigao. Što se više ljudi referira na naš članak, vraćaju se njemu, dele ga sa drugima, našu web stranicu google će bolje kotirati.

Za razliku od teksta koje koristimo prilikom dijeljenja objava na Instagramu ili Facebooku, koji bi po pravilu trebalo da budu što kraći, Blog je mjesto na kome možemo razrađivati određenu temu u više paragrafa jer je i broj posetilaca bloga manji ali ako je pravilno SEO optimiziran na toj stranici naći će se isključivo ljudi zainteresirani za temu o kojoj se piše.

Jedna od tema tečaja bili su Instagram i Facebook, kao jedna od najmasovnijih načina oglašavanja današnjice. Skoro da nema čovjeka i kompanije koja ne koristi jednu od te dvije mreže ili čak obje. Oba alata su odličan način promocije i reklo bi se neophodna za svako poslovanje. Kod te dve mreže fokus je najviše na fotografiji uz minimalno teksta koji treba da bude koncizan i primamljiv. I na jednoj i na drugoj mreži treba biti konstantno aktivan, privući nove pratioce i biti dovoljno zanimljivi da ne izgubimo već postojeće, zaključili smo.

Šta raditi kada nam ideje “presuše”? - jedna od tema koje je bila na redu. Pitanje koje muči svakog ko se bavi kreativnim poslom. Jedna od mogućih rješenja je besplatni web alat - Canva. U pitanju je platforma za grafički dizajn, kreiranje objava i prezentacija. Svako od nas je dobio zadatak da napravi po jednu objavu koristeći Canva alat.

Osvrt smo napravili i na korištenje digitalnih tehnologija unutar učionice. Poznato je da je učenje kroz igru jedan od efikasnijih načina za učenje, kako za djecu tako i za odrasle. Aplikacije Kahoot i Quizlet su odličan način da se na satu polaznici zabave i kroz različite kvizeve, koje aplikacije nude, puno toga nauče.

Nakon završenog tečaja smatram da je tečaj bio koristan u pogledu razmjene mišljenja i da je dijeljena iskustava sa kolegama koji se susreću sa sličnim problemima u poslovanju produktivno.

Miljana Dragović