



**Az online marketing nem  
bonyolult,  
csak rosszul mondják el Neked**

# ONLINE MARKETING / ONLINE MARKETING MENEDZSER KÉPZÉS

(Online Marketing Manager Training / Ausbildung zum Online-Marketing-Manager)

- Gyakorló szakembereink mutatják meg Neked, hogy mit kell tudni ma az **online marketingről**. Kiemelten foglalkozunk a **Facebook és Google Ads** hirdetési rendszereivel valamint expert szintig oktatjuk a **Google Analyticset**. (A tervezési alapoktól a mérésig a teljes folyamatot megismerheted).
- A saját ritmusodban, 4-5 hónap alatt kell elsajátítani mindazt, ami ahhoz kell, hogy önállóan tudj dolgozni – ez napi maximum 1 órás tanulást jelent.
- Minden tananyagunk és óránk **100% online** – így bárhonnán és bármikor tanulhatsz.

# Információk

(Online Marketing Manager Training / Ausbildung zum Online-Marketing-Manager)

Időtartam:

**1 éves hozzáférés**

**Economy – Online marketing képzés:**

200+ on-demand tartalom

**Premium – Online marketing menedzser képzés:**

350+ on-demand tartalom  
bootcampekkal

**Kapcsolat:**

Illyés Dániel

[daniel.illyes@webbyskill.com](mailto:daniel.illyes@webbyskill.com)

+36(30)-748-15-05

— **Online oktatási rendszerben** – nincs bejárás, nincs utazás – zajló képzés, mely szaktudásra a munkaerő piacnak szüksége van. A képzés végén **szerződött partnereinktől akár állásajánlatot is kaphatsz.**

— **Mission:** Azt gondoljuk, hogy a digitális technológia segítségével egy olyan nemzetközi szintű távoktatási megoldást tudunk felépíteni, ami lehetővé teszi, hogy bejárás, utazás a környezetünk további terhelése nélkül sajátíts el olyan ismereteket, amire nagy az igény a munkaerőpiacon és egyben olyan állásokat tudj megszerezni, amit otthonról is professzionálisan tudsz elvégezni.

A partnereinknél pedig olyan munkalehetőségek közül válogathatsz, ahol egyből használni is tudod a megszerzett tudásod.

— **Online marketing képzés**

(Online Marketing Manager Training / Ausbildung zum Online-Marketing-Manager)

A képzést a marketing és stratégiai alapfogalmaktól kezdtük el felépíteni, mert fontosnak tartjuk, hogy a tervezéstől kezdve minden lépést megmutassunk. A képzés gerincét a PPC előadások adják, ahol részletesen bemutatjuk mindkét felületet.

A Facebook és Google Ads PPC órák után következik egy Google Analytics blokk, hiszen a mérés ugyanúgy egy fontos eleme a teljes online marketing folyamatnak, mint a tervezés.



Saját ritmusodban



Gyakorlati példákon át



Akár saját feladataidat felhasználva



Csapatban vagy egyedül

## MARKETING 360

---

Marketing alapfogalmak  
Célcsoport-elemzés  
Termékpolitika  
Márka fogalmak  
Árpolitika és disztribúció  
Marketing kutatás  
Marketing kommunikáció  
Brief  
Trendek a marketingben

## DIGITAL MARKETING

---

Digitális világ  
Digitális marketing alapok  
Digitális kommunikáció  
Digitális üzlet

## KAMPÁNYTERVEZÉS

---

Tervezés alapok  
A tervezés lépései  
Médiatervezés  
Kreatív tervezés

## FACEBOOK OLDAL KEZELÉS

---

Facebook – magán és üzleti felhasználás  
Desktop és mobil megjelenítés közötti különbségek  
Messenger – Instagram – WhatsApp ismertetése  
A Facebook legfontosabb szolgáltatásai  
(Hírfolyam, Csoportok, Oldalak  
Messenger, Watch, Értesítések, Események, Marketplace, Társkereső  
Live stb. áttekintése)  
Facebook biztonsága – kétfaktoros hitelesítés  
Amit a Facebook algoritmusról tudni lehet

## FACEBOOK HIRDETÉSEK

---

**FACEBOOK BUSINESS MANAGER** - #elmélet #alapok #miez #létrehozás  
#setup #egyéb funkciók #gyakorlat  
**FIÓK LÉTREHOZÁSA** - #mi kell a hirdetési fiókhoz #fiók védelme #fizetési  
beállítások #gyakorlat  
**KAMPÁNYCÉLOK** - #cél kiválasztása #változások #típusok  
**AUKCIÓK** - #típusai #melyiket válaszd  
**CÉLKÖZÖNSÉGEK** - #célközönségek beállítása #típusok #célközönség  
létrehozás #gyakorlat  
**KONVERZIÓS BEÁLLÍTÁSOK** - #alapfogalmak #mi a konverzió #mi a Meta  
Pixel #konverziómérés beállítása #egyedi események #adatforrások  
összekapcsolása #gyakorlat  
**META ATTRIBÚCIÓS MODELLEK** - #miért fontos #attribúciós modellek  
**HIRDETÉSEK TÍPUSAI** - #típusok #beállítás #dinamikus hirdetések #tippek #  
gyakorlat  
**HIRDETÉSEK OPTIMALIZÁLÁSA** - #miért fontos #hogyan teszteljünk  
hatékonyan #KPI-k #Meta tanulási fázis #gyakorlat  
**ADVANTEGE + SHOPPING** - #Advantage+ Shopping Campaigns #mi kell  
hozzá #mikor használjuk #mikre figyeljünk

## GOOGLE ADS HIRDETÉSEK

---

Bemutatkozik a Google Ads  
Kereső kampányok & Kulcsszavak  
Display hálózat, videohirdetések és applikáció letöltési kampányok  
Ajánlattételi stratégiák  
Kampánytervezés és kampányok felépítése a gyakorlatban  
Közönségek létrehozása és licitálás, Konverziómérés

## MARKETING AUTOMATIZÁCIÓ

---

Mi a marketing automatizálás  
Hogyan épül fel egy MA folyamat  
Visszaigazoló/üdvözlő bemutató  
Win-back (reaktiválás)  
Esemény emlékeztetők, Retargeting  
Ecommerce MA scenáriók  
SMS Marketing automatizáció  
Kampány utóértékelés  
Integrációk

# Tematika



webbyskill



## **GOOGLE ANALYTICS (GA4)**

A Google Analytics bemutatása  
Fiók felépítés és setup  
Mutatószámok  
Forgalmi források elemzése  
Célok beállítása  
Google Analytics 4 update

## **GOOGLE ANALYTICS 4 – HALADÓ (Premium csomagban)**

Mikro és makrokonverziós rendszer Egyedi  
beállítások  
Egyéni csatornacsoportok  
Szegmensépítő Közönségek  
létrehozása  
Felhasználói élettartam, fizetési tölcser, promóció  
Kohorsz elemzés  
Felfedezések  
SEO riportok, Google Search konzol

## **PINTEREST (Premium csomagban)**

Mi a Pinterest?  
Pinterest felépítése  
Business fiók létrehozása  
Hirdetési szabályzat  
Elhelyezkedés , formátumok  
Licitlehetőségek, célzások  
Vásárlás  
Analitika  
Gyakorlat

## **LINKEDIN HIRDETÉS KÉPZÉS (Premium csomagban)**

Platform, regisztráció  
Oldalak, engedélyek  
Kampányfelépítés, típusok  
Célzás, pixel  
Metrikák, riportok  
Gyakorló feladatok

## **LINKEDIN KÉPZÉS (Premium csomagban)**

### **Mire és kinek való a LinkedIn?**

#Branding kialakítása #felhasználási módok  
#Nagyvállalati menedzsereknek #Értékesítőknek  
#Vállalatok tulajdonosainak #Social Media szakértőknek  
#HR munkatársaknak

### **A LinkedIn küldetése**

#mi valójában a LinkedIn #kialakulása szakértőknek #életkori  
megoszlás #piaci részesedés #Üzleti funkciók #alapvető  
adatok #képek használata

### **A linkedIn funkcióinak áttekintése**

#news feed #levelezés #Company Page

### **A LinkedIn felülete**

#a helyes regisztráció #a jó profilkép #a jó háttérkép  
#a jó profil oldal létrehozásának módja #LinkedIn Premium  
röviden

### **A LinkedIn és a munka**

#LinkedIn toborzás #CV letöltése #Professzionális profil oldal  
#részletes tanácsok a kitöltéshez

### **LinkedIn tevékenység megkezdése**

#mit tegyél lépésről lépésre #segédlet profil feltöltéshez  
#napi kommunikáció megkezdése  
#networking megkezdése #hálózatépítés #LinkedIn etikett  
#platform használati céljaid meghatározása

### **Aktív LinkedIn használat**

#mit tegyél ha fent vagy #Az AI használata  
#posztolási tippek #cikk írása

## **INBOUND MARKETING (Premium csomagban)**

Bevezetés az Inbound marketingbe  
Marketing stratégia 5 lépésben  
SMA-közösségi média automatizálás hatékonyan  
Milyen a tökéletes marketing csali(lead magnet)  
A hatékony landing page anatómiája  
Call-to-action(CTA) cselekvésre ösztönző gomb  
Lead Norturing – Érdeklődők adatainak gondozása  
Videlkedés alapú e-mail marketing  
Lead management analitikája  
AB tetsztelés

# Tematika



webbyskill



# Tematika

## GOOGLE TAG MANAGER (Premium csomagban)

Mire jó a Tag Manager  
Kezelőfelület  
Google Analytics beállítása  
Google Ads konverziókövetés, remarketing  
Facebook lap pxel bekötése  
Vásárlás mérése  
Kosárba rakás  
Free chat beépítése  
Telefonszámra , E-mail címre kattintás  
Enhanced e-commerce  
Kattintás ellenőrzése

## TIKTOK MARKETING

MIÉRT A TIKTOK?  
TARTALOMGYÁRTÁS  
FIÓKOK  
TRENDEK ÉS KIHÍVÁSOK  
INFLUENCER MARKETING  
TIPPEK  
TIKTOK ALAPOK  
FIÓKOK HIRDETÉSI TÍPUSOK  
KAMPÁNYOK FELÉPÍTÉSE  
METRIKÁK  
BENCHMARK  
BÓNUSZ

## SEO KÉPZÉS

SEO Alapok  
SEO Kulcsszavak  
SEO Tools  
UTM paraméterezés, AI  
SEO hasznosságok  
Tippek

## CRM RENDSZEREK (Premium csomagban)

CRM alapok  
Sales CRM felépítése, objektumokOldalak, engedélyek  
Egy opportunity rögzítése  
Sales pipeline  
Sales CRM demo  
Ügyfélszolgálati CRM + demo  
Sales Forecasting  
360 ügyfélkép  
Reporting  
Dokumentum és szerződés kezelés  
Advanced features  
Esettanulmányok

## eDM - E-mail marketing

Mire való az e-mail marketing?  
E-mail marketing trendek és szoftver típusok  
Egy e-mail marketing szoftver általános bemutatása (MailerLite)  
Online feliratkozási lehetőségek (manuális, importálás, form, popup) és GDPR  
Adatbázis műveletek (listák, szegmentálás, egyedi mezők, migráció)  
eDM szövegírási útmutatók  
E-mail hírlevél/eDm létrehozása, szerkesztése, sablonok, tesztelés  
Dinamikus tartalom, perszonalizálás, szöveg és kép műveletek  
Automatizálás az e-mail marketingben  
Kampány utóértékelés



webbyskill



# Tematika

## INFLUENCER MARKETING

Alapfogalmak  
IM kampány létrehozása  
Eredmények – Az IM mérőszámai  
IM kampány lebonyolítása – Hogyan keresed fel a tervezett együttműködőt , mikre figyelj  
Esettanulmányok és Out of the Box megoldások  
Influencer kampányok tágabb értelmezése

## AI MARKETING (Premium csomagban)

Bevezetés, AI kialakulása, működése  
AI modellek és használatuk  
Nyelvi modell működési elve, lehetőségei és korlátai  
Generatív AI technikák bemutatása a gyakorlatban  
Alkalmazási ötletek marketing kampányokban  
Hatékony tartalomkészítési technikák  
Ideális kreatív posztok és content calendar létrehozása  
Legnépszerűbb képalkotó promptok és technikák

## ADOBE PHOTOSHOP

BEVEZETÉS- #mire használható #kezelőfelület #munkaterület  
MUNKATERÜLET, PROJEKTEK - #elrendezés #vonalzó #segédvonalak #legfontosabb eszközök #előre beállított sablonok #több kép kezelése  
PROJEKTEK LÉTREHOZÁSA- #előre beállított sablonok #több kép kezelése  
ALAPVETŐ ESZKÖZÖK -#mozgató eszköz #méretezés #átalakítás #kijelölés  
SZÍNKEZELÉSI ESZKÖZÖK #pipetta #folt eszköz #ecset eszköz beállítása #színkitöltés #színkód #színátmenetek #téglalap eszköz  
KARAKTEREK - #karakterek létrehozása #szöveges tartalmak #beállítások  
SZÖVEGES EFFEKTUSOK - #árnyékok #textúrák #rétegstílusok #árnyékok  
RÉTEGEK KEZELÉSE - #hogyan működik #sorrend #rétegek kezelése  
MASZKOK - #rétegmaszk #maszkolási technikák  
AI HASZNÁLATA, CAMERA RAW - #generatív kitöltés #camera Raw  
KORREKCIÓS RÉTEGEK -#kitöltés #színátmenet #textúra #fényesség/kontraszt  
GYAKORLÓ FELADATOK - #hirdetések létrehozása

## INSTAGRAM

Az Instagram bemutatása  
Ig alapok  
Hatékony Insta posztolás  
Organikus elérés és influencerekkel való együttműködés  
Az algoritmus működésének megértése  
Az Ig eredmények elemzése



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

## 1. Online Marketing témakör – Alapozás:

**Az online marketing / a PPC / az elemzés alapfogalmai példákön.  
(Premium csomagban)**

Például mi a különbség? Látogatás és látogató, valamint egyedi látogató között? CT és CTR között? Kattintás és eredmény között?  
Mi az? PPC, CT, CTR, CPL, Time on Site, Bounce Rate stb.

## 2. Online Marketing témakör – Alapozás:

**Mitől sikeres egy online marketing aktivitás? Mérőszámok, eredmények, kimutatási módszertanok.  
(Premium csomagban)**

Vegyük alapul a realitást. A kommunikáció egy gazdasági fogalom. A kérdés, hogy az ebbe fektetett pénz megtérül-e és ha igen, akkor milyen mértékben?  
Mit mérj az online térben és miért? Hogyan mutass ki eredményt – ha van? Hogyan menedzsel a változásokat a kampányaidban? Mit tegyél és miért?

## 3. Online Marketing témakör – Alapozás:

**Az online marketing / a PPC / az elemzés alapfogalmai példákön.  
(Premium csomagban)**

Például mi a különbség? Látogatás és látogató, valamint egyedi látogató között? CT és CTR között? Kattintás és eredmény között?  
Mi az? PPC, CT, CTR, CPL, Time on Site, Bounce Rate stb.

## 4. Online Marketing témakör – Haladó:

**Az Adatvezérelt Marketing alapjai.  
(Premium csomagban)**

A vállalati, teoretikus online marketing aktivitásokkal kapcsolatos elképzelések vs. egy valódi éves aktivitás eredményei és befektetései.  
Miért lehet teljesen más, amit tervezel és amit majd megvalósítasz? Mikre figyelj oda, amikor éves tervezést végzel? Hol lehet rossz döntéseket hozni?

## 5. Online Marketing témakör – Haladó:

**Az Adatvezérelt Marketing eszköztára  
(Premium csomagban)**

Mi az: Adatvezérelt Marketing? Milyen adatokból dolgozol? Honnan szerezhetsz adatokat?

Mi az: Performancia Marketing? Mi a Lead Generation? Milyen részterületei és kulcsterületei vannak az Adatvezérelt Marketingnek? Mi az az agilitás az Online Marketingben?

## 6. Online Marketing témakör – Haladó:

**A Lead Generation részletei  
(Premium csomagban)**

Honnan érkezik, miért jött létre az Online Marketingen belül a Lead Generation? Alapmegközelítések. Mi az action / goal / eredmény?

Mi az un. User Journey? Mi az in-market date? Mi az a lead? És elemzünk lead adatbázist.

Terv és tény adatok összehasonlítása. Mi a lead menedzsment? (Nurturing)



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

**Premium csomagban 1 éves hozzáféréssel  
(A tananyag eltérhet az előre megadott tematikától)**

## **7. Online Marketing témakör – Haladó: A konverziók és azok számának növelése. (Premium csomagban)**

Konverzió és fajtái.  
ROI, (Return On Investment) ROAS, (Return On Ad Spending) Gyakorlati példák arra, hogy elméletben és gyakorlatban mi és miért más a kampányaidban. Mit hagysz ki a tervezésből és ezt miért kerül el?

## **8. Online Marketing témakör – Haladó: A fogyasztó > perszona > lead útja a vásárlásig (Premium csomagban)**

Persona felépítése egy képzelt esettanulmányon keresztül.  
Hány fázisa van egy personának, mielőtt vásárol? Hogyan tudsz tartalmat és üzenetet fejleszteni számukra.

## **9. Social Media – Alapozás: Social Media alapok (Premium csomagban)**

Mi a social media? A Social Media ereje globálisan? A közösségi média világszinten? Miért használják a Social Mediat? Social Media Magyarországon.

## **10. Social Media – Haladó: Brandek a közösségi térben. (Premium csomagban)**

A pozicionálás gyakorlati megvalósítása a social media-ban.  
Kreatívok fejlesztése adott pozícióban levő termékekre / szolgáltatásokra

## **11. Social Media – Haladó: Terjesztés / seeding / képviselet. Terjesztési gyakorlat. (Premium csomagban)**

Mi az a Web 2.0? Mi a Social Networking? Mi a virális hatás?  
Mi az / ki az a HUB? Márkaképviselet a közösségi térben.

## **12. Social Media – Haladó: Ingyenes képi és videós források és hogyan használd. (Premium csomagban)**

Ingyenes képforrások Tiktokra, Facebookra és Instagramra.  
Ingyenes videó források elsősorban Social Media felhasználásra.  
Olcsó, megfizethető hangok bármilyen platformra.



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

## **13. Online Marketing témakör – Expert: Hatékony landing oldalak megalapozása. (Premium csomagban)**

Önellenőrző kérdések? Sikerkritériumok meghatározása (KPI). Hogyan brifelj egy designert / UX-ert? Hogyan mutasd be az elképzeléseidet a fejlesztőknek. Alapgondolatok vázolója és annak a fejlesztése.

Állapítsd meg mire kell tervezned az oldalad?

## **14. Felhasználói élmény – Alapozás: Mobil landing készítése és a UX alapjai (Premium csomagban)**

Hatékony landing oldalak készítése. Milyen platformra tervezd az oldalad?

## **15. Felhasználói élmény – Alapozás: A User Experience Design (UX) 1. (Premium csomagban)**

Mi a User Experience Design? Mi az a felhasználói élmény? Miért kötelező foglalkoznod vele?

Oldalstruktúrák elemzése. Élő oldalak elemzése. „Arany szabályok”, követendő példák, mit kerülj el – ha lehetséges.

## **16. Felhasználói élmény – Alapozás: User Experience Design (UX) alap összefüggései (Premium csomagban)**

Különböző weboldalak, webshopok elő elemzése felhasználói élmény (UX) szempontból.

Brand és szín guide szerepe és fontossága a websitók fejlesztésekor.

**Premium csomagban 1 éves hozzáféréssel  
(A tananyag eltérhet az előre megadott tematikától)**

## **17. Felhasználói élmény – Haladó: User Experience Design (UX) haladó összefüggései (Premium csomagban)**

Különböző weboldalak, webshopok elő elemzése felhasználói élmény (UX) szempontból.

Hard, soft és green zónák. Menük elemzése. Regisztrációs felületek kialakítása.

## **18. Felhasználói élmény – Haladó: Drótváz készítés esettanulmányon keresztül. (Premium csomagban)**

Egy képzeletbeli esettanulmány alapján, egy drótváz elkészítésének előkészületei. Hogyan csináld? Egyedül és csapatban. Skicceléshez, drótvázkészítéshez tippek. Ismert oldalak strukturális elemzése. Gombok és CTA-k (Call to Action) felületek.



webbyskill



# Élő online bootcamp -ek

## 19. Felhasználói élmény – Haladó: Mi a különbség a drótváz / layout / prototípus között? (Premium csomagban)

Mi a drótváz?  
Mi a szöveghelyes drótváz?  
Mi a layout / design / webdesign  
Mi a prototípus?

## 20. Felhasználói élmény – Haladó: Szektoriális (UX) példa elemzések előre kiválasztott éles portálok felhasználásával (Premium csomagban)

Portál UX elemzés a beauty szektorból 1. (Fakultatív)  
Portál UX elemzés a beauty szektorból 2. (Fakultatív)

## 21. Online Marketing témakör – Haladó: A tölcser a digitális térben (Premium csomagban)

Általános hiedelem, hogy a tölcser, egy tárgy és a digitális térben is úgy történik minden, mint a tölcserben a valóságban. De sajnos nem. A digitális tölcser valódi működése.  
Az attribúciós modell nagyon egyszerűen. Mit csinál a fogyasztó, mielőtt vásárolna nálad?

## 22. Online Marketing témakör – Haladó: A kreatívok mérése hatékonyság céljából (Premium csomagban)

Mit szeretnénk mérni?  
Kreatív A/B teszt. Célok A/B teszt. Célcsoport A/B teszt. CTA A/B teszt. A multivariációs kreatív teszt. Kreatív kampány template.

\* A változtatás jogát fenntartjuk! előfordulhat, hogy olyan trendek, változások állnak be a piacon, vagy olyan igény fut be a hallgatók részéről, ami módosíthatja a tematikát és / vagy annak sorrendjét.

\*\* A bootcampek pontos kezdődőpontjairól e-mailben adunk tájékoztatást.

\*\*\* ONLINE előadás formájában mutatjuk be a bootcamp előadásainak anyagát

## 23. Online Marketing témakör – Haladó: User Journey A/B tesztje (Premium csomagban)

Egy Webbskill user journey esettanulmány ki elemzése  
Regisztrációs folyamat átbeszélése.

## 24. Online Marketing témakör – Expert: Optimális user journey tervezése (Premium csomagban)

Mi az az „UML”?  
Egy egyszerű lead generáló folyamat modelljéből indulunk ki és hét összetettségű fázison keresztül mutatjuk meg, hogy milyen kampányokat építhetsz fel a tervezőasztalon.

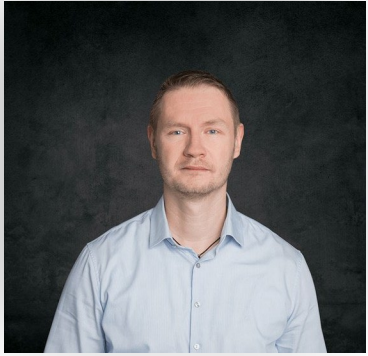
## 25. Online Marketing témakör – Expert: Optimális üzleti folyamat tervezése (Premium csomagban)

Mi az az „BPMN”? (Business Process Management) és hogyan használd alapvető üzleti folyamat tervezésre? Természetesen az online marketing témaköréhez közel eső folyamatok tervezéséhez.  
Egy tetszőleges üzleti folyamat közös megtervezése.



webbskill





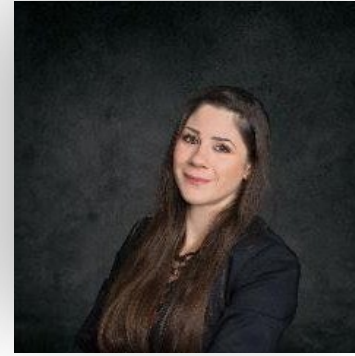
**Bánki Attila**  
Vermis alapító & tulajdonos,  
Ügyvezető



**Dr. Jenes Barbara**  
Tanszékvezető  
egyetemi docens



**Harsányi Dávid**  
Egyetemi docens



**Pálhidy Fruzi**  
Senior PPC expert



**Berényi Konrád**  
Marketing tanácsadó



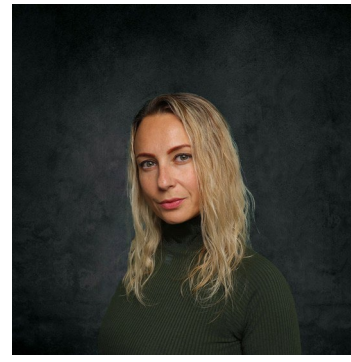
**Damjanovich Nebojsa**  
Marketing tanácsadó



**Szántó Zsófi**  
Digital Strategist



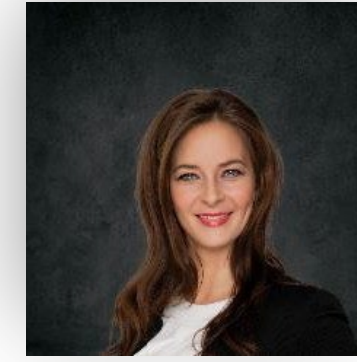
**Balog Adrienn**  
Social media specialist



**Kunsztman Nicole**  
Social media szakértő



**Jernei Bence**  
PPC Specialist



**Filó Angéla**  
Marketing Director



**Arany János**  
Marketing szakértő



**Várkondi László**  
Tulajdonos & CEO



**Sallai Dani**  
Communication expert

**Előadók**



**webbyskill**