

Vrijeme	Tema	Ključna pitanja
DAN 1		
10:00 – 10:15	Dolazak	
10:15 – 11:00	Artikulacija strategije za digitalne komunikacije	Kako ključne ciljeve organizacije formulisati u akcioni plan u digitalnom okruženju
11:00 – 11:10	Pauza, Food4Thought - razmišljanje o postavljenom problemu tokom pauze	Postavljanje konkretnog problema na temu prethodnog modula
11:10 - 11:15	Prezentacija rešenja	
11:15 - 12:00	Informaciona arhitektura, Web dizajn (Specifikacija web sajta) Postavljanje Landing strane na WordPress (Implementacija specifikacije)	Kako definisane ciljeve, ciljne grupe i teme pretočiti u informacionu arhitekturu (taksonomiju pojmova) koja će se koristiti na svim web platformama organizacije ili projekta
12:00 – 12:10	Pauza: Razmišljanje o postavljenom problemu tokom pauze	Postavljanje konkretnog problema na temu prethodnog modula
12:10 – 12:15	Prezentacija rešenja	
12:15 - 13:00	Optimizacija za pretraživače, on-site i off-site	Kako web sajt optimizovati za vidljivost u pretraživačima. Kako koristiti društvene medije, blogove i druge eksterne web lokacije za optimizaciju ciljanih stranica na svom sajtu za dobro kotiranje u pretrazi
13:00 - 14:00	Ručak, Food4Thought	Postavljanje konkretnog problema na temu prethodnog modula
14:00 - 14:15	Dolazak, Prezentacija rešenja	
14:15 – 15:00	Analitika i konverzija (Conversion Goal, A/B Test, Biranje boljeg rešenja)	Kako podesiti alate za analizu saobraćaja i konverzije na ciljnim stranama na sajtu
15:00 - 15:10	Pauza, Food4Thought - razmišljanje o problemu tokom pauze	Postavljanje konkretnog problema na temu prethodnog modula
15:10 – 15:15	Prezentacija rešenja	
15:15 – 16:00	Postavka profila na društvenim medijima	Kako definisati lične i organizacijske/projektne profile na ključnim društvenim medijima, i integrisati ih sa sajtom i sadržajem
16:00 – 16:10	Pauza, Food4Thought - razmišljanje o problemu tokom pauze	Postavljanje konkretnog problema na temu prethodnog modula
16:10 – 16:15	Prezentacija rešenja	
16:15 – 17:00	Kampanje na društvenim medijima: Organske i plaćene	Kako voditi kampanje sa konkretnim ciljem (konverzija) na pojedinačnim društvenim medijima. Kako i gde ulagati, kada postoji budžet
17:00 – 17:10	Pauza, Food4Thought - razmišljanje o problemu tokom pauze	Postavljanje konkretnog problema na temu

		prethodnog modula
17:00 – 17:15	Prezentacija rešenja	
17:15 – 18:00	Alati za upravljanje društvenim medijima	Prezentacija i pokazna vežba za korišćenje nekoliko ključnih alata, za lakše upravljanje kampanjama na društvenim medijima
18:00 -	Q&A, Diskusija	
DAN 2		
10:00 – 10:15	Dolazak	
10:15 - 11:45	Kreiranje digitalne strategije <ul style="list-style-type: none"> - Artikulacija ciljeva - Specifikacija sajta (landing strane) - Postavka društvenih profila - On Site SEO (ključne reči, metadata) - Off Site SEO (Nedeljni raspored za social posting, blogging, link building) - Postavljanje konverzije tačke (Kupi, Pretplati se, Lajkuj...) - Postavljanje A/B Testa (Jedan ili više) 	Učesnici prave digitalne strategije za svoje projekte, sajtove, koristeći znanje stečeno prethodnog dana. Mentorstvo i diskusija sa svakim učesnikom/timom.
11:45 – 12:00	Pauza, Networking	Učesnici međusobno diskutuju o sastavljenim strategijama
12:00 – 13:00	Grupna analiza svake pojedinačne strategije	Svaki od učesnika diskutuje svoju strategiju sa grupom. Predlažu se izmene, nove ideje, alati
13:00 – 14:00	Ručak	
14:00 – 15:00	Nastavak grupne analize svake pojedinačne strategije	Svaki od učesnika diskutuje svoju strategiju sa grupom. Predlažu se izmene, nove ideje, alati
15:15 – 15:30	Pauza	
15:30 – 17:00	Testiranje strategija	Učesnici počinju da implementiraju svoje strategije, pokušavaju da dođu do prvih povratnih informacija, koje će koristiti da nastave sa implementacijom nakon radionice
17:00 - 17:15	Pauza	
17:15 - 18:00	Wrap up, Q&A diskusija	