

## Mam sprawę...

Bardzo chcę rozwinąć swoje umiejętności i dać firmie nową jakość.

Dlatego chcę wziąć udział w konferencji Mail My Day.

**Dlaczego warto zainwestować w to wydarzenie?**



Poznam najlepsze praktyki w email marketingu, social mediach i rozgryzę case study najlepszych w branży



Wykorzystam zdobytą wiedzę w pracy



Dzięki materiałom pokonferencyjnym podzielę się wiedzą z kolegami i koleżankami w pracy



Dowiem się co należy zrobić, zanim wejdzie RODO



Zyskam wartościowe kontakty biznesowe



Wezmę udział w praktycznych warsztatach, które uzupełnią moją wiedzę po prelekcjach



W dniu warsztatowym eksperci/trenerzy/specjaliści wyjaśnią mi zawłościz związane m.in. z email marketingiem, Google Analytics i reklamą na Facebooku



Wzrośnie moja motywacja do pracy ;)



Email marketing się opłaca - jedna wydana złotówka przynosi średnio 38 złotych zysku. Jeśli nasza firma nie wykorzystuje tego kanału w pełni, to dowiem się, jak to zrobić

# Ile kosztuje udział?

Pakiet konferencja

●  
**499** PLN netto

Kup bilet

Pakiet konferencja+warsztaty

●  
**799** PLN netto

Kup bilet

Pakiet grupowy konferencja

●  
**1299** PLN netto

Kup bilet

Pakiet grupowy konferencja +warsztaty

●  
**1999** PLN netto

Kup bilet

udział w konferencji

udział w konferencji

udział w konferencji dla 3 osób

udział w konferencji dla 3 osób

catering

catering

catering dla 3 osób

catering dla 3 osób

materiały konferencyjne

materiały konferencyjne

materiały konferencyjne dla 3 osób

materiały konferencyjne dla 3 osób

materiały pokonferencyjne

materiały pokonferencyjne

materiały pokonferencyjne dla 3 osób

materiały pokonferencyjne dla 3 osób

udział w After Party

udział w wybranym warsztacie

udział w After Party dla 3 osób

udział w wybranych warsztatach dla 3 osób

udział w After Party

udział w After Party dla 3 osób

# Czego nauczę się podczas prelekcji?



Maciej Orłowski



5 najczęstszych błędów popełnianych podczas prezentacji



Paweł Sala



Email Marketing 2018



Alexa Hubley



Lessons in Customer Marketing...From Watching Romantic Comedies



Artur Jabłoński



Generowanie leadów przez Facebooka



Artur Kurasiński



10 porad jak zbudować wierną społeczność wokół cyklu wydarzeń za pomocą email marketingu



Maciej Lewiński



Wiele razy powtarzane kłamstwo staje się prawdą, czyli o konwersji mobile



Maciej Budzich



Dlaczego nam nie wyszło... [Case Study kampanii Biblii Audio]



Jan Zajęc



W cieniu gigantów? Google, Facebook i rynek reklamowy



Szymon Słowik



Jak połączyć siłę e-mail marketingu i SEO w kampaniach lead generation?



Agnieszka Grzesiek-Kasperczyk



Udowodnię Ci, że RODO zrozumie dwulatek



Łukasz Kozłowski



Optymalizacja konwersji na stronie e-commerce



Maciej Płonka



Jak zaprojektować skuteczny formularz?



Grzegorz Miłkowski



Budowanie strategii content marketingowej



Łukasz Chwiszczuk



Kampanie AdWords jako uzupełnienie mailingu. Ogromny potencjał niewykorzystywanych możliwości



Bartłomiej Rak



Wycieczka górską z Polar Sport, czyli jak radzimy sobie na e-mail marketingowym szlaku



Grzegorz Nowak



Na czym polega model omnichannel i customer experience



Aleksandra Jakubek



Segmentacja i personalizacja w email marketingu



Marcin Kociuba



Lead generation i lead nurturing - od czego zacząć?



Szymon Odolanowski



Efektywny email marketing w B2B



Gabriela Wolak



Email marketing bez tajemnic



Mateusz Zapała



Lead generation i lead nurturing - od czego zacząć?



Elżbieta Krupa



Email marketing bez tajemnic

# Czego nauczę się na warsztatach?

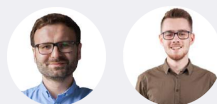
Email marketing  
bez tajemnic



Gabriela Wolak  
Elżbieta Krupa

FreshMail

Lead generation  
i lead nurturing  
- od czego zacząć?



Marcin Kociuba  
Mateusz Zapała

FreshMail

Google Analytics  
dla początkujących



Maciej Lewiński  
Akademia Analytics

Efektywne i skuteczne  
kampanie  
na Facebooku



Artur Jabłoński  
ArturJablonski.com

Efektywny email  
marketing w B2B



Szymon Odolanowski  
FreshMail

E-mail marketing  
zgodny z RODO



Agnieszka Grzesiek  
-Kasperczyk  
MyLo

Generowanie  
sprzedaży poprzez  
Google AdWords



Łukasz Chwiszczuk  
MediaGroup

Google Analytics  
dla zaawansowanych



Maciej Lewiński  
Akademia Analytics

Budowanie strategii  
content  
marketingowej



Grzegorz Miłkowski  
Content House

Segmentacja  
i personalizacja  
w email marketingu



Aleksandra Jakubek  
FreshMail

Optymalizacja  
konwersji na stronie  
e-commerce



Łukasz Kozłowski  
Shoper







To idealny czas na zdobycie  
nowej wiedzy. Umożliwisz mi to?

[Kup bilet na mailmyday.pl](https://mailmyday.pl)

Pozdrawiamy, zespół

