

Программа консультаций по теме «Интернет-маркетинг»

Описание курса

Модуль 1 || Введение в интернет-маркетинг

- Что такое маркетинг
- Цифры в маркетинге и что маркетингом не является
- Основные инструменты интернет-маркетолога
- Основные термины и определения
- Комплекс маркетинга 5P, 6P
- Рынок. Основные виды рынка.
- Составляющие рынка: спрос, предложение, прибыль
- Кто Ваш клиент?
- Виды пользователей в интернете.

Модуль 2 || Целевая аудитория

- Что такое целевая аудитория ?
- Что такое сегментация и методы сегментации?
- Для чего исследовать целевую аудиторию. Методы анализа ЦА.
- Кто Ваш клиент, какую проблему и как он пытается решить?
- Что такое метод персонажей ?
- Построение карты персонажей. Где собирать информацию?
- Продукт , ценность продукта.
- Составление карты продукта с помощью сервиса Xmind

Модуль 3 || Взаимодействие с клиентом

- CJM. Точки контакта.
- Что такое CJM ?
- Что такое точки контакта?
- Как строится CJM ?
- Постановка цели по SMART

Модуль 4 || Оценка рентабельности ниши. Анализ рынка и конкурентов. Сильные и слабые стороны

- Анализ рынка и конкурентов/ Оценка рентабельности ниши
- Что такое рентабельность и как ее рассчитать?
- Что такое конверсия в продажу, средний чек, возврат инвестиций?
- Декомпозиция
- Метод прогноза числа кликов
- Анализ рынка (конкурентов). Сравнительный анализ.
- Методы изучения. SWOT анализ.
- Методы изучения. Диаграмма Венна.
- Анализ сайтов конкурентов.
- Инструменты сбора данных.

Модуль 5 || Анализ конкурентов в социальных сетях

- Что такое тренд?
- Характеристики ниши (сезонность, на какой стадии тренда находится)
- Использование сервисов Wordstat, Google trends, Popsters для конкурентного анализа.
- Анализировать конкурентов в YouTube и выделить критерии оценки.

Модуль 6 || Воронки продаж

- Что такое воронки продаж?
- Как создавать воронки ?
- В каких случаях воронка будет эффективна?
- Принципы работы воронок.
- Разберете такие понятия как: лидмагнит, трипваер, основной продукт.
- Узнаете что такое КЭВ.
- Какие задачи выполняет реклама и задачи сайта

Модуль 7 || Матричный анализ. Фреймворки

- Фреймворки. Что это такое и стратегии их использования .
- Фреймворки AARRR и RARRA. Их преимущества и недостатки.
- Концепция JTBD
- Quality Function Deployment/ Использование QFD. Порядок построения.
- Маркетинговый метод RDB

Модуль 8 || УТП .Выбор типа системы привлечения клиента. Темпераменты пользователей в соц.сети

- УТП (уникальное торговое предложение)
- Критерии успешного УТП
- Формирование УТП
- Ошибки при составлении УТП
- WOW — фактор
- Распределение пользователей в сети (по темпераменту)
- Выбор стратегии привлечения клиента.

Модуль 9 || Структура посадочной страницы. Прототипирование (Бальзамик). Основы копирайтинга

- Модель продаж AIDAS
- Пирамида Минто
- Формула движения к покупке
- Элементы первого экрана (дескрипт, логотип, заголовок, выгоды, призыв к действию, идентификация пользователя)
- Триггеры в выгодах
- Правила написания заголовков.
- Элементы лендинга.

- Прототипирование. Работа в Balsamiq.

Модуль 10 || Дизайн и оформление посадочной страницы. Работа с фрилансерами

- Основные принципы дизайна.
- Оформление текста
- Типографика
- Оформление формы захвата
- Оформление главной кнопки
- Оформление триггеров
- Оформление продукта
- Отзывы. Тонкости написания и оформления.
- Страница «Спасибо»
- Стратегия работы с фрилансерами.

Модуль 11 || Разработка проекта посадочной страницы (Тильда)

- Как создать лендинг
- Шапка и футер лендинга
- Якоря и ссылки внутри страницы
- Формы приема данных
- Работа с ZERO — блоком
- Как повысить конверсию на лендинге

Модуль 12 || E-mail маркетинг

- Что такое E-mail маркетинг
- Особенности E-mail маркетинга
- Сбор базы для E-mail рассылок
- Сегментация базы
- Виды электронных рассылок
- Транзакционные и триггерные рассылки.
- KPI. Советы по достижению
- Репутация отправителя.
- Сервисы: Sendpulse, SpamAssasin, PutsMail, Bonus-track: email blueprints (от гиганта MailChimp), Postmaster, Preamailer

Модуль 13 || Правила хорошего тона маркетолога

- Как написать резюме
- Подготовка к общению с клиентами
- Первая встреча, брифинг, медиапланирование
- Презентация проекта
- Основные точки беспокойства клиента.

Модуль 14 || Введение в SEO

- Место SEO в интернет-маркетинге
- Основные понятия

- Поисковые системы
- Факторы ранжирования
- Виды сайтов

Модуль 15 || Системы аналитики

- Google Analytics и Яндекс.Метрика
- GSC и Вебмастер
- Основные отчёты
- Настройка дашборда

Модуль 16 || Семантическое ядро

- Что такое СЯ, зачем и когда его собирать
- Запросы и интент
- Сервисы для сбора семантики
- Создание семантического ядра

Модуль 17 || Текстовая оптимизация

- Зоны документа
- Определение основы и хвостов
- Вхождения ключей
- Метатеги. Правила написания
- Виды контента
- Работа с копирайтером

Модуль 18 || Технический аудит сайта

- Чек-лист технического аудита
- Сервисы для проведения аудита
- Исправление ошибок

Модуль 19 || Введение в PPC

- Введение в контекстную рекламу
- Основные понятия
- Виды контекстной рекламы
- Ключевые слова
- Структура объявлений
- Правила написания заголовков и текста
- UTM-метки

Модуль 20 || Настройка рекламы в поиске

- Кабинеты Google Ads и Яндекс.Директ
- Группировка ключевых слов
- Настройка в Google Ads
- Настройка в Яндекс.Директ

Модуль 21 || Настройка рекламных кампаний в сетях

- Основные положения о рекламе в РСЯ
- Принципы работы РСЯ
- Объявления для РСЯ
- Настройка РСЯ
- Настройка смарт-баннеров
- Настройка КМС

Модуль 22 || Анализ рекламных кампаний

- Отчёты Google Ads
- Отчёты Google Analytics
- Способы оптимизации кампаний в Google Ads
- Отчёты Яндекс.Директ
- Отчёты Яндекс.Метрика
- Способы оптимизации кампаний в Яндекс.Директ

Модуль 23 || Введение в SMM

- SMM и его роль в маркетинге.
- Термины, которыми следует научиться оперировать.
- Стратегии, задачи и цели SMM.
- SMM в воронке продаж и связь с другими digital-инструментами.
- Виды и способы коммуникации с аудиторией.
- Tone of voice.
- Тренды и антитренды в SMM 2021 года.

Модуль 24 || Стратегия

- Выбор стратегии, целей и задач.
- Сервисы, которые помогут исследовать рынок и конкурентов.
- Рубрикатор и другие инструменты SMMщика.
- Формула поста (из чего состоит и что влияет на охватность).
- Триггеры, которые работают в социальных сетях.
- Конкурсы, посевы и другие способы сбора аудитории на странице.

Модуль 25 || Контент

- SMO в online и offline.
- Роль контента в SMM.
- Виды контента.
- Ситуативка. Провокационный контент
- UGC – пользовательский контент.
- Составление медиаплана для продвижения в соц сетях.
- Контент-план для сторис.

Модуль 26 || Таргетированная реклама

- Что такое таргетированная реклама.

- Виды таргетированной рекламы в социальных сетях.
- Цепочка касания с клиентом.
- Кейсы по выбранным тематикам.
- Создание креативов для таргета.

Модуль 27 || Настройка РК в Facebook и Instagram

- Виды страниц и способов продвижения в ОК.
- Виды рекламы в ОК.
- Таргетированная реклама в ОК и через My Target.
- Продвижение поста и работа в рекламном кабинете My Target.

Модуль 28 || Настройка РК в VK

- Различные типы сообществ в ВКонтакте.
- Возможности ВКонтакте, которые нужно знать.
- Работа в рекламном кабинете.

Модуль 29 || Настройка РК в ОК и My Target

- Виды страниц и способов продвижения в ОК.
- Виды рекламы в ОК.
- Таргетированная реклама в ОК и через My Target.

Продвижение поста и работа в рекламном кабинете My Target.

Модуль 30 || TikTok, Youtube и аналитика

- Обзор TikTok.
- Обзор YouTube.
- Подведение итогов.
- Ответы на вопросы.

Каждое занятие включает практические и домашние задания. По окончании курса вы получаете сертификат (PDF-формат).

Мы подготовили для вас примеры выполненных домашних заданий и много полезного контента по интернет-маркетингу. Для получения нужно перейти и подписаться на чат-бота в [Telegram](#).