

Программа онлайн-курса «ТРАФИК-МЕНЕДЖЕР»

ВКонтакте

Бонус. Подготовительный блок «Таргетированная реклама ВКонтакте». 2 часа 20 минут

Урок 1. Вводный урок

Урок 2. Виды обложек для сообществ

Урок 3. Адресная строка и название сообщества

Урок 4. Статус сообщества

Урок 5. Кнопка действия

Урок 6. Закрепленная запись

Урок 7. Разделы сообществ ВКонтакте и полезные сервисы

Урок 8. Сообщения сообщества и приложения сообществ ВКонтакте

Урок 9. Приложения сообществ

Урок 10. Виджет сообщества

Урок 11. Структура рекламного кабинета ВКонтакте и пополнение бюджета

Урок 12. Подключение пикселя

Урок 13. Как предоставить доступ к рекламному кабинету стороннему специалисту

Основной блок

Таргетированная реклама ВКонтакте

Модуль 1. Подготовка к таргетированной рекламе. 27 минут

Урок 1. Что надо запомнить перед продвижением

Урок 2. Кто ваша целевая аудитория?

Урок 3. Теплота целевой аудитории

Урок 4. Куда вести трафик

Модуль 2. Обзор рекламного кабинета ВКонтакте. 2 часа 51 минута

Урок 5. Форматы рекламы ВКонтакте

Урок 6. Основные рекламные цели

Урок 7. Таргетинг по демографии и геолокации

Урок 8. Таргетинг по интересам, поведению, сообществам и активностям

Урок 9. Таргетинг по ключевым словам

Урок 10. Таргетинг по товарам

Урок 11. Таргетинг по должностям, ВУЗам, музыкантам, приложениям и устройствам

Урок 12. Сохранение аудиторий

Урок 13. Варианты работы со ставками

Урок 14. Ретаргетинг и похожие аудитории

Урок 15. Настройка формы заявок

Урок 16. Пошаговый запуск рекламной кампании

Модуль 3. Алгоритм работы с парсерами на примере TargetHunter. 1 час 53 минуты

Урок 17. Общие принципы работы

Урок 18. Поиск сообществ с целевой аудиторией

Урок 19. Расширение аудитории за счет анализа семантики

Урок 20. Базовый алгоритм парсинга широкой и вовлеченной аудиторий

Урок 21. Парсинг аудиторий для B2B и других направлений

Урок 22. Важнейшие инструменты анализа и фильтрации TargetHunter

Урок 23. Продвинутое технологии работы: автоматизация, кейсы

Урок 24. Альтернативный вариант парсинга аудиторий

Модуль 4. Изображения для таргетированной рекламы. 1 час

Урок 25. Основные принципы работы с изображениями

Урок 26. Изображения-результаты и изображения-процессы

Урок 27. Изображения-юмор и изображения-товар

Урок 28. Изображения-места и изображения с целевой аудиторией

Урок 29. Изображения лидеров мнений и изображения-анalogии, узнаваемые образы

Урок 30. Изображения с намеком на секс, креативные изображения и

изображения-тренды

Модуль 5. Тексты для таргетированной рекламы. 1 час

Урок 31. Какой может быть оффер

Урок 32. Базовые формулы написания промпостов

Урок 33. Нестандартные решения в написании текстов

Урок 34. Тексты для теплой и горячей целевых аудиторий

Урок 35. Какие тексты какие задачи решают

Урок 36. Работа с тизерами

Модуль 6. Масштабирование рекламных кампаний. 30 минут

Урок 37. Как долго можно избегать выгорания

Урок 38. Пять способов масштабирования рекламных кампаний

Урок 39. Персонализация креативов

Модуль 7. Анализ рекламы и оптимизация. 40 минут

Урок 40. Таблица с основными показателями

Урок 41. Как проводится тестирование рекламы

Урок 42. Подводные камни тестирования

Урок 43. Что исправлять, когда результаты неудовлетворительные

Урок 44. Что смотреть, если трафик идет на сайт

Бонус-урок

- Ольга Офицерова. Изучаем конкурентов в ВК с помощью магии. Практический мастер-класс

Реклама в Яндекс.Директ. 7,5 часов

Модуль 1. Яндекс.Метрика

Урок 1. Создание, настройка счетчика и целей в Я.Метрике

Урок 2. Аудит Я.Метрики

Модуль 2. Создание аккаунтов

Урок 3. Обзор аккаунта в Я.Директ

Урок 4. Обзор нового интерфейса

Модуль 3. Анализ целевой аудитории

Урок 5. Теплота аудитории и типы ключевых слов, в зависимости от теплоты аудитории

Урок 6. Анализ сегментов ЦА, выбор ядра

Модуль 4. Семантическое ядро

Урок 7. Операторы яндекса, как яндекс понимает русский язык

Урок 8. Сбор семантического ядра

Урок 9. Чистка и группировка ключей для Поисковой кампании

Урок 10. Сбор минус-слов и минус-фраз

Урок 11. Сбор ключей для РСЯ

Модуль 5. Подготовка объявлений

Урок 12. Анализ рекламы конкурентов

Урок 13. Подготовка черновика объявлений

Урок 14. Как написать эффективное объявление для повышения продаж

Модуль 6. Настройка и запуск кампаний

Урок 15. Подготовка черновика кампании. Выставление настроек

Урок 16. Сбор кампании на поиске

Урок 17. Создание объявлений

Урок 18. Задаем ставки на поиске

Урок 19. Сбор кампании в РСЯ

Урок 20. Задаем ставки в РСЯ

Урок 21. Настройка ретаргетинга в Я.Директ

Урок 22. Создание кампаний ретаргетинга в Я.Директ

Урок 23. Работа с кампаниями через шаблон и Директ Коммандер

Модуль 7. Дополнительные инструменты для продвижения в Яндекс

Урок 24. Баннер на поиске. Когда использовать инструмент. Создание кампании, подготовка ТЗ для дизайнера.

Урок 25. Яндекс Карты. Когда использовать инструмент, создание кампании.

Урок 26. Яндекс Аудитории. Создание ретаргетинга по сегментам аудиторий

Модуль 8. Оптимизация и ведение рекламных кампаний

Урок 27. Пример отчетов для заказчика

Урок 28. Какие данные анализировать: обзор отчетов в кабинете Я. Директа

Урок 29. Какие данные анализировать: обзор отчетов в кабинете Метрики

Урок 30. Оптимизация кампаний на поиске: анализ отчетов в кабинете Я.Директ, анализ отчетов в Я.Метрике

Урок 31. Оптимизация кампаний в РСЯ

Реклама в myTarget. 2 часа 40 минут

Модуль 1. Подготовка к приёму трафика

Урок 1. Подготовка сайта к приёму трафика: логика страницы, тексты, функционал, адаптивность, визуальные решения

Урок 2. Подготовка страницы Одноклассников к приёму трафика: описание, оформление, особенности модерации

Урок 3. Альтернативные площадки для приёма трафика из myTarget: лид-формы, сообщения сообщества, квизы

Модуль 2. Рекламный кабинет

Урок 4. Знакомство с рекламным кабинетом myTarget

Урок 5. Аудитории и возможности их сегментации

Урок 6. Стратегии настроек рекламного кабинета myTarget. Простые рекомендации для настройки на сайт и на страницу, ключевые моменты, на которые нужно обратить внимание

Модуль 3. Контент для рекламных объявлений

Урок 7. Специфика рекламных объявлений для myTarget: отличия от других источников трафика

Урок 8. Типы рекламных объявлений и как они влияют на результаты

Урок 9. Посылы и механика создания рекламных объявлений. Как самостоятельно сделать статичную графику или написать ТЗ для подрядчика

Модуль 4. Тексты для рекламных объявлений

Урок 10. Посылы и механика обращений для рекламных объявлений

Урок 11. Рациональные тексты: выгоды и характеристики в объявлениях

Урок 12. Эмоциональные тексты: сторителлинг, инфоповоды, шок-контент

Модуль 5. Пиксель и ретаргетинг

Урок 13. Установка, настройка, использование пикселя

Урок 14. Возможности ретаргетинга и ресурсы, необходимые для его реализации

Модуль 6. Аналитика рекламных кампаний

Урок 15. Возможности рекламного кабинета для оценки эффективности рекламы

Урок 16. Объективная аналитика трафика на сайт (Яндекс.Метрика)

Урок 17. Объективная аналитика трафика на страницу Одноклассников: ручной учет через Google Таблицы

Модуль 7. Стабилизация, оптимизация, масштабирование

Урок 18. Отличие тестовой и основной рекламной кампании: стабилизация и работа на KPI

Урок 19. Выгорание рекламной кампании и оптимизация расходов на маркетинг

Урок 20. Масштабирование, работа с большим бюджетом и в длительный период времени

Кейсы. 38 часов

Кейсы ВКонтакте

- Максим Орехов. 8 000 000 рублей выручки для производителей автомобильных ковриков EVA
- Анна Берлова. Как вести трафик для трех клиентов из одной ниши в течение 3-х лет и не потерять в качестве
- Рашид Хузин. Автоматизация SMM ВКонтакте, или Куда идет рынок. 3 кейса в продвижении доставок еды
- Юрий Брильков. Продвижение услуг в сфере красоты с высоким чеком (татуировки и барбершопы) ВКонтакте на дистанции от 1 года до 3-х лет в разных геолокациях
- Сергей Веренцев. Продвижение локального бизнеса ВКонтакте: кейс сети автошкол в Санкт-Петербурге
- Сергей Сабитов. Работа с рекламой ВКонтакте вдолгую на объемах 1500+ регистраций в день. Кейс онлайн-школы Create Yourself
- Анастасия Назарова и Олеся Никифорова. Продвижение рекламных площадок мастеров в сфере услуг красоты. Практический двухлетний опыт работы по трем городам, более 300 000 подписок по 15,45 руб.

- Антон Стеньков и Антон Зарукин. Системный таргетинг на 7,5 млн рублей: как привлечь 250 тыс. подписчиков для Додо-пиццы с КРІ в 30 руб. Новый подход к масштабированию, тестированию гипотез и построению команды в крупных проектах.
- Ирина Никонова. Лидогенерация ВКонтакте с помощью опросов. Как этим методом продавать в регионах товары с высоким средним чеком при затратах на таргетинг не более 5% от оборота
- Максим Гриб. Продажи через игровые и конкурсные механики во ВКонтакте на примере тату-салона, бьюти-мастера и пиццерии
- Анастасия Югова. Какие инструменты ВКонтакте будут приносить заявки и продажи в 2021-2022 годах. Разбираем на примерах из мотошколы, детского лагеря, туризма, продажи тканей и других
- Иван Волков. Как увеличить количество лидов на покупку автомобилей KIA в пять раз за полтора года
- Павел Асабин. Как детскому центру не слить бюджет во ВКонтакте
- Юрий Брильков. Контекстный таргетинг во ВКонтакте от А до Я
- Роман Аникин. Какие промпосты окупаются в 2021 году. 10 рабочих приемов, которые мы проверили на бюджете от 1 млн каждый
- Андрей Анцибор. От бюджета в 600 тыс. в месяц до 14 млн: как мы масштабировали трафик из ВКонтакте для продюсерского центра в 23 раза

Комплексный SMM

- Владимир Лоцманов. Как запустить кондитерскую с разработки логотипа до очередей в полумиллионном городе? Стратегия пресейла
- Александр Орлов. «Новая искренность» в таргетированной рекламе. Как «живые» видео в разы снизили стоимость заявки на покупку автомобилей на примере Renault, Volkswagen и других брендов
- Алекса Нойштарт. 25 млн в год: как мебельному проекту выйти на такой оборот через ВКонтакте
- Вадим Тютюкин. Рабочие инструменты таргетированной рекламы для e-com. Как продавать свои товары в социальных сетях?
- Дмитрий Скворцов. Подняли прибыль в 5 раз и всё поменяли: кейс сервиса для беременных и мам после родов
- Анна Галушко и Елена Куликова. SMM как инструмент продвижения офлайн-магазинов и новых точек продаж в ТЦ
- Алла Малафеева. Стратегия продвижения детских центров развития: комплексный подход

- Иван Волков. Кейс по продвижению проекта «Все Льготы». Путь от маленького городского паблика до сообщества с охватом в полмиллиона человек в месяц и YouTube-каналом на 167 тысяч подписчиков
- Дарья Дробязина (Денежная). Как продвигать B2B IT-компанию в социальных сетях
- Павел Баракаев. Таргетированная реклама для крупнейших застройщиков Москвы: выстраивание процессов, аналитика, лидогенерация
- Юлия Алмазова и Юлия Гусакова. Пошаговая стратегия продвижения детских образовательных центров в соцсетях: как получать от 300 000 руб. выручки во второй месяц работы на примере трех кейсов
- Юрий Брильков. SMM для мебели: как настроить невыгорающую рекламу. На примере федерального производителя мебели и продажи кухонь в регионах
- Ася Терешева. NoReCa SMM: привести клиента, сделать это дешево и работать вдолгую с помощью SMM. Кейсы в нише больше года

Контекстная реклама (Яндекс и Google)

- Александр Машкарев. Как создавать УТП в объявлениях и на сайте под разные каналы в контекстной рекламе
- Дмитрий Шахов. Увеличение охвата и формирование спроса с помощью инструментов контекстной рекламы для мультимедийных выставок. Реальный кейс в условиях пандемии
- Арина Гредина. Как масштабировать бизнес через инструменты контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google Ads (доклад на основе реального кейса)
- Александр Аксёнов. Как с помощью контекстной рекламы выйти на премиальную аудиторию

Кейсы myTarget

- Николай Сентюрин (представитель myTarget). Тренды таргетированной рекламы в новой реальности и новинки myTarget
- Ольга Шокало (представитель myTarget) и Ольга Чванова (представитель myTarget). Эффективное использование динамического ремаркетинга. Контекстный таргетинг и Look-alike
- Ольга Чванова (представитель myTarget). Как привлечь горячую аудиторию с помощью контекстного таргетинга
- Руслан Осин (представитель myTarget). Эффективные стратегии закупки рекламы в социальных сетях - как работать с аудиторией и контентом

- Антон Михайлов и Константин Крестинин. Трафик из соцсети, в которой нет конкурентов. Кейсы из myTarget и «Одноклассников»

Бонус-видео

- Николай Смирнов. Google Tag Manager. Счётчики и пиксели без разработчиков и головной боли
- Алла Малафеева. Куда вести трафик, если нет сайта

Первые клиенты. 6 часов

Модуль 1. Первые шаги

- Урок 1. Фриланс vs агентство
- Урок 2. Основные ошибки новичков на старте
- Урок 3. Правильное оформление личных страниц
- Урок 4. Своё сообщество
- Урок 5. Технология белого френдинга

Модуль 2. Первые клиенты

- Урок 6. Таргетированная реклама на кейс
- Урок 7. Поиск по новостям
- Урок 8. Профильные чаты в разных нишах
- Урок 9. Офлайн-бизнес, где вы часто бываете
- Урок 10. Консультирование на чужих площадках
- Урок 11. Бесплатные «живые» консультации
- Урок 12. Партнерство с другими специалистами

Модуль 3. Поиск клиентов после первой работы в поле

- Урок 13. Публикация кейсов в профильных сообществах
- Урок 14. Таргетированная реклама на кейс
- Урок 15. Поиск по новостям
- Урок 16. Профильные чаты в разных нишах
- Урок 17. Офлайн-бизнес, где вы часто бываете
- Урок 18. Консультирование на чужих площадках

Урок 19. Бесплатные «живые» консультации

Урок 20. Партнерство с другими специалистами

Модуль 4. Взаимодействие с клиентами

Урок 21. Проверка на адекватность

Урок 22. Брифование

Урок 23. Что прописывать в договоре

Урок 24. Разбор типичных конфликтных ситуаций

Модуль 5. Личные продажи

Урок 25. Технология получения первого контакта с потенциальным клиентом

Урок 26. Созвон с потенциальным клиентом: алгоритм и кейсы

Урок 27. Онлайн и офлайн события для продаж

Бонус-видео

- Дмитрий Фердман. Брифинг клиентов и обработка возражений в SMM
- Сергей Свирид. Жизнь после курсов: как SMM-специалисту с опытом до 1 года выжить на рынке
- Антон Стеньков. Таргетолог, который смог! Как работать с оплатой за результат и не сойти с ума