

# Программа курса EDUGUSAROV

- Интернет-маркетинг
- SMM

EDUGUSAROV

# Чему вы научитесь?

- ✓ Сделаете стратегию, которая приносит прибыль
- ✓ Научитесь настраивать таргетированную рекламу в Instagram и Facebook, VK, OK
- ✓ Сделаете упаковку, которая возбуждает и заставляет покупать
- ✓ Научитесь разрабатывать креативы для рекламы в социальных сетях
- ✓ Создадите контент, который хотят читать, делиться с друзьями и покупать
- ✓ Сможете продать свои услуги первому клиенту



# Наши преподаватели



## **Андрей Гусаров**

Директор маркетингового агентства GUSAROV

ТОП-3 спикер по интернет-маркетингу в СНГ по версии рейтинга Aspeak в 2018 году



## **Юлия Казаровец**

Маркетолог в агентстве GUSAROV, SMM-специалист в EDU GUSAROV. Сферы: beauty и инфобиз.

Работала с бюджетами 50\$ в день и выше

Запускала таргетированную рекламу на СНГ, Европу



# Введение в интернет-маркетинг

9.5

## Вопросы и темы

- Что такое маркетинг и что им не является
- Цифры в маркетинге
- Основные инструменты маркетолога
- Комплекс маркетинга 5П, 6П
- Рынок. Основные виды рынка
- Составляющие рынка: спрос, предложение, прибыль
- Виды пользователей в интернете

## Сервисы модуля

- Работа с Google Docs
- Яндекс Вордстат
- Google Trends

## Термины модуля

- Маркетинг
- SEO
- Медийная реклама
- Контекстная реклама
- Вирусный маркетинг
- CTR (Click Through Rate)
- CPC (Cost Per Click)
- User (клик)
- Конверсия / Lead
- Cost per lead (цена цели)
- CR – (Conversion) Конверсия
- B2B и B2C
- Спрос сформированный и не сформированный
- Предложение
- Прибыль
- Рентабельность
- Средний чек
- ROI (Return of investment)
- Супер высокочастотные (СВЧ) и высокочастотные (ВЧ) запросы
- Трафик
- Смежный продукт



# Целевая аудитория. Методы анализа ЦА

9.4

## Вопросы и темы

- Что такое целевая аудитория
- Сегментация и методы сегментации
- Методы анализа ЦА
- Кто ваш клиент, какую проблему и как он пытается решить
- Метод персонажей. Построение карты персонажей
- Продукт, ценность продукта
- Составление карты продукта с помощью сервиса Xmind

## Сервисы модуля

- XMind
- Google Analytics
- Яндекс Метрика

## Термины модуля

- Целевая аудитория (ЦА)
- CJM — Customer Journey Map
- CustDev — Customer Development
- Сегментация
- Метод 5 W
- Метод LTV
- Эксплицитная ценность
- Имплицитная ценность



# Продукт. CJM. Точки контакта

9.7

## Вопросы и темы

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

## Сервисы модуля

- XMind
- MIRO

## Термины модуля

- CJM
- Точки контакта
- PR
- Чат бот
- Реклама (контекст, сео, таргет)
- Email-рассылка
- Воронка прогрева
- Воронка лидов
- Воронка продаж
- Метод SMART
- Индекс Net Promoter Score

# 4 Оценка рентабельности ниши. Источники трафика. Медиапланирование. Юнит-экономика

## Вопросы и темы

- С чего начать при запуске бизнеса
- Как рассчитать рентабельность
- Конверсия в продажу, средний чек
- Декомпозиция
- Как планировать трафик
- Как использовать медиаплан
- Метод прогноза числа кликов
- Что такое юнит-экономика

## Сервисы модуля

- Планировщик ключевых слов в GoogleAds
- Прогноз бюджета Яндекс.Директ

## Термины модуля

- Рентабельность
- Конверсия в продажу (CR 2)
- Средний чек (AvPrice)
- ROI (Return of investment)
- Декомпозиция
- Супер высокочастотные (СВЧ) и высокочастотные (ВЧ) запросы
- Трафик
- SWOT анализ
- Семантическое ядро

## Вопросы и темы

- Анализ рынка и конкурентов
- SWOT анализ
- Диаграмма Венна
- Инструменты сбора данных

## Сервисы модуля

- SimilarWeb
- Serpstat

## Термины модуля

- 4P-7P
- SWOT-анализ
- Аналитика
- Ключевое слово
- Операторы
- Прямой конкурент
- Косвенный конкурент
- Маркетинговая стратегия



# Анализ конкурентов в социальных сетях

## Вопросы и темы

- Что такое тренд
- Характеристики ниши (сезонность, на какой стадии тренда находится)
- Использование сервисов Wordstat, Google Trends, Popsters для конкурентного анализа
- Анализ конкурентов в YouTube

## Сервисы модуля

- Popsters
- Socialblade

## Термины модуля

- Тренд (восходящий, исходящий или стагнирующий тренд)
- Сезонность
- Смежный продукт
- Футер сайта



# Воронки продаж

## Вопросы и темы

- Что такое воронки продаж и как их создавать
- В каких случаях воронка будет эффективна
- Принципы работы воронок
- Лидмагнит, трипваер, основной продукт, ключевой элемент воронки
- Какие задачи выполняет реклама

## Сервисы модуля

- MIRO

## Термины модуля

- КЭВ
- Лид-магнит
- Трипваер
- (Core Product) Основной продукт
- Воронка продаж
- Сегментация воронки
- Лендинг



# Матричный анализ. Фреймворки

9.6

## Вопросы и темы

- Фреймворки и стратегии их использования
- Фреймворки AARRR и RARRA
- Концепция JTBD
- Quality Function Deployment. Использование QFD.  
Порядок построения
- Маркетинговый метод RDB

## Термины модуля

- Фреймворк
- «Пиратская метрика»
- AARRR и RARRA
- Концепция JTBD
- QFD
- Метод RDB



# Контент-маркетинг. УТП



## Вопросы и темы

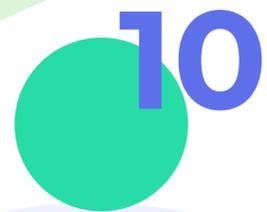
- Что такое контент-маркетинг
- Каналы распространения информации
- Виды контента и требования к нему
- УТП. Критерии успешного УТП
- Частые ошибки
- Распределение пользователей в сети по темпераменту
- Выбор стратегии привлечения клиента

## Сервисы модуля

- SendPulse
- SERanking

## Термины модуля

- Контент-маркетинг
- УТП
- Темперамент пользователя
- Логическая, импульсивная, агрессивная, заботящаяся персона.
- WOW — фактор



# 10 Структура посадочной страницы. Элементы первого экрана. Блоки лендинга. Принципы оформления и дизайна



## Вопросы и темы

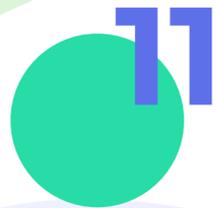
- Основные принципы дизайна
- Модель продаж AIDAS
- Пирамида Минто
- Формула движения к покупке
- Элементы лендинга
- Якоря и ссылки внутри страницы
- Формы приема данных
- Как повысить конверсию на лендинге

## Сервисы модуля

- Balsamiq
- Figma

## Термины модуля

- Дизайн
- Типографика
- Триггер
- Копирайтинг
- Дескрипт
- Логотип
- Шапка и футер
- ZERO — блок
- Якоря
- Формы приема данных
- Домен
- Сертификат Https



# Квиз. Как получать лиды

9.8

## Вопросы и темы

- Зачем нужны лендинги и квизы
- Что такое квиз
- Виды квиза
- Этапы воронки квиза
- Как составить квиз
- Как придумать триггеры
- Где и как подобрать картинки
- Конструктор для квиза

## Сервисы модуля

- Marquiz

## Термины модуля

- Квиз
- Прогресс-бар
- Персонафикация
- Нативный формат
- Триггеры



# 12 E-mail маркетинг

## Вопросы и темы

- Что такое E-mail маркетинг
- Сбор базы для E-mail рассылок
- Сегментация базы
- Виды электронных рассылок
- KPI. Советы по достижению
- Репутация отправителя
- Сервисы для E-mail рассылок

## Сервисы модуля

- SendPulse

## Термины модуля

- E-mail маркетинг.
- Сегментация
- Транзакционные и триггерные рассылки.
- KPI
- Репутация отправителя

9.5



# Урок-бонус! Правила хорошего тона маркетолога

## Вопросы и темы

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

## Термины модуля

- Брифинг
- Медиапланирование
- Возражения

9.5

# 14

## Введение в SMM. Стратегия в SMM. Позиционирование

9.4

### Вопросы и темы

- Что такое SMM
- Цели и задачи SMM
- Основные компетенции SMM-специалиста
- Как работает маркетинг в соц сетях
- Из чего состоит маркетинговая стратегия
- Как сегментировать аудиторию
- Что такое позиционирование
- Как создать позиционирование

### Сервисы модуля

- [prodalet.ru](http://prodalet.ru)

### Термины модуля

- SMM
- Трафик
- CPM
- CTR
- CPA
- CPL
- Пост
- Анализ ЦА
- анализ продукты
- CJM
- СТА
- Оффер

# Оформление аккаунта в Instagram. Личная и публичная страница в Facebook. Мультиссылки и Хайлайтс

## Вопросы и темы

- Что такое имя и имя пользователя
- Основные ошибки при создании
- Регистрация аккаунта
- Что такое личная страница в Facebook и как её вести
- Как создать бизнес-страницу Facebook
- Как сделать связь бизнес-страницы Facebook и Instagram
- Что такое мультиссылка
- Что такое хайлайтс и какие разделы должны быть в коммерческом аккаунте

## Сервисы модуля

- Canva
- Taplink
- Ylink.me
- Publer pro
- Popsters

## Термины модуля

- Аватар
- Хайлайтс
- Пост
- Описание профиля
- Центр аккаунтов
- Мультиссылка

## Вопросы и темы

- Что такое контент, виды контента
- Что такое референс и где их искать
- Как пользоваться статистикой и что фиксировать
- Кто такие подписчики и подписки
- Что такое рубрики
- Соотношение рубрик контента
- Какие бывают механики вовлечения
- Как создавать стильный контент
- ТЗ дизайнеру
- Правила, типы, виды, цифры сторис
- Типы текстов
- Где и как использовать триггеры
- Что такое хештег и как его использовать

## Сервисы модуля

- Главред
- Pinterest
- Lightroom
- Picsart
- Snapseed
- Facetune
- Livedune
- Adlover

## Термины модуля

- Бустер
- Лента
- Сторис
- Хештеги
- Контент-план
- IGTV
- UGC-контент
- Репост
- Лайки

# Таргетированная реклама в Instagram, Facebook и ВК. Работа с блогерами. Рассылки в Директ. Аналитика

## Вопросы и темы

- Что подготовить к запуску рекламы
- В чем разница между ADS менеджер и Бизнес-менеджер
- Аудитории в настройках таргета
- Составляющие рекламного объявления
- Креатив и его цели
- Причины блокировки
- Настройка таргетированной рекламы
- Преимущества работы с блогерами
- Алгоритм и стратегии работы с блогерами
- Преимущества рассылки в Директ
- Основные ошибки рассылок
- Как улучшить показатели в рекламном кабинете
- Реклама в ВК

## Сервисы модуля

- Google Ads
- Яндекс.Директ
- Директ Коммандер
- Google Ads Editor
- Google Tag Assistant

## Термины модуля

- Facebook ADS
- ВК

## Вопросы и темы

- Вопросы и темы
- Феномен TikTok
- Перелив аудитории на другие площадки
- Как занять свою нишу
- Создание и оформление аккаунта
- Как защитить свой аккаунт
- Аналитика профиля

## Сервисы модуля

- CupCut
- VN
- InShot

## Термины модуля

- Рекомендации (реки)
- Вирусность
- Раскадровка
- Челленджи
- Вайны

# Свяжитесь с нами!



ПН – ПТ, 9:00 – 18:00



+375 (44) 502-32-45



[a@gusarov.by](mailto:a@gusarov.by)