



ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ 2020



**STAR
TOUR**

Упаковка

- ✓ Проблемы упаковки
- ✓ Цели упаковки
- ✓ Решение проблемы с помощью продукта



**STAR
TOUR**

Сайт

- ✓ Прототип
- ✓ Дизайн. Тренды
- ✓ Модули поиска
- ✓ Форма обратной связи
- ✓ Форма захвата
- ✓ Как ускорить сайт
- ✓ Главные ошибки
- ✓ Докрутка



Контекст

- ✓ Введение
- ✓ Стратегия рекламной кампании
- ✓ Семантическое ядро
- ✓ Сбор семантики
- ✓ Расширение семантического ядра
- ✓ Кластеризация семантического ядра
- ✓ Настройка Google Analytics
- ✓ Тексты объявлений



**STAR
TOUR**

Google Adwords

Обзор Google Adwords

- ✓ Что представляет из себя Google AdWords
- ✓ Возможности поисковой системы
- ✓ Контекстно-медийная сеть
- ✓ Стратегия и цели рекламной компании
- ✓ Сегментация целевой аудитории
- ✓ Анализ конкурентов
- ✓ Типы аккаунтов и их структура

Поисковая реклама

- ✓ Теория поиска: как люди ищут в интернете
- ✓ Правила показа объявлений с помощью типов соответствий запросов и ключей
- ✓ Базовая семантика
- ✓ Минус-слова в Google Adwords
- ✓ Группировка рекламных компаний на основе семантического ядра
- ✓ Расширение базовых запросов
- ✓ Техника составления семантического ядра
- ✓ Чек-лист полноты семантического ядра



Поисковая реклама. Создание объявлений

- ✓ Анатомия текстовых объявлений
- ✓ Что писать в объявлениях
- ✓ Делаем объявления заметными: расширения объявлений в AdWords
- ✓ Как нельзя писать объявления в AdWords?
- ✓ Группировка ключевых слов и объявлений
- ✓ Практика создания объявления

Поисковая реклама. Настройка кампаний

- ✓ Работа с AdWords Editor
- ✓ Настройка поисковых кампаний
- ✓ Уникальные запросы с помощью динамических поисковых объявлений
- ✓ Кампания "Только номер": звонки по цене клика
- ✓ Как показатель качества влияет на вашу прибыль
- ✓ Аукцион Google AdWords
- ✓ Максимальные ставки за клик
- ✓ Настраиваем Tag Manager, связываем AdWords & Analytics
- ✓ Настройка ремаркетинга в поисковых кампаниях
- ✓ Чек-лист настройки поисковых кампаний



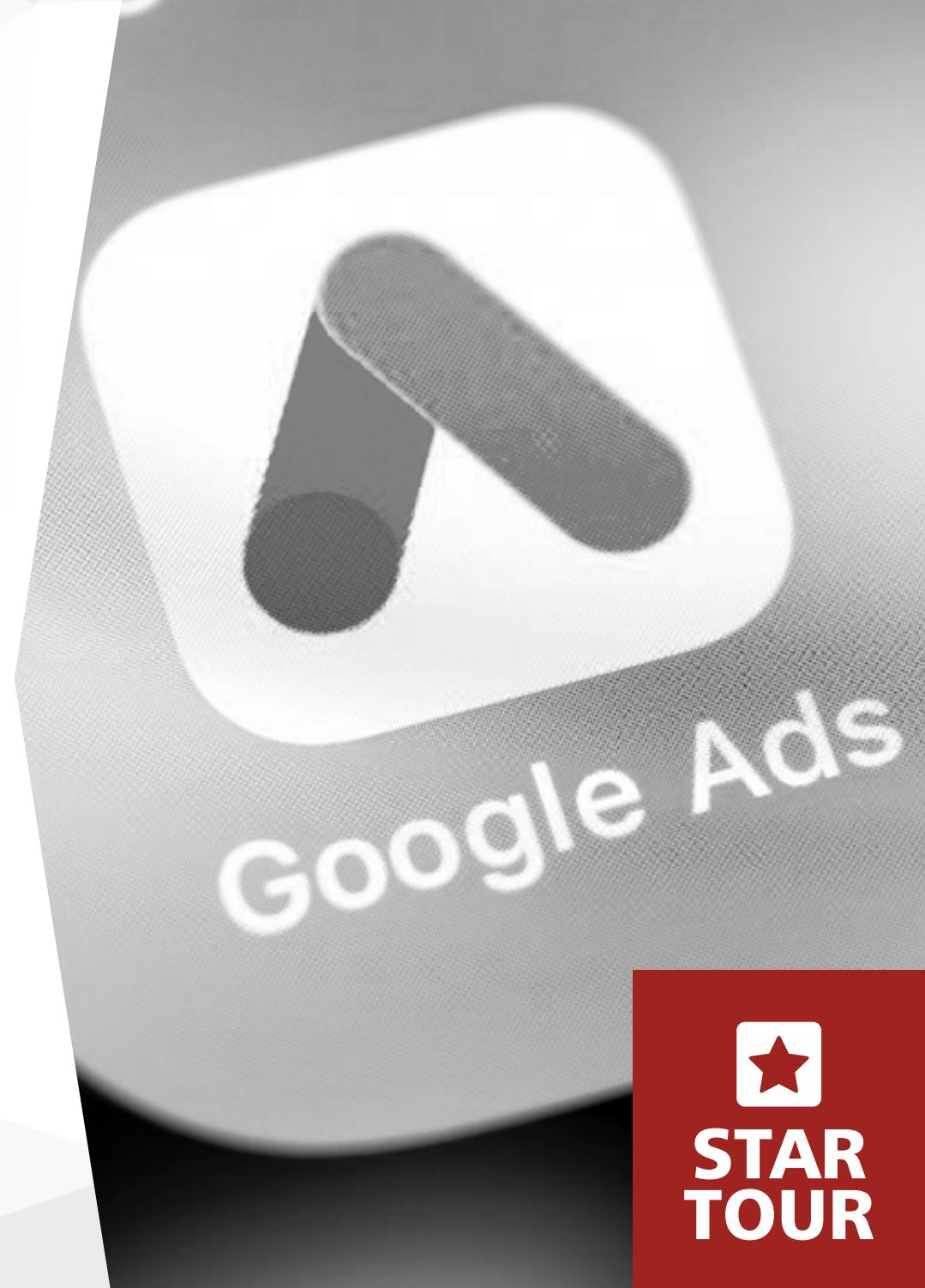
**STAR
TOUR**

Реклама в КМС. Настройки таргетинга

- ✓ Погружение в контексто-медийную сеть
- ✓ Обзор технологии ремаркетинга
- ✓ Настройка эффективного ремаркетинга
- ✓ Динамический ремаркетинг
- ✓ Таргетинг по ключевым словам и местам размещения
- ✓ Таргетинг по темам, интересам и демографии
- ✓ Пресечение и исключение аудиторий в КМС

Реклама в КМС. Создание объявлений и настройка кампаний

- ✓ Структура кампаний КМС
- ✓ Кампания КМС с помощью планировщика
- ✓ Аукцион в КМС
- ✓ Настройка кампаний в КМС
- ✓ Создание эффективных объявлений в КМС
- ✓ Реклама в Gmail



**STAR
TOUR**

Аналитика рекламных кампаний

- ✓ Базовые аналитические методы и понятия
- ✓ Многоканальные последовательности
- ✓ Подсчет эффективности рекламных кампаний
- ✓ Конкурентный анализ рекламных кампаний
- ✓ Корректировки ставок
- ✓ Анализ ключевых слов поисковых кампаний
- ✓ Анализ таргетингов кампаний КМС
- ✓ Анализ объявлений

Автоматизация рекламы

- ✓ Что такое автоматизация?
- ✓ Использование автоматизированных правил
- ✓ Использование скриптов
- ✓ Автоматическое назначение ставок
- ✓ Автоматический поиск новых клиентов в КМС

Менеджмент и управление

- ✓ In-house или OutSource?
- ✓ Как нанять специалиста по контекстной рекламе?
- ✓ Как выбрать подрядчика по контекстной рекламе?
- ✓ Процесс управления рекламными кампаниями



**STAR
TOUR**

Инстаграм

Обзор и знакомство с инстаграм

- ✓ Возможности Инстаграм
- ✓ Виды аккаунтов
- ✓ Структура и рабочие элементы аккаунта

Оформление и защита аккаунта

- ✓ Настройка аккаунта и перевод в бизнес-профиль
- ✓ Оформление профиля
- ✓ Защита аккаунта

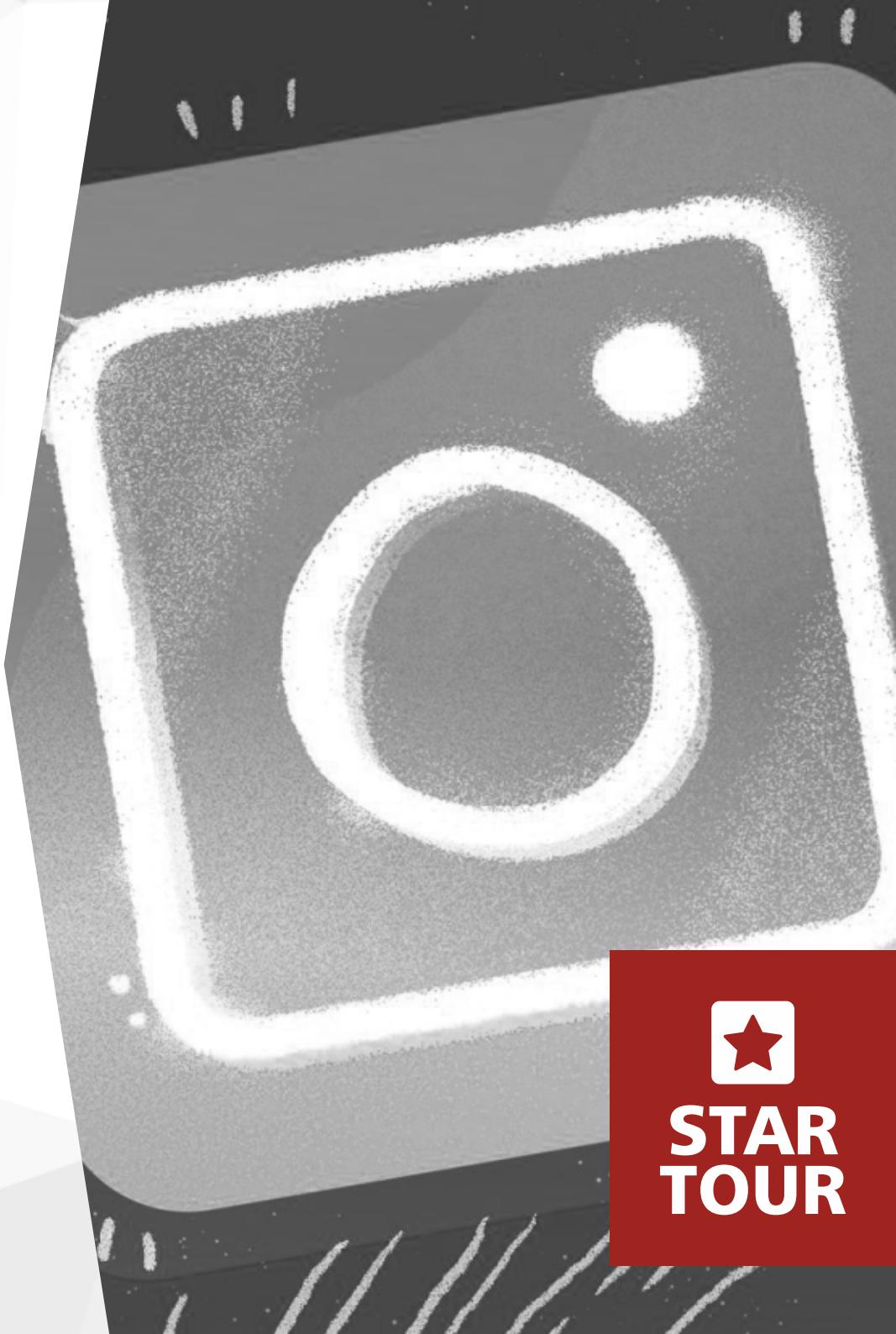


Создание контента

- ✓ Виды контента
- ✓ Форматы контента
- ✓ Программы и сервисы для создания контента

Трафик аккаунта

- ✓ Что такое трафик?
- ✓ Где брать подписчиков?
- ✓ Массфоловинг и масслайкинг
- ✓ Хэштеги
- ✓ Конкурсы
- ✓ Взаимопиар
- ✓ Геолокация
- ✓ Публикация в тематических пабликах
- ✓ Отметка популярных брендов в публикациях
- ✓ Таргетированная реклама
- ✓ Реклама у блогеров



**STAR
TOUR**

Поиск и найм подрядчиков

- ✓ Воронка поиска и найм сотрудника
- ✓ Структура вакансии
- ✓ Продающее описание компании
- ✓ Требования к кандидату
- ✓ Обязанности
- ✓ Условия работы
- ✓ О чём нужно рассказать на собеседовании?
- ✓ Примеры тестовых заданий
- ✓ Правила внедрения сотрудника в компанию



**STAR
TOUR**

Facebook

Обзор и знакомство с Facebook

- ✓ Введение
- ✓ Отличие Facebook от Instagram:
преимущества и недостатки

Страницы Facebook

- ✓ Виды страниц и их функции
- ✓ Создание страницы
- ✓ Статистика страницы
- ✓ Рекомендации по повышению видимости страницы и вовлеченности подписчиков



Создание контента

- ✓ Виды контента: коммерческий, брандинговый, информационный, полезный, развлекательный, вовлекающий, пользовательский контент.
- ✓ Форматы контента
- ✓ Программы для работы с Facebook
- ✓ Идеи и рекомендации для публикаций

Реклама в Facebook

- ✓ Создание и настройка рекламного аккаунта
- ✓ Пиксель Facebook
- ✓ Аудитории
- ✓ Настройка рекламы
- ✓ Анализ рекламных компаний.



Telegram. Чат бот

- ✓ Введение
- ✓ Как создать Telegram-канал и раскрутить его
- ✓ Как создать первого бота в Telegram
- ✓ Специальные сервисы для упрощения работы



**STAR
TOUR**

Youtube

Первые шаги в YouTube

- ✓ Введение
- ✓ YouTube как способ снизить стоимость клиента
- ✓ Стратегии YouTube-каналов
- ✓ Стратегии продвижения
- ✓ Способы заработка на YouTube

Стратегии YouTube-канала

- ✓ Анализ конкурентов
- ✓ Идея YouTube-канала
- ✓ Форматы видеороликов
- ✓ Контент-план
- ✓ Анализ конкурентов в нише
- ✓ График публикаций



**STAR
TOUR**

Что снимать

- ✓ Как преодолеть страх
 - ✓ Секреты интересного ролика
 - ✓ Заявки с видеороликов
 - ✓ Как вести себя в кадре
 - ✓ Как выглядеть в кадре
 - ✓ Правило YouTube

Оформление канала

- ✓ Настройка канала
 - ✓ Творческая студия
 - ✓ Настройки оформления
 - ✓ Плейлисты
 - ✓ Трейлер

Продвижение видеороликов

- ✓ Факторы ранжирования роликов
 - ✓ Факторы обнаружения видео на YouTube
 - ✓ Загрузка видео
 - ✓ Оптимизация видео
 - ✓ Снапшот
 - ✓ Название



Бесплатная реклама

- ✓ Вывод в ТОП поиска
- ✓ Сторонний трафик
- ✓ Внутренний трафик

Платная реклама

- ✓ Виды платной рекламы
- ✓ Реклама в соц.сетях
- ✓ Работа с блогерами
- ✓ AdWords для YouTube

Как снимать

- ✓ Аппаратура для съемки
- ✓ Свет, ракурс, фон
- ✓ Комакнда для съемок
- ✓ Монтаж
- ✓ Звук и эффекты в видео
- ✓ Хромакей

Дополнительно

- ✓ Встроенная статистика
- ✓ Полезные сервисы
- ✓ Работа с подрядчиками
- ✓ 10 ошибок в YouTube



Email marketing

Аудит текущего состояния.

Конкурентный анализ.

Обзор платформ

- ✓ Что такое E-mail-маркетинг
- ✓ Настроил один раз - работает 24/7
- ✓ В разном бизнесе E-mail-маркетинг разный
- ✓ E-mail-серия
- ✓ Интенсивные точки роста
- ✓ Стратегии работы с базой
- ✓ Первый шаг. Ставим цель
- ✓ Характеристики E-mail-рассылок

Сбор базы. Страницы захвата

- ✓ Новая категория посетителей
- ✓ Два подхода к сбору
- ✓ Формы сбора подписчиков
- ✓ Инструменты по привлечению клиентов



**STAR
TOUR**

Антиспам

- ✓ Проблемы E-mail-маркетологов
- ✓ Механики сбора базы подписчиков
- ✓ Архитектура сообщений
- ✓ Системы на стороне почтовых провайдеров
- ✓ Письма и посадочные страницы
- ✓ Спам-ловушки

Велком-цепочка

- ✓ Старая и холодная база
- ✓ Создание серии писем
- ✓ Ментальные триггеры
- ✓ Подписка или продажа в лоб
- ✓ Контент E-mail-рассылки
- ✓ Пример запуска: распродажа
- ✓ Пример запуска: тест спроса
- ✓ Пример запуска: анонс новинки

Триггеры

- ✓ Что такое триггерная рассылка
- ✓ Триггеры постпродаж
- ✓ Примеры триггерных рассылок



Контентные и продающие рассылки

- ✓ Копирайтинг против души
- ✓ Цели текста
- ✓ Кто Ваш клиент
- ✓ Целевая аудитория
- ✓ Типы писем
- ✓ Персонаификация
- ✓ Скелет потребления информации
- ✓ Сила заголовка
- ✓ Как привлечь внимание к письму

Сегментация

- ✓ Сегментация
- ✓ Воронка
- ✓ 4 шага сегментирования
- ✓ Сегментация по частоте покупок
- ✓ Аватар клиента

A/B- тесты

- ✓ Этапы разработки E-mail-стратегии
- ✓ A/B- тестирование в E-mail-маркетинге. Примеры
- ✓ Полное погружение в тестирование
- ✓ Бизнес-модели в E-mail-маркетинге



**STAR
TOUR**

Аналитика

- ✓ Аналитика в E-mail-маркетинге
- ✓ Открываемость писем
- ✓ Кликабельность
- ✓ Отказы
- ✓ Конверсия в целевое действие
- ✓ Трафик и его качество. Политика UTM-меток
- ✓ Анализ поведения в рассылке

Менеджмент в E-mail-маркетинге

- ✓ Кто создаст рассылки
- ✓ Требования к E-mail-маркетологам



Автоворонки

- ✓ Введение
- ✓ Суть и механизм автоворонок на примере
- ✓ Автоворонки в туризме



**STAR
TOUR**