



БИЗНЕС-ШКОЛА
XXI ВЕК-КОНСАЛТ

15.04-21.05

BLENDED LEARNING

DIGITAL MARKETING

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 80 УЧЕБНЫХ ЧАСОВ

(48 аудиторных часов + 32 часа индивидуальной дистанционной работы на учебном портале).

В основе курса – практика и нетворкинг. Слушатели изучают тенденции и самые современные технологии в интернет-маркетинге, разбирают реальные кейсы и выполняют задания для своего проекта.

Между модулями в ходе индивидуальной дистанционной работы каждый участник обучения будет:

- Изучать дополнительный видеоматериал и полезный контент.
- Выполнять домашние задания и получать оценку и рекомендации по результатам их выполнения от преподавателя.
- Поработает над собственным проектом.

КОМУ ПОДОЙДЕТ ПРОГРАММА?

Профессионалам, которые хотят совершенствовать свои навыки в области интернет-маркетинга.

Маркетологам, которые хотят научиться управлять всей системой продвижения и аргументировать выбор инструментов.

Руководителям маркетинга, чтобы построить маркетинговую стратегию для продуктов и найти общий язык с отделом продаж.

Бизнесменам, которые хотят эффективно продвигать свою компанию и продукты в сети Internet.



В РЕЗУЛЬТАТЕ ОБУЧЕНИЯ ВЫ:

- Сможете разрабатывать комплексные системы привлечения клиентов через сеть Интернет.
- Научитесь выбирать рекламные каналы в сети Интернет, настраивать их, запускать и отслеживать эффективность рекламных кампаний.
- Узнаете, как повысить продажи за счет привлечения клиентов из сети Интернет.
- Научитесь проектировать продающий корпоративный сайт.
- Узнаете, как создавать качественный и интересный контент для веб-ресурсов.
- Определите особенности эффективного поискового продвижения (SEO).
- Овладеете навыками создания продающих e-mail рассылок и запуска контекстной и таргетированной рекламы.
- Сформируете навыки применения новейших инструментов интернет-маркетинга.

СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

МОДУЛЬ I

ТЕМА 1 Ценность интернет-маркетинга для компании

- Стратегии digital-маркетинга.
- Цели и метрики в интернет-маркетинге.
- Рекламные каналы и технологии.
- Анализ и подбор целевой аудитории, сегментирование.

ТЕМА 2 Инструменты анализа конкурентов

- Отстройка от конкурентов.
- Формирование Уникального Торгового Предложения (УТП).

Практическая работа

Оценка параметров и качества сайта конкурирующей компании.

ТЕМА 3 Работа с системами веб-аналитики

- Методы анализа данных.
- Обзор интерфейса Я.Метрика и GoogleAnalytics.

- Установка и настройка систем веб-аналитики на сайт.
- Настройка целей в веб-аналитике.
- Персонализированные отчеты.
- Оценка эффективности сайта.

ТЕМА 4 Разработка сайта

- Техническое задание по разработке сайта. Этапы разработки сайта.
- Взаимодействие с подрядчиками по разработке сайта.
- Тестирование сайта и его перенос на веб-сервер.
- Интеграция систем веб-аналитики на сайт.

ТЕМА 5 Юзабилити сайта

- UX-методы.
- Ошибки при разработке сайтов.

Практическая работа

Оценка юзабилити сайта компании.

ТЕМА 6 Контекстная реклама

- Принцип работы с контекстной рекламой, форматы объявлений, требования к рекламным объявлениям.
- Обзор возможностей системы Я.Директ, G.Adwords: оценка эффективности, цели.
- Разработка и запуск тестовой кампании.

Практическая работа

Настройка и запуск контекстной рекламы в Яндекс.Директ.

ТЕМА 7 Медийная реклама

- Форматы медийной рекламы.
- Задачи медийной рекламы.
- Возможности таргетинга.

МОДУЛЬ II

ТЕМА 1 Поисковая оптимизация

- Задачи SEO продвижения.
- Тенденции рынка SEO.
- Принципы ранжирования.
- Различные типы SEO продвижения.
- Принципы работы поисковых систем.
- Внутренняя и внешняя оптимизация сайта, работа со ссылочной массой.
- Инструменты оценки частотности.
- Самостоятельная работа по продвижению vs работа с SEO подрядчиками.
- Что сделать на сайте на благо SEO?
- Виды работ по SEO продвижению.

ТЕМА 2 Оценка эффективности продвижения сайта

- Инструменты автоматизации.
- Способы проверки качества работы подрядчика.

Практическая работа

Составление семантического ядра для SEO продвижения сайта компании.

ТЕМА 3 Взаимодействие отдела интернет-маркетинга и отдела продаж

- Интеграция каналов маркетинга с CRM.
- CRM-формы, отчетность, аналитика, воронка продаж.

ТЕМА 4 Популярные и работающие виды и форматы контента

- Тексты для социальных сетей, блога, публикаций в СМИ, e-мейл-рассылок, каналов в мессенджерах и другие виды текстов.
- Формула эффективного и безотходного использования контента (16-20 касаний с клиентом в рамках работы с одним материалом).
- Контент для разных этапов воронки продаж.

ТЕМА 5 Контент-маркетинг

- Цели и задачи контент-маркетинга.
- Вовлекающий контент, вирусный контент.
- Оценка качества контента.
- Влияние контента на SEO.

ТЕМА 6 Нативная реклама

- Форматы нативной рекламы.
- Преимущества и недостатки нативной рекламы. Примеры нативной рекламы.
- Оценка эффективности рекламы.
- Спонсорский контент. Совместные проекты.

ТЕМА 7 Маркетинг в социальных сетях (SMM)

- Особенности различных социальных сетей, их характеристики, целевая аудитория.
- Стратегии продвижения сообществ компаний, оформление.
- Возможности рекламных инструментов и таргетированная реклама в социальных сетях.
- Комьюнити-менеджмент.

Практическая работа

Настройка и запуск таргетированной рекламы.

МОДУЛЬ III

ТЕМА 1 E-mail рассылки

- Цели и задачи E-mail рассылок. Сервисы для работы с e-mail рассылками.
- Законные методы сбора email баз, использование поп-апов для сбора email адресов, чек-лист по улучшению формы подписки.
- Сбор и сегментирование рассылочных баз, верстка писем.
- Концепции промо-писем, контентные рассылки и другие виды рассылок.
- Показатели ROI и KPI в email-маркетинге.
- Аналитика email рассылок. Оптимизация рассылок на основании показателей текущих показателей.
- Реактивация подписчиков.
- Мониторинг качества рассылок. Веб-аналитика в email рассылках. Оценка эффективности стратегии email рассылок.

- Дизайн и оформление рассылок. Структурирование email письма.
- Разработка автоматических писем. Создание продающих цепочек писем.

Практические задания

Написание текстов для рассылок разных типов.

Подготовка письма в системе sendpulse.

Разработка продающей цепочки писем.

Создание формы подписки и ее интеграция с сервисом рассылок sendpulse.

ТЕМА 2 Управление репутацией компании в сети (SERM)

- Работа с отзывами в сети.
- Формирование бренда компании/продукта.
- Переговоры с собственниками сайтов.

Практическая работа

Оценка текущей репутации компании в глобальной сети.

ПРЕПОДАВАТЕЛИ:



АНТОН КУЧУР

Руководитель и преподаватель кафедры маркетинга и продаж БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, академический директор программ «Профессиональный маркетинг», «Интернет-маркетинг».

Эксперт с 10-летним опытом в разработке маркетинговых стратегий, формировании и реализации коммуникационных политик, проведении маркетинговых исследований, брендинге, а также планировании контент-стратегий для сайтов, повышении конверсии и построении воронок продаж, email-маркетинге.

Более пяти лет руководил отделом интернет-маркетинга SKYENG, участвовал в разработке и реализации маркетинговых стратегий на рынках Беларуси, России, Европы. Область научных интересов: стратегический маркетинг, брендинг, цифровой маркетинг.

ДАТЫ ОБУЧЕНИЯ:

- | | | |
|--|--|---|
| • МОДУЛЬ I
15.04– 16.04
с 10.00 до 17.30 | • МОДУЛЬ II
6.05 – 7.05
с 10.00 до 17.30 | • МОДУЛЬ III
20.05 – 21.05
с 10.00 до 17.30 |
|--|--|---|

МЕСТО ОБУЧЕНИЯ:

Кампус БШ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, БЦ «XXI век»,
г. Минск, пр-т. Независимости, 169, северное здание, 8 этаж.

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ:

Для одного участника **2 970 BYN (НДС не взимается).**

АКЦИЯ! -50% на второго и последующих участников

ДОКУМЕНТ ОБ ОБРАЗОВАНИИ:

- Сертификат БИЗНЕС-ШКОЛЫ XXI ВЕК-КОНСАЛТ.
- Свидетельство о повышении квалификации государственного образца.

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ НА ОБУЧЕНИЕ:

+375 (29) 694-31-87 (Viber, Telegram, WhatsApp)
+375 (29) 397-67-79
+375 (29) 700-67-79
+375 (17) 388-14-08

E-mail: training@21vk.biz

