

ADINDEX

КОМПЛЕКСНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Программа курса «Базовый курс SMM + ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА»

Рост бизнеса клиентов – основа нашего бизнеса.

Тема 1. Что такое SMM и почему все о нем говорят ?

1.1 Знакомство. О спикерах и курсе

1.2 Статистика по расходам рекламы и Facebook, Instagram

1.3 Задачи и цели, которые решаются с помощью SMM и таргетированной рекламы

1.4 Что входит в обязанности SMMщика и таргетолога

1.5 Каналы и полезные ресурсы

Тема 2. Старт SMM - работ. Брендинг, УТП, портрет ЦА

2.1 Бриф / позиционирование/менеджмент проекта

2.2 Бренд, что это такое

2.3 Типы сообществ какое выбрать

2.4 Сегментация аудиторий, портрет ЦА

2.5 Анализ продукта: выявление ключевых УТП

2.6 Основные понятия

Тема 3. Его величество - контент. Составление рубрикатора и написание контент-плана. Виды контента.

3.1 Составление контент-плана

3.2 Виды контента

3.3 ТОП-контент

3.4 Форматы контента

3.5 Что заходит вашей аудитории?

3.6. Виды текстового контента

3.7. Продающие модели текстов

Тема 4. Создание визуализации. Продающие креативы и тексты, с чего начать и как делать?

4.1 Создание дизайна продающих креативов

4.2 Типы креативов для разных бизнес и рекламных
целей

4.3 Визуальная составляющая

4.4 Составляющие рекламных креативов

4.5 Создаем креатив - сервисы для самостоятельного
создания креативов

4.6 Подбираем/создаем текст к рекламному креативу

Тема 5. Таргетированная реклама. Секреты аукциона Facebook

5.1 Что такое аукцион Facebook

5.2 Стратегии использования аукциона: стратегии ставок

5.3 Режимы доставки рекламных объявлений

5.4 Диагностика актуальности рекламы

Тема 6. Подготовка к запуску таргетированной рекламы.

6.1 Подготовка сайта к рекламе

6.2 Создание БМ и рекламного кабинета + инструкция для заказчика (практика)

6.3 Выбор цель рекламной кампании под конкретную бизнес задачу

6.4 Обзор рекламного аккаунта и его структуры

Тема 7. Структура рекламного аккаунта в Facebook Ads Manager. Выбор цели рекламной кампании

7.1 Особенности запуска рекламы в Instagram через кнопку “Продвигать”

7.2 Подключение Facebook Ads Manager к аккаунту Instagram (практика)

7.3 Создание и настройка базового пикселя, расширенная конфигурация событий для пикселя, приоритизации событий, навыки работы с Pixel Helper + инструкция для заказчика (практика)

7.4 Подключение домена + инструкция для заказчика. Как работать с доменами / субдоменами. Затронем ограничения до 8 событий на один домен

Тема 8. Работа с аудиториями в Facebook Ads Manager

8.1 Как рассчитать бюджет рекламной кампании

8.2 Варианты объявлений: динамические креативы, галереи, видео, статические баннера, подборки

8.3 Настраиваем рекламную кампанию по вводным агентства (конкретная цель, конкретная аудитория и бюджет (практика))

Тема 9. Структура рекламных кампаний. Кампании под привлечение и ретаргетинг. Ошибки блокировки в Бизнес Менеджере Facebook и Ads Manager.

9.1 Разбираемся какие могут быть интересы и поведение

9.2 Пользовательские аудитории

9.3 Похожие аудитории

9.4 ТОП аудиторий для ретаргета и что с ними можно сделать

9.5 Ошибки при формировании аудиторий таргетинга

Тема 10. Оптимизация результатов и аналитика рекламных кампаний. Масштабирование. Кейсы реальных проектов.

10.1 Разделение Acquisition / Retargeting и другие страшные слова

10.2 Campaign Budget Optimization: суть, принципы работы, отличия от бюджетирования по группам

10.3 Структура и особенности Retargeting кампаний

10.4 Выстраивания правильную структуру в рекламном аккаунте по вводным агентства (практика)

Бонус! Секреты от агентства. Ошибки блокировки в Бизнес Менеджере Facebook и Ads Manager

10.5 Распространенные ситуации по Бизнес Менеджеру Facebook

Тема 10. Оптимизация результатов и аналитика рекламных кампаний. Масштабирование. Кейсы реальных проектов.

10.6 Причины блокировок в Ads Manager

10.7 Оценка эффективности рекламной кампании

10.8 Причины из-за которых может быть мало показов на Facebook

10.9 UTM-метки: что это, как использовать (практика)

10.10 Почему статистические данные рекламы Facebook отличаются от данных Google Analytics

Тема 10. Оптимизация результатов и аналитика рекламных кампаний. Масштабирование. Кейсы реальных проектов.

Бонус!Секреты от агентства. Как масштабировать результат. 3 стратегии.

10.11 Вертикальное масштабирование

10.12 Горизонтальное масштабирование

10.13 CBO масштабирование

Бонус!Секреты от агентства. Продвижение в разных сферах бизнеса: разбор кейсов

10.14 Продвижение в автомобильном бизнесе

10.15 Продвижение в сфере элитной косметики и парфюмерии

10.16 Продвижение в сфере детских игрушек

10.17 Продвижение в строительной сфере

Tema 11. Google Analytics

ВАДИМ

CEO

НАШ РЕЗУЛЬТАТ ВСЕГДА
УЛУЧШЕНИЕ МАРКЕТИНГА И РОСТ
БИЗНЕСА КЛИЕНТА

КЛИЕНТЫ

Каждый клиент – история эмоций и отношений. Каждый – как единственный.



БУДЕМ РАДЫ БЫТЬ
ПОЛЕЗНЫМИ ВАМ!