Webcom / Academy

Digital-маркетинг и ничего лишнего!

Практический курс

Конкурентный анализ в digital

Системная оценка рынка, рекламы и конкурентных стратегий.

Практический интенсивный курс для тех, **кто хочет системно оценивать рынок, рекламу и стратегии конкурентов.**

webcom.academy

Webcom / Academy

Конкурентный анализ в digital

О курсе

Практический интенсивный курс по конкурентному анализу в digital.

Вы научитесь системно оценивать рынок, сайты, соцсети, отзывы и рекламные активности конкурентов, находить точки роста и принимать обоснованные маркетинговые решения **с использованием только бесплатных инструментов.**

Количество учебных часов:
9 занятий по 2 часа

18	9	1	∞
учебных часов	практических занятий	эксперт-практик	фишек и приемов

Формат обучения: **Онлайн**

Ближайший набор на 2026 год:
23 ноября — 21 декабря

Время занятий:
пн, ср 17:00 — 19:00

Стоимость курса:

880 BYN

Этот курс для вас, если вы:

Собственник бизнеса

Поймете, почему конкуренты растут быстрее, какие у них есть слабые и сильные места, как использовать полученные данные для улучшения своего продвижения в интернете.

Начинающий предприниматель

Определите конкурентов, найдете точки отстройки и поймете, какие успешные решения можно адаптировать под свой бизнес.

Маркетолог

Систематизируете анализ, освоите структурный подход к конкурентному анализу и бесплатные инструменты, которые упростят ежедневную работу.

Webcom / Academy

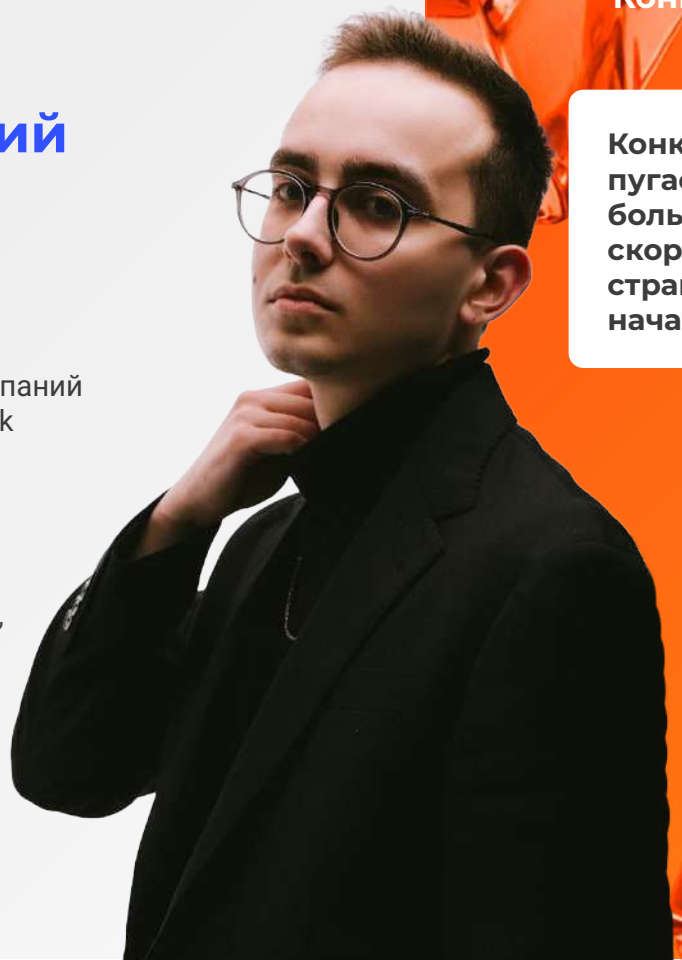
Конкурентный анализ в digital

Спикер:
Илья Войтеховский

В сфере digital
3+ лет

- Настроил 1 200+ рекламных кампаний в Google, Яндекс, Facebook, TikTok
- Разработал 35+ стратегий и конкурентных анализов для крупных клиентов
- Большой опыт с тематиками: авто, финансы, B2B услуги, e-commerce
- Средний рекламный бюджет у проектов на ведении — 8 400 $

Узнайте больше о спикере на сайте



Конкурентный анализ иногда пугает. Причина проста — большой объем данных и скорость изменений. Но это не страшно, если знать, с чего начать.

Программа курса

1. Введение в конкурентный анализ
2. Анализ рынка
3. Анализ целевой аудитории
4. Анализ сайтов конкурентов
5. Анализ позиционирования конкурентов
6. Особенности инструментов контекстной и таргетированной рекламы
7. Анализ продвижения конкурентов в интернете
8. Формулирование гипотез и регулярный мониторинг
9. Итоговый проект

Программа курса

1 Введение в конкурентный анализ

1. **Зачем нужен конкурентный анализ:**
   - **стратегические цели:** выход на рынок, определение позиционирования;
   - **тактические цели:** настройка рекламы, повышение конверсии сайта;
   - **типичные ошибки при конкурентном анализе:** копирование сайта конкурента; анализ только прямых конкурентов; использование только 1-2 инструмента для анализа; пренебрежение сезонностью и т.д.
2. **Основные понятия:**
   - прямые и косвенные конкуренты;
   - конкуренты продукта и бизнеса;
   - целевая аудитория (ЦА);
   - другие ключевые понятия, необходимые для проведения конкурентного анализа.
3. **Используемые инструменты:**
   - упор на **бесплатные и доступные инструменты** (по категориям: анализ рынка, целевой аудитории, сайтов, рекламы, AI-инструменты);
   - отдельный блок про AI-инструменты, которые будем использовать для конкурентного анализа.
4. **Составление списка конкурентов по заданному бизнесу.**

2 Анализ рынка

1. **Источники данных для анализа рынка:**
   - анализ статей и открытых источников в интернете;
   - полевые исследования.
2. **Анализ сезонности спроса** (по бизнесу в целом и отдельным товарам в частности):
   - **Google Trends:** как читать графики и сравнивать поисковые запросы;
   - **Яндекс Вордстат:** анализ динамики и сезонности поискового спроса;
   - как сезонность влияет на планирование рекламного бюджета;
   - как анализ трендов помогает выявлять новые возможности и каналы продвижения.
3. **Анализ трендов рынка:**
   - анализ экспертных статей и отраслевых отчетов;
   - оценка емкости и динамики рынка;
   - выявление ключевых трендов и изменений в отрасли;
   - дополнительный анализ **AI-трендов** с помощью Perplexity и других AI-инструментов.

3 Анализ целевой аудитории

1. **Инструменты для анализа целевой аудитории:**
   - Яндекс Метрика и Google Analytics 4;
   - анализ статей и исследований рынка;
   - сбор и анализ отзывов клиентов на Яндекс.Картах, Отзовике и других площадках.

Анализ целевой аудитории

2. **Составление портрета целевой аудитории**:
   - определение основных характеристик ЦА: доход, потребности, поведение и т.д.;
   - анализ используемых инструментов и каналов связи с бизнесом;
   - определение формата поиска продукта или услуги;
   - анализ характера спроса: мгновенный или отложенный.
3. **Сегментация потенциальных клиентов;**
4. **Выявление болей разных сегментов аудитории;**
5. **Составление УТП для каждого сегмента ЦА;**
6. **Вывод: насколько бизнес соответствует своей ЦА?**

4

Анализ сайтов конкурентов

1. **Инструменты для анализа сайтов конкурентов;**
2. **Выделение ТОП наиболее важных конкурентов;**
3. **Анализ сайтов конкурентов:**
   - анализ позиций и видимости сайтов в SEO;
   - анализ представленности в AI-выдаче;
   - оценка юзабилити и пользовательского опыта;
   - анализ структуры, контента, функциональности и других важных параметров.

Анализ сайтов конкурентов

4. **Ответы на ключевые вопросы:** насколько сайт конкурента удобен? Отвечает ли потребностям ЦА? Попадает ли в AI-выдачу?
5. **Составление сводной таблицы сравнения сайтов бизнеса и конкурентов;**

5

Анализ позиционирования конкурентов

1. **Товарный и ассортиментный анализ;**
2. **Анализ позиционирования конкурентов:**
   - определение характера и тональности позиционирования;
   - анализ каналов продвижения;
   - анализ SMM и контента конкурентов;
   - дополнительные источники информации о бизнесе
3. **SWOT- и PEST-анализ;**
4. **Составление сводной таблицы сравнения позиционирования бизнеса и конкурентов;**
5. **Вывод: какие наши преимущества, что можно взаимствовать у конкурентов?**

6 Особенности инструментов контекстной и таргетированной рекламы

1. **Инструменты для анализа digital-продвижения конкурентов;**
2. **Анализ контекстной рекламы (Google, Яндекс):**
   - инструменты для анализа рекламной активности конкурентов;
   - какие ключевые слова используют конкуренты;
   - какие заголовки и тексты объявлений применяют;
   - особенности посадочных страниц.
3. **Анализ таргетированной рекламы (TikTok, Meta, VK Ads, Telegram)**:

7 Анализ продвижения конкурентов в интернете

- Анализ используемых креативов конкурентами;
- Составление примерного медиаплана конкурентов, оценка маркетингового бюджета;
- Составление сводной таблицы сравнения конкурентов и анализируемого бизнеса.

8 Формулирование гипотез и регулярный мониторинг

- От «у них есть» к «нам нужно внедрить или протестировать»;
- Методика формулирования гипотез;
- Составление дорожной карты;
- Примеры внедрения гипотез;
- Инструменты для регулярного мониторинга.

9 Итоговый проект

- Подведение итогов
- Представление и обсуждение итогового проекта

Документы о прохождении курса

После окончания курса все слушатели получают:

- Сертификат **Webcom Academy**
- **Сертификат об обучении** государственного образца

Стоимость курса:

880 BYN

Онлайн

Скидка 5% при оплате
за 2 недели до старта курса

Скидка 10% на обучение
для клиентов **Webcom Academy**
и Webcom Group

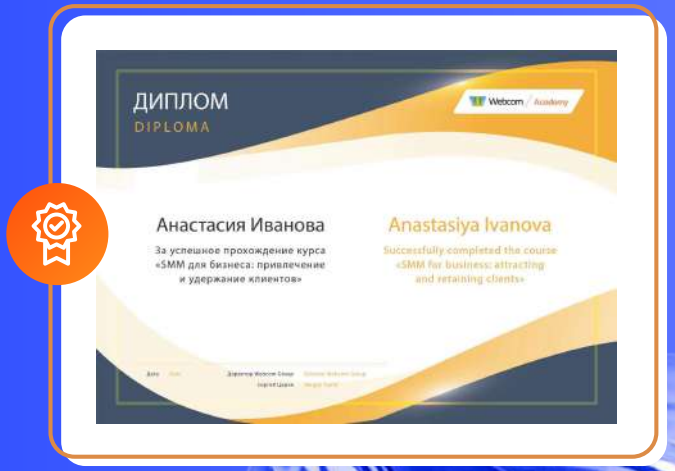
Что вы получаете:

- Консультации спикера
- Видеозаписи занятий
- Домашние задания и тесты
- Презентации и дополнительные материалы от спикера
- Диплом или сертификат об окончании обучения
- Документ государственного образца
- Поэтапная оплата

Документы о прохождении курса

После успешной защиты проекта:

- Диплом **Webcom Academy**



Почему нам доверяют

Учебные программы и материалы

постоянно обновляются в соответствии с изменениями на рынке

Наши спикеры – эксперты-практики

обучают тому, с чем сами имеют дело каждый день

Образовательные программы

реализованы совместно с Google Partners, Программой развития ООН, Европейским банком реконструкции и развития

18+ экспертов	**11** программ	**28** семинаров
12750 учебных часов	**400** групп	**11000+** выпускников
6 конференций DigitalGO!	**19+** лет на рынке	**6+** проведенных вебинаров

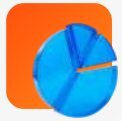
Наши выпускники работают в компаниях:

Курсы по другим направлениям digital

Освойте несколько digital-инструментов для опережения конкурентов!

Интернет-маркетинг: продвижение бизнеса в интернете

Instagram 360: система продвижения



Веб-аналитика для бизнеса

SEO-интенсив: результат за 16 часов

SMM для бизнеса: привлечение и удержание клиентов

Нейросети для бизнеса

Продвижение и реклама в TikTok

Трафик-менеджер

Конкурентный анализ в digital

Менеджер **Webcom Academy** поможет вам выбрать программы и их очередность

FAQ

1	**Можно ли по ходу курса задавать вопросы спикеру?**	Да, вы можете задавать вопросы по курсу во время занятий весь период обучения, а также 30 дней после окончания курса в Личном кабинете. Если вы не уверены, кому конкретно хотите задать вопрос, или не получили ответ более, чем через 3 рабочих дня – вопросы можно выслать на **info@webcom-academy.by.**
2	**Обязательно ли выполнение домашних заданий во время обучения?**	Во время прохождения обучения вам могут быть предложены к выполнению домашние задания, тесты, практические работы. Их выполнение поможет вам попробовать на практике все темы, которые вы изучите. Кроме того, оценки за домашние задания влияют на то, какой выпускной документ вы получите: Диплом или Сертификат.
3	**Когда начинаются занятия по курсу?**	Занятия начинаются в дату, указанную в описании курса. Однако Webcom Academy оставляет за собой право сместить даты начала и окончания занятий на срок не более 2 календарных недель. О переносах и изменениях менеджер Webcom Academy информирует участников по телефону или письмом на e-mail. В случае, если дата начала занятий будет изменена на срок более 2 недель, по желанию участника может быть произведен возврат денежных средств.

FAQ

4 Как происходит подготовка и защита дипломного проекта после обучения?

Дипломный проект вы готовите на протяжении всего курса. В основу дипломного проекта ложатся домашние задания по курсу. Так что фактически ваш диплом становится проектом стратегии развития вашего бизнеса. Защита диплома проходит на последнем занятии курса.

5 Действует ли рассрочка на курс?

Да, есть возможность оплатить обучение в 2 этапа. Первые 50% вы вносите до старта курса, следующие 50% — в течение 2-ух недель с момента первого занятия. Также вы можете оплатить курс по карте рассрочки «Халва».

6 Как поступить в случае, если пропустил занятие?

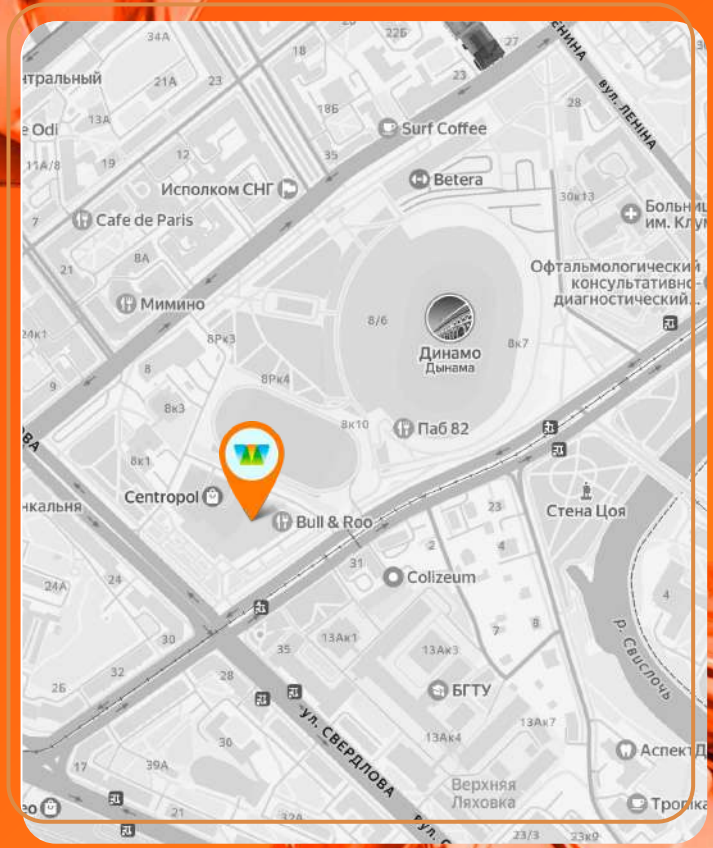
Каждому участнику курсов предоставляется доступ в Личный кабинет, в котором размещаются презентации, домашние задания и тесты, а также видеозаписи прошедших занятий. Таким образом, если пропущено одно или несколько занятий, их можно посмотреть в видеозаписях. Если возникнут вопросы или трудности – можно написать сообщение спикерам или выслать свои вопросы на **info@webcom-academy.by**.

Свяжитесь с нами любым удобным способом:

+375 (44) 711-11-97

+375 (17) 242-42-48

info@webcom-academy.by

Республика Беларусь, Минск,
ул. Свердлова, д. 11, пом. 332

Следите за новостями: