



Webcom®

Academy

Центр интернет-образования
Академия Webcom

Курс:

«Интернет-маркетинг: продвижение бизнеса в интернете»

webcom-academy.by

Программа курса:

Вводное занятие: Введение в интернет-маркетинг

- Знакомство со слушателями;
- Определение целей и задач;
- Знакомство с программой курса;
- Знакомство с Кабинетом слушателя;
- Понятие интернет-маркетинга;
- Состояние сферы интернет-маркетинга в Беларуси;
- Этапы работ и инструментарий интернет-маркетинга;
- Портрет современного интернет-маркетолога.

Программа курса:

Модуль 1. Стратегическое планирование и подготовка к работе

- Сегментация аудитории;
- Типизация страниц на сайте;
- Создание конверсионных сценариев;
- Выработка стратегии продвижения товаров/услуг;
- Выбор инструментов продвижения.

Программа курса:

Модуль 2. Анализ рынка и конкурентов

- Анализ потребности рынка в продукте/услуге;
- Поиск конкурентов, анализ их деятельности в интернете;
- Определение целевой аудитории;
- Определение ее характеристик и особенностей;
- Прохождение этапов выбора;
- Анализ спроса;
- Выход на рынок.

Программа курса:

Модуль 3. Сбор данных и сегментация клиентов

- **Цифровой след пользователя**
 - Какие возможности дают нам современные технологии по сбору данных;
 - Как информация «оседает» в компании – как мы можем её собрать;
 - Какие навыки необходимы маркетологу для работы с данными;
- **Применение данных в маркетинге**
 - Воронка продаж: от клика до первой покупки;
 - Показатели и учет;
 - CRM-стратегия, основанная на данных о Клиенте;
 - Основные показатели: САС, LTV, цикличность потребления , когортный отчет – как считать и как применить;
 - Основные подходы к сегментации и для чего это необходимо;
 - Оцифровка сервисных показателей;
- **Обзор инструментария**
 - Vi-инструменты и системы аналитики;
 - CRM-системы.

Программа курса:

Модуль 4. Создание сайта

- Постановка целей;
- Структура, конверсия и содержание;
- Как делают сайты, кто эти люди;
- Модели разработки;
- Дизайн проекта;
- Типографика и верстка;
- 10 трендов веб-дизайна;
- HTML-верстка;
- Программирование сайтов;
- Системы управления контентом;
- Стратегия разработки.

Программа курса:

Модуль 5. Поисковое продвижение (SEO)

- Поиск как основной источник привлечения клиентов на сайт;
- Точки отсчета «поисковик-запрос-выдача»;
- Этапы работ по SEO;
- Недостатки и преимущества SEO;
- Факторы, влияющие на позиции сайта в выдаче;
- Правила общения с подрядчиком;
- Контроль качества работы.

Программа курса:

Модуль 6. Контекстная реклама

- Введение в терминологию;
- Сравнение Яндекс.Директ и Google Реклама;
- Этапы создания кампаний контекстной рекламы;
- Секреты создания эффективных объявлений;
- Инструменты управления кампаниями;
- Общение с подрядчиком.

Программа курса:

Модуль 7. Социальные сети (SMM)

- Задачи бизнеса, которые решают социальные сети;
- Подбор подходящих площадок;
- Создание страниц компании;
- Привлечение, вовлечение и удержание пользователей;
- Платная реклама в соц.сетях;
- Оценка эффективности;
- Вопрос отношений с подрядчиком.

Программа курса:

Модуль 8. Медийная реклама

- Определение/понятие направления «медийная реклама»;
- Обзор рынка медийной рекламы;
- Потребление интернета пользователями, портрет аудитории;
- Основные тренды и направления развития на 2020 год;
- KPI, медиапоказатели;
- Инструменты.

Программа курса:

Модуль 9. Контент-маркетинг

- Виды текстов, структура текста;
- Целевая аудитория;
- Вопросы к тексту;
- Заголовки;
- Тексты для SMM и контекстной рекламы;
- SEO-тексты;
- Софт для работы с текстами;
- Оценка качества текстов;
- Экономика контента;
- Планирование в контент-маркетинге;
- Матрицы контента;
- Стратегия.

Программа курса:

Модуль 10. E-mail-маркетинг

- Цели и задачи e-mail-маркетинга;
- Рекомендации по сбору баз;
- Рекомендации по оформлению писем и контенту;
- Тренды в e-mail-маркетинге;
- Стратегия.

Программа курса:

Модуль 11. Анализ сайта с точки зрения юзабилити

- Знакомство с понятием;
- Основы юзабилити и эргономики;
- Особенности хорошего интерфейса;
- Сценарии взаимодействия пользователя с сайтом;
- Инструменты-помощники (Вебвизор, карта кликов);
- Тестирование своими силами.

Программа курса:

Модуль 12. Работа с CRM-системами (на примере Bitrix24)

- Что такое CRM-система;
- Функционал;
- CRM и интернет-маркетинг;
- KPI и план продаж;
- Как внедрить CRM-систему.

Программа курса:

Модуль 13. Анализ эффективности

- Основные возможности и необходимые настройки Google Analytics;
- Основные настройки и возможности по анализу Яндекс Метрики;
- Оперативное управление настройками - Google Tag Manager;
- Подготовка к проведению маркетинговых кампаний;
- Выбор KPI;
- Выбор инструментов получения данных;
- Планирование подключения систем отслеживания;
- Составление медиаплана и пометка источников;
- Методология оценки результатов.

Программа курса:

Модуль 14. Преддипломная консультация

- Формирование стратегии;
- Понятие комплексного подхода;
- Цели продвижения и инструменты их воплощения.

Программа курса:

Итоговое занятие: Советы и рекомендации

- Подведение итогов;
- Тренды и прогнозы развития сферы;
- Рекомендации по продвижению бизнеса в интернете;
- Советы по выбору подрядчиков и работе с ними;
- Вручение дипломов и сертификатов.

Программа курса:

Бонус! YouTube

- Видео, как источник трафика;
- Анализ рынка;
- Дистрибуция контента;
- Виды контента;
- Как создать видео, которое будет отвечать запросам пользователя.