Webcom / Academy

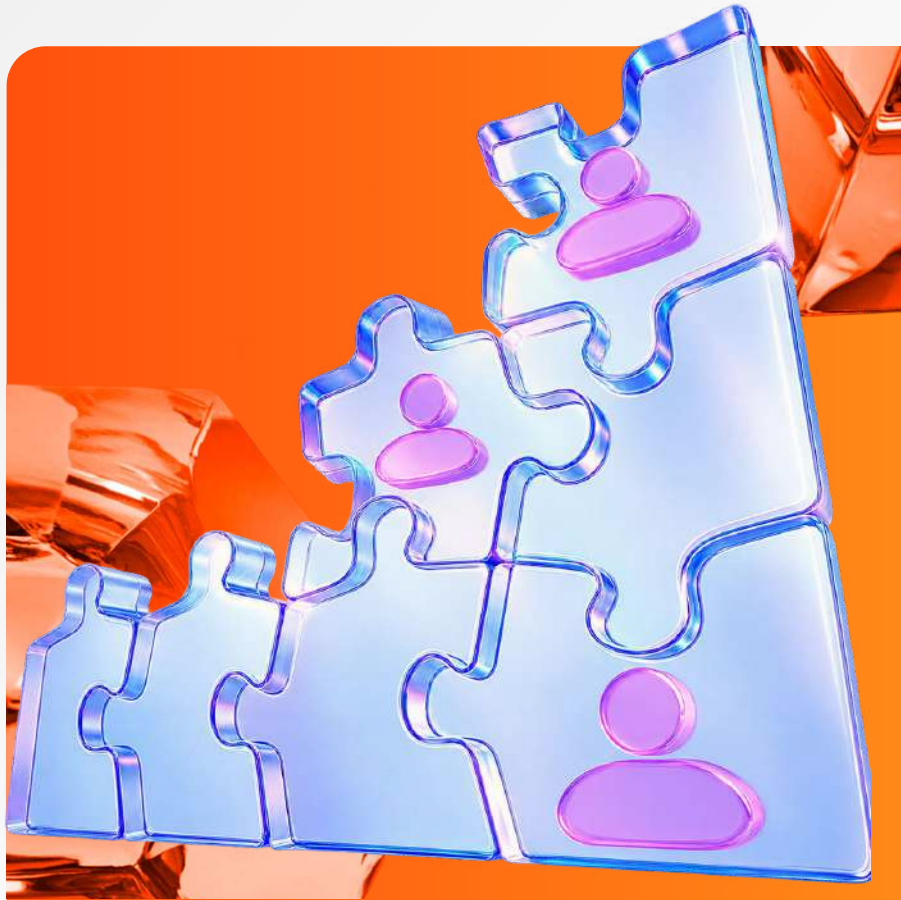
Digital-маркетинг и ничего лишнего!

Практический курс

SMM для бизнеса: привлечение и удержание клиентов

Практический интенсивный курс **для тех, кто хочет эффективно продвигать бизнес в социальных сетях.**

webcom.academy



Webcom / Academy

О курсе

Практический интенсивный курс для тех, кто хочет эффективно продвигать бизнес в социальных сетях.

Научитесь составлять контент-план, который вовлекает аудиторию, создавать посты и визуалы, которые продают, правильно использовать ИИ-инструменты для идей, текстов и анализа эффективности.

Количество учебных часов:
20 занятий по 2 часа

40	1	∞
учебных часов	эксперт-практик	фишек и приемов

SMM для бизнеса: привлечение и удержание клиентов

Формат обучения: **Онлайн**

Ближайший набор на 2026 год:
23 ноября — 10 февраля

Время занятий:
пн, ср 19:00 — 21:00

Стоимость курса:

1500 BYN

Этот курс для вас, если вы:

Владелец бизнеса

Вы сможете выстроить эффективный план SMM-продвижения своей компании, грамотно взаимодействовать с подрядчиками или вообще отказаться от их услуг.

Руководитель отдела маркетинга

Вы сформируете грамотную SMM-стратегию для своего проекта, найдете свою целевую аудиторию в соцсетях и сможете правильно отслеживать эффективность маркетинговых вложений.

Специалист по маркетингу и рекламе

Вы узнаете, как составлять контент-план, запускать рекламу в соцсетях, создавать и продвигать страницы и группы. Освоите новые инструменты и расширите профессиональные компетенции.

Хотите сменить профессию

Вы разберетесь в основных SMM-инструментах и сервисах, изучите основной функционал специалиста по Social Media Marketing и сможете начать карьеру в новой для себя сфере.

Webcom / Academy

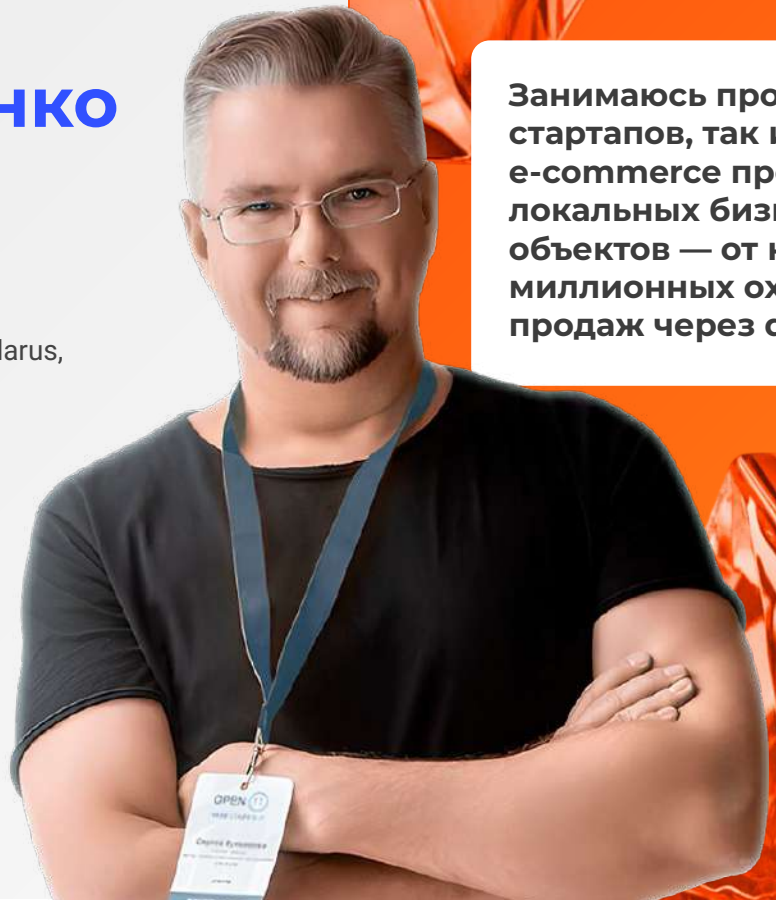
SMM для бизнеса: привлечение и удержание клиентов

Спикер:
Сергей Кузьменко

Практический опыт в SMM с 2010 года

- Организатор конференций Digital Day Belarus, Digital Media Day, InstaMinsk 2017–2025
- Автор методологии классификации и критериев оценки проектов участников Рейтинга SMM-агентств «Рейтинг Байнета»
- Докладчик и автор мастер классов по SMM на международных конференциях и форумах России, Украины и Беларуси

Узнайте больше о спикере на сайте



Занимаюсь продвижением как стартапов, так и крупных e-commerce проектов, СМИ, локальных бизнесов и HoReCa-объектов — от нуля до миллионных охватов и больших продаж через digital и SMM.

Программа курса

1. Понятие SMM, обзор актуальных платформ в 2026 году
2. Цели, задачи, бизнес-логика и стратегии в SMM
3. Digital и SMM-специалисты». Ключевые показатели эффективности в SMM
4. Кейсы VS тренды в системном управлении информацией
5. Маркетинговое зеркало – репутационный SMM
6. SMO – Social Media Optimization
7. Контент в SMM
8. Нейросети для SMM
9. Активизации – акции, конкурсы, гивы и прочие активности
10. Системный инфлюенс-маркетинг – работа с блогерами

Программа курса

11 Платформа Telegram для бизнеса в 2026

12 Главная социальная сеть деловых контактов Linkedin

13 Meta (Instagram, Facebook) для бизнеса в 2026

14 VK и Одноклассники и платформа Дзен

15 TikTok для бизнеса в 2026

16 YouTube для бизнеса 2026: от SEO и до рекламы

17 Подведение итогов

Программа курса

1 Понятие SMM, обзор актуальных платформ в 2026 году

- знакомство и определение SMM для бизнеса;
- мифы об SMM;
- определение лучшей платформы для решения бизнес задач в 2026 году;
- аудиторные показатели соц. сетей в 2026 году;
- целевые аудитории в соц. сетях и их сегментация;
- методы и подходы к сегментации целевой аудитории и конкурентный анализ в SMM;
- уникальное торговое предложение в SMM, методы подбора и формирования УТП;
- разбор типичных ошибок бизнеса в SMM в 2026 году;
- обзор полезных ссылок и ТОП инструментов для SMM;
- **практика:** формирование правильной бизнес логики и уникального торгового предложения.

2

AI-контент, SMM, SEO и рекламные связки

- реальные цели и задачи бизнеса в SMM;
- разбор цели «Прямые продажи» – логика, ресурсная база, возможные результаты на примерах;
- разбор цели «Информирование» – логика, ресурсная база, результаты на примерах;
- разбор цели «Формирование сообщества» – логика, ресурсная база, результаты на примерах;
- разбор воронки продаж в социальных сетях как она формируется и как работает в SMM;
- формализация воронки продаж в SMM. Примеры безконверсионных и конверсионных воронок;
- разбор соотношения возможных целей и задач social media marketing для разного типа бизнеса с возможными показателями эффективности;
- разбор стратегии «Вещание», инструменты, биджетирование, делегирование, выбор и контроль ключевых показателей эффективности;
- разбор стратегии «Вовлечение», инструменты, бюджетирование, делегирование и KPI;
- разбор стратегии «Комплексная-смешанная», инструменты, бюджеты, делегирование и KPI;
- разбор ошибок при выборе связки цель VS стратегия;
- распределение платформ и подходов к целевым аудиториям по лестнице Бена Ханта;
- **практика:** подбор и обоснование правильной стратегии с учетом ресурсной базы и целей бизнеса в SMM.

3 «Digital и SMM-специалисты». Ключевые показатели эффективности в SMM

- кто за что отвечает в SMM в малых и больших проектах;
- как понять, какие работы с соцсетями делать в организации, а какие отдавать на аутсорс (фрилансерам или digital-агентствам);
- кому сколько платить: в штате (данные статистики с rabota.by) и удаленно;
- какие бывают ключевые показатели эффективности в SMM и как их распределить в команде или как правильно нагрузить сотрудника;
- где SMM-специалисту искать работу и проекты, а бизнесу искать SMM-специалистов;
- как оценивать работу SMM-специалиста (матрица KPI);
- **ответы на вопросы.**

4 Кейсы VS тренды в системном управлении информацией

- что такое кейсы в SMM;
- почему важнее изучать кейсы и примеры реальных работ над проектами, а не тренды в SMM;
- методология поиска рабочих SMM-кейсов;
- подборки/каталоги ТОП кейсов по тематикам;
- как применять существующие кейсы в своем проекте;
- **практика:** поиск и изучение кейсов под свой проект.

5

Маркетинговое зеркало – репутационный SMM

- репутация и репутационный менеджмент как основа для перехода от медийных показателей (охваты, соц. сигналы) к бизнес-показателям (регистрации, звонки, заказы);.
- влияние отзывов и упоминаний в соцсетях и на сервисах отзывов на продажи (разбор реальных кейсов);
- как найти отзывы о продукте, компании, руководителе в цифровом хаосе (разбор 2-х методик);
- разбор 5 основных сервисов для репутационного менеджмента в SMM;
- автоматизация работ по сбору необходимой семантики через специальные инструменты поиска отзывов в соцсетях;
- как правильно отвечать на отзывы в соц сетях и SMM сервисах;
- методика автоматизации сбора отзывов клиентов и посетителей торговых точек;
- разбор карточек GMB и Яндекс Бизнес (Яндекс Справочник) слушателей — аудит и поиск точек роста.
- ответы на вопросы;
- **практика:** исследование репутационной зоны конкурентов. Улучшение собственной репутационной зоны. Аудит и оптимизация карточек GMB и Яндекс Бизнес.

6 SMO – Social Media Optimization

- SMO как креативный и бесплатный метод получения бизнес KPI в SMM (подписчиков, отзывов, UGC контента);
- пошаговый план внедрения SMO в ваши проекты;
- стратегии и инструменты SMO под различные виды бизнеса;
- разбор примеров SMO;
- разбор типичных ошибок при внедрении SMO;
- **практика:** создание собственной стратегии SMO.

7 Контент в SMM

- типы и виды контента в соцсетях и мессенджерах в 2026 году;
- медиапланирование и стоимость работ с контентом для SMM;
- связь контента на сайте с SMM;
- ошибки при работе с контентом в SMM;
- виды и типы контента в SMM и матрица контента;
- системная работа с контент-планом;
- продающий контент – лучшие подходы, разбор примеров;
- ТОП-40 инфоповодов для вашего бизнеса;

Контент в SMM

- юмор в SMM, мифы и реальность;
- тексты в SMM;
- методы вовлечения аудитории в коммуникацию;
- методы повышения уровня вовлеченности;
- инструменты конкурентного анализа контента (ТОП-3);
- инструменты конкурентного анализа рекламных кампаний конкурентов (ТОП-3);
- разбор методики «курирование контента»;
- где бесплатно брать контент: разбор фотостоков и фотобанков;
- инструменты SMM для создания и обработки контента;
- хештеги как часть контента в SMM;
- разбор стратегии «слежения и следования за трендами»;
- инфографика как вид контента для SMM;
- видео как тип контента в SMM, методы и подходы работы с видеоконтентом;
- поисковая оптимизация при работе в социальных сетях;
- **практика:** анализ контент-стратегий конкурентов и создание контент-плана.

8 Нейросети для SMM

- какие бывают нейросети и как они могут помочь вашему бизнесу;
- плюсы и минусы (риски) использования нейросетей для вашего SMM;
- навыки и умения для использования нейросетей;
- текстовые нейросети;
- графические нейросети;
- ИИ для генерации видео;
- ИИ для обработки изображений и монтажа роликов для SMM;
- нейросети для перевода ваших видео на иностранные языки;
- **практика:** создание контента при помощи нейросетей.

9 Активизации – акции, конкурсы, гивы и прочие активности

- сегментация и продажи через легальные акции разных типов с учетом технических особенностей различных социальных платформ;
- кейсы и примеры на реальном бизнесе: как привязать активности к целям и задачам бренда и получить в результате акций не лайки и репосты, а лиды, заказы и продажи;

Активизации – акции, конкурсы, гивы и прочие активности

- верстка активизаций для разных соц. платформ;
- типология активизаций в различных социальных сетях и мессенджерах;
- подводные камни и особенности проведения активизаций;
- автоматизация поведения итогов акций, конкурсов и марафонов – разбор сервисов;
- разбор ошибок при проведении активизаций;
- **практика:** верстка собственной активизации.

10

Системный инфлюенс-маркетинг – работа с блогерами

- место инфлюенс-маркетинга в SMM;
- с какими блогерами и сообществами можно работать бизнесу в 2026 году;
- инструменты поиска и подбора блогеров и сообществ в Instagram, VK, Tiktok, YouTube, Threads;
- инструменты работы с сообществами и блогерами в Telegram;
- сообщества и блогеры-амбассадоры, как этого достичь;
- трекинг конверсий и аналитика в инфлюенс-маркетинге;
- разбор типичных ошибок бизнеса и SMM-специалистов при работе с инфлюенс-маркетингом;
- **практика:** формирование собственной стратегии инфлюенс-маркетинга, подбор сообществ и блогеров.

11 Платформа Telegram для бизнеса в 2026

- разбор кейсов продвижения разных типов бизнеса в Telegram;
- личный профиль, оформление и ведение контента (сторис) и защита аккаунта от взломов;
- коммьюнити менеджмент в Telegram, создание и развитие сообществ для бизнеса;
- контент-маркетинг в Telegram: типы и виды контента для бизнеса;
- активизации (марафоны, конкурсы) в Telegram от креативной идеи до быстрой и понятной реализации (реальные примеры);
- системный инфлюенс-маркетинг в Telegram (подбор доноров и закупка в Telegram);
- коммуникация и продажи в Telegram;
- автоматизация и боты для групп и пабликов в Telegram;
- разбор типичных ошибок при работе в Telegram;
- **практика:** формирование собственной стратегии работы с Telegram, подбор сообществ для посевов в Telegram.

12 Главная соц сеть деловых контактов Linkedin

- аудиторные показатели Linkedin в 2026;
- ключевые отличия Linkedin от других SMM-платформ;

Главная социальная сеть деловых контактов Linkedin

- оптимизация и продвижение личного профиля в Linkedin (полный разбор всех блоков);
- что такое Social Selling index и как он влияет на показы вашего контента;
- факторы ранжирования в Linkedin;
- типы и виды контента в Linkedin;
- инструменты для бизнеса, бизнес-страницы и рекламный кабинет;
- **практика:** создание и оптимизация личного профиля, создание и оформление бизнес-страницы в Linkedin.

13

Meta (Instagram, Facebook) для бизнеса в 2026

- аудиторные показатели Instagram, Facebook, Threads;
- баны, блокировки и правила работы в Meta в 2026;
- типология сообществ в Facebook: личный профиль, группы, бизнес-страницы, мероприятия;
- типология Instagram-аккаунтов: личные профили и бизнес-страницы;
- настройка и подготовка к работе в Instagram: описание профиля, настройка хайлайтсов;
- Reels как отдельный вид контента для Instagram;
- Stories как отдельный вид контента в Instagram;
- Live-трансляции в Instagram;

Meta (Instagram, Facebook) для бизнеса в 2026

- разбор успешных кейсов в Instagram;
- продвижение бизнеса в Instagram, методы и подходы;
- удержание внимания и вовлечения в Instagram;
- разбор малого рекламного кабинета, настройки, запуск рекламы;
- разбор соц. сети Threads: аудиторные показатели, методы продвижения;
- типы контента в Threads, разбор метода коммуникативных посевов;
- разбор Meta Ads Manager, функции, настройки, типы рекламных стратегий;
- ретаргетинг 8 типов в META;
- индивидуализированные аудитории и похожие аудитории в Meta Ads Manager;
- ключевые показатели эффективности и трекинг конверсий в Meta;
- **практика:** создание и оформление бизнес-страниц, размещение контента, запуск рекламы.

14

VK и Одноклассники и платформа Дзен

- аудиторные показатели и возможности платформ для бизнеса в 2026;
- отличия и особенности VK, OK и Дзен;
- алгоритмы VK – Немезида и Прометей;

VK и Одноклассники и платформа Дзен

- типология сообществ в VK и ОК: личные страницы, группы, бизнес-страницы;
- администрирование и настройка бизнес-страниц в VK и ОК;
- рассылки в VK, подходы и инструменты;
- особенности создания контента в VK, ОК и Дзен;
- видео как отдельный вид контента в VK, ОК и Дзен-каналах;
- медиаметрия и статистика в сообществах и каналов;
- возможности ретаргетинга в VK и ОК, индивидуализированные аудитории;
- парсеры и их возможности для повышения эффективности рекламы в VK и ОК;
- разбор рекламных кабинетов и запуск рекламы;
- работа с блогерами и сообществами в VK (биржи и сервисы);
- **практика:** создание и оформление бизнес-сообществ, запуск рекламы.

15

TikTok для бизнеса в 2026

- чем кардинально отличается TikTok от других соц. сетей и почему аудитория растет такими темпами;
- аудитория платформы TikTok в русскоязычном интернете, MAU, DAU, соц. дем;
- стратегии работы с TikTok. Чем вещание отличается от вовлечения;

TikTok для бизнеса в 2026

- алгоритмы работы ленты TikTok;
- активизации и их типы в TikTok;
- рекламный кабинет и его настройки;
- TikTok — кейсы. Цифры, бюджеты, статистика;
- инфлюенс-маркетинг в TikTok: от подбора до инструментов, автоматизации и трекинга конверсий;.
- полезные ресурсы и ссылки для самообразования на тему TikTok;
- **практика:** создание и ведение TikTok-канала.

16

YouTube для бизнеса 2026: от SEO и до рекламы

- аудиторные показатели и возможности платформ для бизнеса в 2026;
- отличия и особенности VK, ОК и Дзен;
- алгоритмы VK – Немезида и Прометей;
- типология сообществ в VK и ОК: личные страницы, группы, бизнес-страницы;
- администрирование и настройка бизнес-страниц в VK и ОК;
- рассылки в VK, подходы и инструменты;
- особенности создания контента в VK, ОК и Дзен;

YouTube для бизнеса 2026: от SEO и до рекламы

- видео как отдельный вид контента в VK, ОК и Дзен-каналах;
- медиаметрия и статистика в сообществах и каналов;
- возможности ретаргетинга в VK и ОК, индивидуализированные аудитории;
- парсеры и их возможности для повышения эффективности рекламы в VK и ОК;
- разбор рекламных кабинетов и запуск рекламы;
- работа с блогерами и сообществами в VK (биржи и сервисы);
- **практика:** создание и оформление бизнес-сообществ, запуск рекламы.

17

Подведение итогов

- представление и обсуждение итогового проекта;
- ответы на вопросы.

Webcom / Academy

Документы о прохождении курса

После окончания курса все слушатели получают:

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

Webcom / Academy

Документы о прохождении курса

После успешной защиты проекта:

- Диплом **Webcom Academy**

SMM для бизнеса: привлечение и удержание клиентов

Webcom / Academy

SMM для бизнеса: привлечение и удержание клиентов

Стоимость курса:

1500 BYN

Онлайн

Скидка 5% при оплате
за 2 недели до старта курса

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

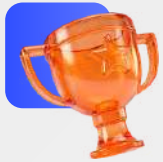
Что вы получаете:

- 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

Почему нам доверяют

Учебные программы и материалы

постоянно обновляются в соответствии с изменениями на рынке



Наши спикеры – эксперты-практики

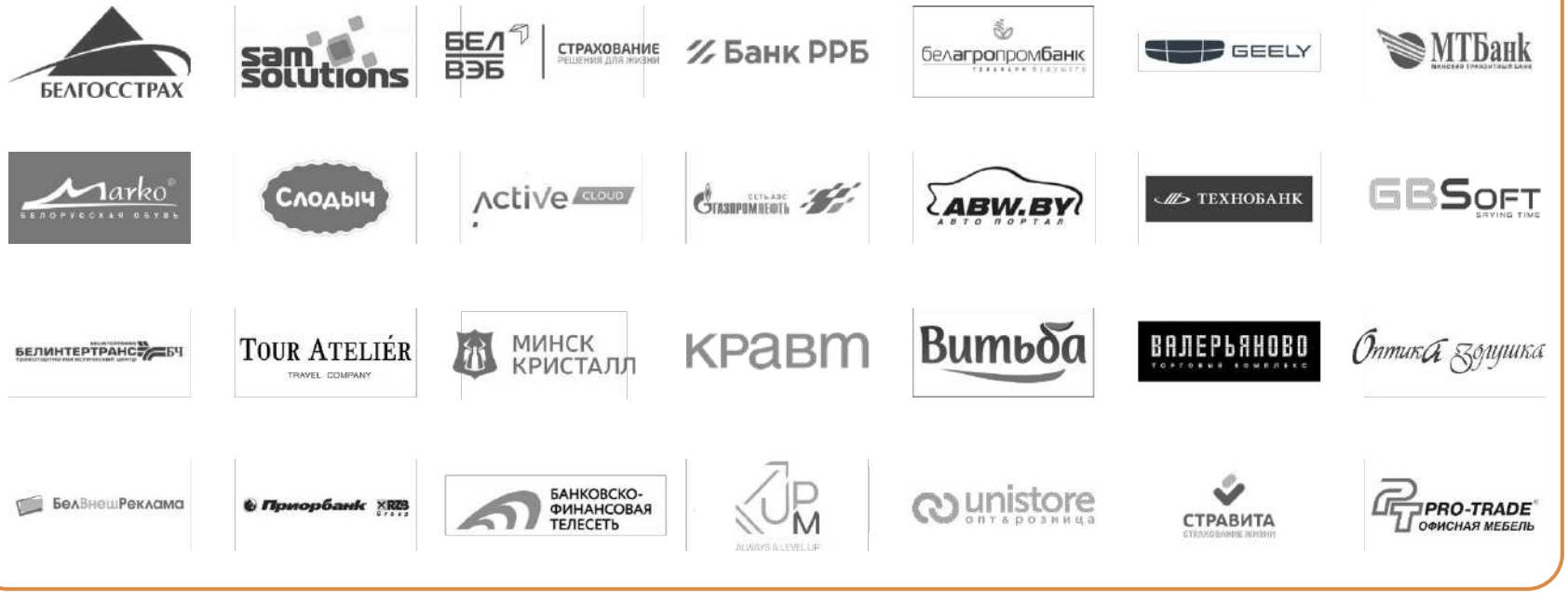
обучают тому, с чем сами имеют дело каждый день

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:

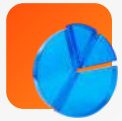


Курсы по другим направлениям digital

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 SMM задавать вопросы спикеру?

Да, вы можете задавать вопросы по курсу во время занятий весь период обучения, а также в течение 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, вопрос 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 SMM?

Занятия начинаются в дату, указанную в описании курса. Однако Webcom Academy оставляет за собой право сместить дату 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 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.**

5 Действует ли рассрочка на курс?

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

6 Как проходит 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 SMM.

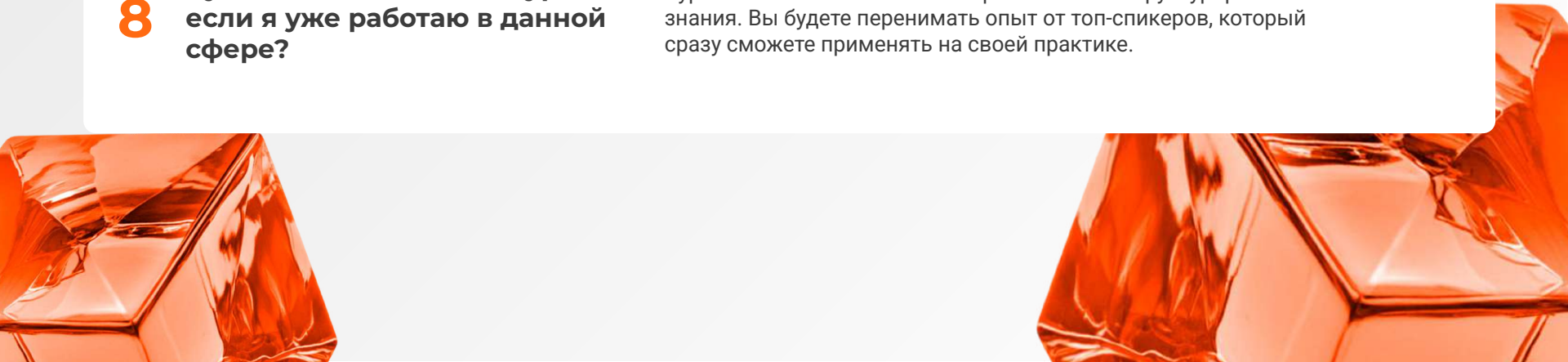
FAQ

7 Где проходит обучение SMM?

Слушателям онлайн-курса перед каждым занятием будет высылаться ссылка на онлайн-трансляцию занятия. На следующий день видеозаписи занятий будут опубликованы в Личном кабинете.

8 Будет ли мне полезен курс, если я уже работаю в данной сфере?

Курс SMM поможет тотально прокачаться и структурировать знания. Вы будете перенимать опыт от топ-спикеров, который сразу сможете применять на своей практике.



Webcom / Academy

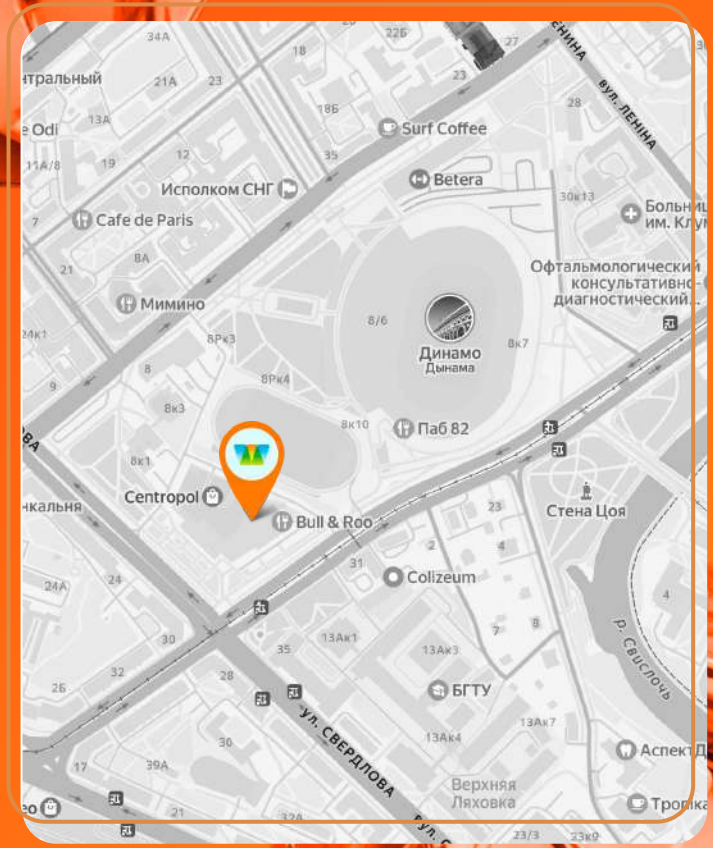
SMM для бизнеса: привлечение
и удержание клиентов

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: