Интернет-маркетинг

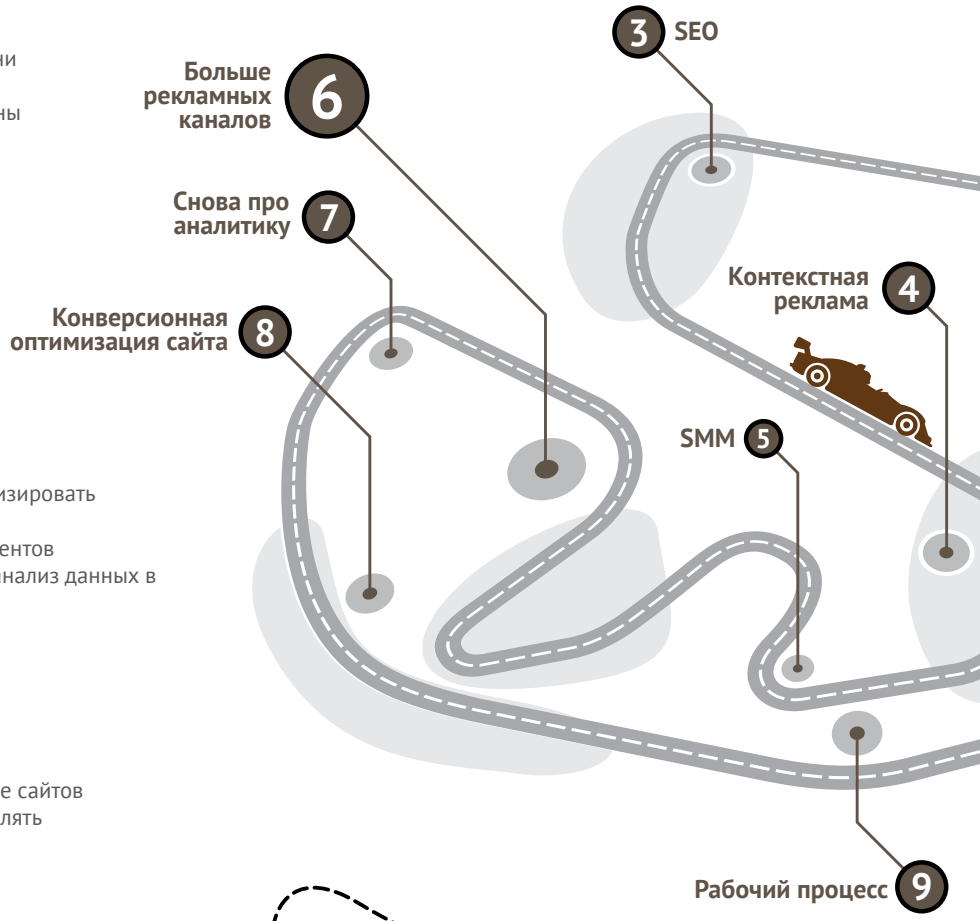
online marketing manager

1 Маркетинг

1. Кто такие интернет-маркетологи
2. Интернет-маркетинг и структура всех процессов в организации
3. Основные понятия и термины
4. Как правильно определить целевую аудиторию
5. Определяем потребности ЦА и учимся с этим работать
6. Портрет целевой аудитории. Сегментирование ЦА
7. Позиционирование. Влияние ЦА на стратегию позиционирования
8. Разбор ЦА на реальных примерах

2 Веб-аналитика

1. Инструменты веб-аналитики, и как они работают
2. Как настроить счетчики, и зачем нужны utm-метки
3. Определение KPI. Цели, события в веб-аналитике, и как их настраивать
4. Воронка целей, сложные составные цели. Микро- и макроконверсии
5. Маркировка. UTM-метки
6. Подробный обзор Google.Analytics и Яндекс.Метрики
7. Модуль E-commerce. ТЗ на внедрение счётчиков и торговли
8. Что делать с данными, как надо анализировать показатели
9. Работа с сегментами. Настройка сегментов
10. Когортный анализ. Сравнительный анализ данных в динамике



3 SEO

1. Принципы работы поисковых систем
2. Факторы, влияющие на ранжирование сайтов
3. Семантическое ядро, и как его составлять
4. Корректная структура сайта
5. Внутренняя оптимизация сайтов
6. Внешняя оптимизация сайтов
7. Как сделать SEO-аудит
8. Как проверить работу SEO-специалиста
9. Техническая оптимизация - основы
10. Базовые характеристики сайтов, дубликаты.
11. Robots.txt. Сниппеты.
12. Поведенческие факторы, коммерческие факторы.

4 Контекстная реклама

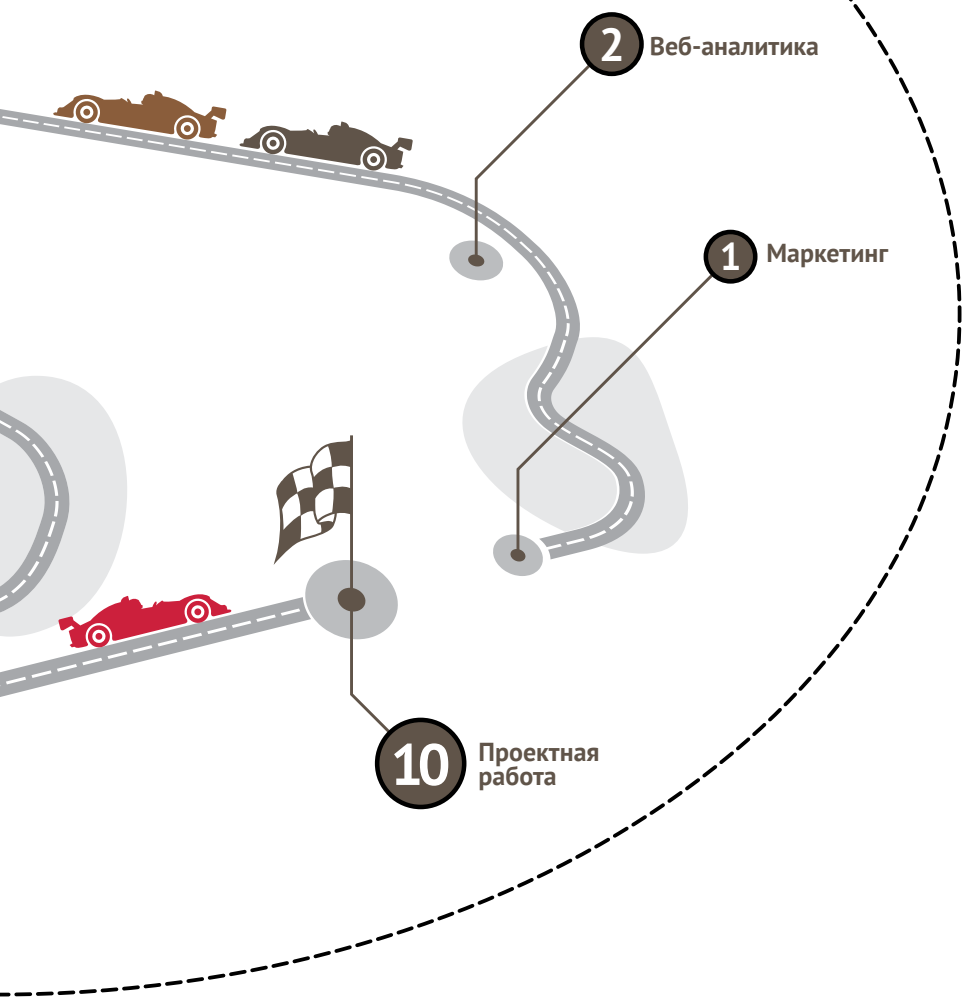
1. Знакомство с Яндекс.Директ и Google.AdWords
2. Структура рекламной кампании
3. Подбор ключевых слов
4. Как написать текст объявления
5. Как работает аукцион в контекстной рекламе
6. Рекламные сети Яндекс и Google
7. Ремаркетинг и ретаргетинг
8. KPI в контекстной рекламе
9. Яндекс.Маркет
10. Анализируем рекламные кампании
11. Смарт методы в оптимизации рекламных кампаний
12. Стратегии и возможности автоматизации

5 SMM

1. Виды рекламы в социальных сетях
2. Ведение групп и стараниц
3. Стратегии и планирование развития бренда в социальных сетях
4. Особенности коммерческих и некоммерческих сообществ
5. Управление репутацией
6. Таргетированная реклама в соцаильных сетях
7. Анализ эффективности рекламы в соцсетях
8. Органическое продвижение групп. Креатив. Конкурсы
9. SERM или вытеснение негатива из поисковой выдачи. Способы и примеры
10. Базовые и шаблонные инструкции обработки отзывов на примере крупных брендов
11. Какие существуют форматы рекламы в соцсетях
12. Аукцион в таргетированной рекламе
13. Сбор и сегментация аудитории в социальных сетях
14. Настройка рекламы: Facebook, Vkontakte, MyTarget, Одноклассники, Instagram

Больше рекламных каналов 6

1. E-mail маркетинг. Как собрать базу подписчиков
2. Составляем стратегию рассылок
3. Требования к дизайну, теме, тексту и верстке письма.
4. Что такое тригерные рассылки, и как с этим работать.
5. Контент-маркетинг - почему он важен.
6. Как писать интересные тексты, основные акценты.
7. Нейромаркетинг. Наука в помощь маркетологу
8. Типология личностей.
9. Идивидуализация обращений. На примере работы с контентом и E-mail рассылками
10. Programmatic, современная медийная реклама
11. CPA- и тизерные сети, как с ними работать
12. Как работать с копирайтерами



Снова про аналитику 7

1. Call-трекинг. Отслеживание эффективности звонков
2. Как выстроить сквозную аналитику
3. Measurement Protocol. Импорт данных
4. Основы Excel для интернет-маркетолога
5. Анализ и аудит рекламных каналов
6. Модели атрибуции
7. Ассоциированные конверсии
8. Интеграция данных в единое окно.
9. Возможности визуализации данных

Конверсионная оптимизация сайтов 8

1. Разработка сайта. Современные требования.
2. UX-design. Проектирование интерфейсов
3. Юзабилити и подготовка юзабилити-аудита
4. Как найти гипотезы для улучшения сайта
5. Конверсионная оптимизация сайта
6. А/Б тестирование
7. Анализ посадочных страниц
8. Современный подход к дизайну и функциональности

Рабочий процесс 9

1. Как находить подрядчиков
2. Как нанимать сотрудников в штат
3. Мотивация сотрудников и подрядчиков
4. Планирование и постановка задач
5. Работа в таск-менеджерах
6. Разрабатываем стратегии для комплекса интернет-маркетинга
7. Поэтапный контроль выполнения работ
8. Подготовка медиаплана
9. Выбор эффективных каналов коммуникации
10. Разработка модели присутствия в Интернете на основе бизнесов слушателей

10 Проектная работа