8 (495) 698-63-64
8 (800) 234-55-22
seminar@finkont.ru
www.finkont.ru

Практикум: применение инструментов интернет-маркетинга для аудита и оптимизации системы продвижения компании

Система продвижения может не работать в двух случаях: если она выстроена неправильно или если сбой происходит в одной из ее частей. Трехдневный курс-практикум посвящен анализу эффективности работы и оценке потенциала системы продвижения. Слушатели вместе с экспертом-практиком разберут на примере собственных компаний алгоритм поиска потенциальных точек роста спроса на продукт компании, поймут, что нужно изменить в системе продвижения, чтобы улучшить эффективность своей деятельности. Оценят маркетинговую стратегию и интернет-продвижение на предмет ее эффективности. Выработают план действий по оптимизации системы продвижения.

Дата проведения: Открытая дата

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Дневной

Срок обучения: 3 дня

Продолжительность обучения: 24часа

Место проведения: г. Санкт-Петербург, Лиговский проспект, 266с1, Бизнес Центр Премьер Лига (3 очередь), 4 этаж, из лифта направо. Станции метро «Московские ворота», «Технологический институт», «Обводный канал».

Для участников предусмотрено: Методический материал, кофе-паузы.

Документ по окончании обучения: По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 24 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

Для кого предназначен

Собственника бизнеса, директора по маркетингу, коммерческого директора, маркетолога, менеджера по рекламе, менеджера по маркетингу, менеджера по продукту, продуктового маркетолога, контент-маркетолога и всех, кто заинтересован в росте эффективности продвижения компании посредством интернет-технологий.

Цель обучения

Разработать план действий по оптимизации системы продвижения компании с учетом возможностей роста и современных технологий.

Особенности программы

В рамках авторского курса предоставляется уникальная возможность в интерактивном режиме проанализировать на практике стратегию продвижения собственной компании, оценить потенциал, выявить ошибки и пути их исправления, разработать перспективный план развития, выполняя практические задания совместно с группой и экспертом-практиком. В курсе рассматривается на практике механизм работы ключевых инструментов системы продвижения.

Результат обучения

В результате обучения слушатели:

- научатся эффективно работать с целевой аудиторией;

- научатся грамотно позиционировать продукт и компанию;
- построят логичную систему точек касания;
- научатся отслеживать и предугадывать действия конкурентов;
- научатся составлять карту сегментов, индивидуальную систему метрик для анализа конкурентов, систему ключевых сообщений и медиаплан;
- научатся анализировать эффективность работы с текстами;
- рассмотрят возможности и ограничения применения технологий искусственного интеллекта в процессе работы с текстами;
- составят список ошибок текущего продвижения своей компании и чек-лист точек роста;
- разработают план действий по оптимизации продвижения компании.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Программа обучения

День-1.

Анализ стратегии продвижения.

Организация эффективной работы с-целевой аудиторией.

- Цели продвижения.
- Карта сегментов как инструмент разложения рынка на сегменты.
- Теория персон-— что известно о-клиентах компании.
- Проблема целевой аудитории как ключевой элемент позиционирования.
- Источники информации для изучения целевой аудитории.
- Ключевые ошибки при анализе.
- **Практическая работа:** составление карты сегментов для своей или предложенной компании (минимум 5-конечных сегментов).

Позиционирование продукта.

- Конкурентное преимущество продукта: выгоды и доказательства для потребителя.
- Как подчеркнуть преимущества продукта для клиента.
- Карта образов как основной инструмент при работе с-точками касания.
- Ошибки при анализе и-позиционировании продукта.
- **Практическая работа:** описание позиционирования, ключевые сообщения для каждого сегмента, составление карты образов для своей или предложенной компании.

Изучение конкурентов.

- Цели конкурентного анализа: поиск ответов.
- Как оценивать конкурентов-— индивидуальная система метрик.
- **Практическая работа:** описание индивидуальной системы метрик для анализа конкурентов, а-также проработка вариантов отстройки (минимум 5-вариантов).

День-2.

Анализ точек касания.

- Система точек касания компании: онлайн и-оффлайн-— как все правильно и-логично выстроить.
- Разные подходы и-возможности системной работы с-точками касания.
- Ошибки при работе с-точками касания.
- П**рактическая работа:** описание системы точек касания для своей или предложенной компании, концепция структуры лендинга для одного из-продуктов и-аккаунта компании (3-варианта).

Анализ эффективности работы с текстами.

- Особенности текстов для разных каналов и точек касания.
- 15 классических ошибок в рекламном сообщении – собираем схему правильного текста.
- Эффективность текстов в копирайтинге: анализ трафика и действий читателей.
- Технологии искусственного интеллекта: возможности и ограничения применения.
- Конверсия и стоимость целевого действия.
- Варианты оптимизации конверсии.

- **Практическая работа:** составление системы метрик для точек касания и рекламных каналов, расчет эффективности точек касания и рекламных материалов по заданным кейсам.

Анализ системы продвижения.

- Обзор рекламных каналов на-разных этапах воронки продаж: традиционные рекламные каналы, PR-инструменты, интернет-маркетинг.
- Анализ эффективности продвижения: стоимость клиента в-каждом из-рекламных каналов и-точке касания.
- Прогноз эффективности и-бюджета: в-каких каналах возможно все просчитать заранее.
- Оптимизация затрат при продвижении.
- Ключевые ошибки продвижения и-аналитики.
- **Практическая работа:** составление медиаплана на-3-месяца для своей или предложенной компании (минимум 5-рекламных каналов).

День-3.

Особенности продвижения услуг: через контент-продукты и-образ эксперта.

- Услуга и-особенности ее-продвижения.
- Продуктовый контент: выбор целей и-каналов размещения.
- Анализ методов и-эффективности продвижения контента.
- Анализ работы с-брендом: оценка узнаваемости и-экспертности.
- Ключевые ошибки в-продвижении услуг.
- **Практическая работа:** разработка контент-плана для сайта и-соцсетей для продвижения услуги.

Работа с-площадками для сбыта и-маркетплейсами.

- Особенности продвижения на-маркетплейсах: что нужно контролировать специалисту.
- Критерии выбора маркетплейса: возможности и-риски.
- Работа с-аналитикой: точки контроля.
- Определение точек роста и-слабых мест.
- **Практическая работа:** анализ концепции продвижения на-маркетплейсе предложенного продукта.

Преподаватели

ЯКОВЛЕВА Наталья Юрьевна

Бизнес-консультант, эксперт в области маркетинга, интернет-маркетинга и PR.
Работа с проектами, обучение и консультации компаний: МФЦ, Ленэнерго, СПбГПУ, Пулково, Альфа-банк, Северо-Западный медицинский центр, сеть магазинов «Максидом», ДодоПицца, Worldclass, ДЛТ (ЦУМ), СПБ Реновация, строительный холдинг ЛСР, сеть магазинов «Лента» и др.

Приглашенный лектор (спецкурсы, семинары, открытые лекции): НГУ, СПбГУ, СПбГПУ, ИТМО,

Head of PR образовательных проектов, руководила пресс-службой Новосибирского госуниверситета.

Специализируется на маркетинговых стратегиях. Помогает крупным B2B-компаниям выстраивать систему аналитики.