

ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ В КОУЧИНГ ГРУППЕ "БИЗНЕС ДИРЕКТ" (Антикризис edition)

1й месяц обучения:

МОДУЛЬ 0 – ВВОДНЫЙ - ОСНОВЫ ДИРЕКТА

- Ограничения в сервисе Яндекс Директ для рекламы некоторых товаров и услуг
- Форматы рекламы, доступные для использования в Яндекс Директ
- Алгоритмы показов объявлений на поисковых площадках
- Алгоритмы показов объявлений в Сетях
- Разбор вашего проекта и расстановка приоритетов для обучения

Результат прохождения модуля:

Вы будете четко понимать, как работает контекстная реклама в сервисе Яндекс Директ на разных типах площадок.

В дальнейшем это даст возможность прогнозировать работу кампаний и осознанно их корректировать, а не просто наугад пробовать тот или иной подход к ведению рекламы.

МОДУЛЬ 1 - РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

Занятие 1.1

- Тщательный анализ продукта рекламы
- ЧЕК-ЛИСТ для проведения анализа продукта рекламы

Занятие 1.2

- Составление портрета ключевого персонажа
- Алгоритм работы с сервисом подбора фраз
- ЧЕК-ЛИСТ создания портрета ключевого персонажа

Занятие 1.3

- Анализ конкурентов
- Excel шаблон подробного анализа конкурентов
- Разработка стратегии (как обойти конкурентов) по итогам проведенного анализа.

Результат прохождения модуля:

Вы будете знать все сильные и слабые стороны вашего продукта рекламы. Это позволит обеспечить его подачу максимально выгодно и привлекательно.

Вы будете точно понимать, кому максимально интересен ваш продукт и как этот продукт преподнести пользователю, чтобы он купил.

Вы будете ясно видеть, с кем вы будете конкурировать и как ваши конкуренты позиционируют свою рекламу.

Это позволит быстро выделиться из общей массы и вести рекламу, не повторяя чужих ошибок.

Также, вы серьезно усилите свое предложение за счет положительного опыта самых успешных конкурентов в вашей нише.

МОДУЛЬ 2 - ПОДГОТОВКА СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА (СБОР И ОБРАБОТКА КЛЮЧЕВЫХ ФРАЗ)

Занятие 2.1

- Алгоритм работы сервиса для подбора ключевых фраз
- Детально о минус-фразах, операторах, словоформам и стоп-словах
- Деление ключевых фраз по видам и частотности

Занятие 2.2

- Составление списка базовых направлений или "масок ключевых фраз"
- ЧЕК ЛИСТ действий для составления списка базовых запросов

Занятие 2.3

- Разработка стратегии ведения рекламы
- Выбор главного приоритета
- ЧЕКЛИСТ действий по определению главного приоритета

Занятие 2.4

- Сбор, обработка и точная кластеризация ключевых фраз
- ЧЕК-ЛИСТ по сбору и обработке фраз
- ЧЕК-ЛИСТ по кластеризации семантики

Результат прохождения модуля:

В вашем распоряжении окажется максимально полный список фраз первого приоритета, которые можно использовать для рекламы вашего товара или услуги.

Кроме этого, все фразы будут проработаны максимально качественно и это позволит серьезно сократить расходы бюджета рекламы, определенную часть которого вы могли бы потратить на оплату визитов нецелевых посетителей.

Также у вас будет четкое понимание того, какие фразы стоит использовать в первую очередь. Это обеспечит максимальные результаты от созданных рекламных кампаний.

МОДУЛЬ 3 - СИСТЕМА СОЗДАНИЯ ПРОДАЮЩИХ ОБЪЯВЛЕНИЙ

Занятие 3.1

- Стратегии управления на Поиске и в Сетях
- Принципы ценообразования в Директе
- ЧЕК-ЛИСТ по принципам работы и FAQ по стратегии ручного управления

Занятие 3.2

- Настройка параметров кампаний для Сетей
- Настройка параметров кампании для Поисковых площадок

Занятие 3.3

- Определение целей для рекламных кампаний
- Основные виды целевых действий на сайте Сетях
- Подключение Метрики, создание и настройка счетчика
- Внедрение счетчика Яндекс Метрики на сайт
- Настройка различных типов целей в Метрике

Занятие 3.4

- Подробное описание всех атрибутов объявлений
- Рекомендации по назначению ставок
- Практический алгоритм создания объявлений для показов в Сетях
- ЧЕК-ЛИСТ с основными рекомендациями по созданию объявлений на Сети
- Шаблон UTM разметки для Сетей

Занятие 3.5

- Практический алгоритм создания объявлений для показов на Поиске
- ЧЕК-ЛИСТ с основными рекомендациями по созданию объявлений на Поиске
- Шаблон UTM разметки для Поиска

Результат прохождения модуля:

Тщательно проработанные, правильно настроенные и полностью готовые к загрузке в Директ объявления для двух рекламных кампаний, показы которых будут идти в РСЯ и внешних сетях.

Тщательно проработанные, правильно настроенные и полностью готовые к загрузке в Директ объявления кампании для Поисковых площадок.

МОДУЛЬ 4 - ПОШАГОВЫЙ ПЛАН ЗАПУСКА И ОПТИМИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

Занятие 4.1

- Загрузка объявлений в кампании для Сетей с помощью загрузочного Excel шаблона
- Загрузка объявлений в ПОИСКОВУЮ кампанию с помощью Excel шаблона
- Разбор ошибок при загрузке кампаний в интерфейс Директа

Занятие 4.2

- Основные показатели эффективности в контекстной рекламе (KPI)
- Основные метрики для анализа рекламного трафика в Яндекс Метрике
- Основные метрики и отчеты для определения качества входящего трафика

Занятие 4.3

- Рекомендации по расклику рекламных кампаний
- Алгоритм действий по управлению качеством входящего трафика
- Что предпринимать в случае снижения объема входящего трафика.
- ЧЕК ЛИСТ для расклика кампаний

Занятие 4.4

- Управление качеством приходящего трафика
- Ассоциированные конверсии. Методы работы с объявлениями, по которым Метрика не фиксирует достижения целей
- Недобросовестные конкуренты или черные методы конкурентной борьбы
- ЧЕК-ЛИСТ для корректировки кампаний
- Образец файла, в который стоит записывать все корректировки по кампаниям

Занятие 4.5

- Доводка рекламных кампаний
- Набор ЧЕК-ЛИСТОВ для запуска ведения и оптимизации РК
- Кто такие Скликиватели и как их отсеять без сторонних сервисов
- Почему идут показы на отключенных площадках и как снизить объем трафика с них

Результат прохождения модуля:

Вы безопасно запустите и раскликаете рекламные кампании.

Оптимально распорядитесь рекламным бюджетом за счет применения пошагового алгоритма по корректировке работы и доводке всех рекламных кампаний.

На этом этапе, как правило идут первые результаты от рекламы.
(первые результаты в продажах)

МОДУЛЬ 5 - УВЕЛИЧЕНИЕ КОНВЕРСИИ РЕКЛАМЫ

Занятие 5.1

- Как значительно сэкономить рекламный бюджет

Занятие 5.2

- Как повысить конверсионность без увеличения цены за клик
- Создание отдельной кампании для ретаргетинга
- Создание кампаний для разных регионов показов
- ЧЕК-ЛИСТ по созданию региональных рекламных кампаний
- Шаблон UTM разметки ссылок для кампании по ретаргетингу

Занятие 5.3

- Организация сплит тестирования

Результат прохождения модуля:

Максимальная экономия бюджета рекламы за счет дополнительной возможности.

Вывод кампаний в зону устойчивой прибыли, т.е. когда расходы на рекламу значительно меньше доходов от продаж, которые она приносит.

МОДУЛЬ 6 - РАСШИРЕНИЕ ОХВАТА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Занятие 6.1

- Сегментирование целевой аудитории
- ЧЕК-ЛИСТ составления сегментов ЦА
- Дополнительные сервисы для сегментации аудитории потенциальных покупателей

Занятие 6.2

- Проработка структуры аккаунта по различным приоритетам
- ЧЕК-ЛИСТ действий по распределению приоритетов в рекламных кампаниях

Занятие 6.3

- Типы ключевых фраз для расширения охвата ЦА

Занятие 6.4

- Создание кампании по сегментам Яндекс Аудиторий
- Создание кампании для привлечения исключительно мобильного трафика
- Создание кампании для графических объявлений
- Дополнительный сервис для создания креативов на компьютере и конструктор креативов
- Создание кампании по сопутствующим запросам

Результат прохождения модуля:

Максимальный охват всей вашей целевой аудитории по сегментам и приоритетам, а также при помощи запуска дополнительных кампаний.

Получение дополнительной прибыли от продаж на все сегменты ЦА и приоритеты товаров/услуг.

МОДУЛЬ 7 - АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ В ДИРЕКТЕ

Занятие 7.1

- Настройки параметров программы Key collector
- Составление структуры аккаунта и парсинг собранных масок ключевых фраз с использованием Key collector
- Распределение фраз между кампаниями, чистка и кластеризация семантического ядра с помощью Key collector

Занятие 7.2

- Автоматизация процесса управления рекламными кампаниями

Результат прохождения модуля:

Вы научитесь экономить время и средства на этапе сбора и обработки ключевых фраз, составления структуры аккаунта, а также ведения рекламных кампаний за счет предложенных средств автоматизации.