

Программа онлайн-курса «Интернет-маркетолог» от TexTerra



01 Введение в интернет-маркетинг.

- Маркетинг и интернет-маркетинг: в чем разница?
- Примеры партизанского маркетинга.
- Главные задачи интернет-маркетолога.
- Чем занимается интернет-маркетолог.
- Почему эта профессия такая перспективная?
- Разбор основных терминов. Кейсы из нашей практики.

02 Работа с целевой аудиторией.

- Что такое «целевая аудитория» и зачем ее анализировать.
- Сегментация и анализ целевой аудитории.
- Как составить портрет целевой аудитории.
- Как использовать понимание ЦА на практике.
- Качества успешного интернет-маркетолога.

03 Анализ конкурентов.

- Как выявить конкурентов.
- Зачем анализировать работу конкурентов.
- Методы анализа конкурентов.
- Анализ контента конкурентов.

04 Позиционирование на рынке.

- Что такое позиционирование?
- Создание УТП.
- Выявление потребительских инсайтов.
- Составление бренд-месседжа.
- Определение характера бренда.
- Выбор стиля коммуникации.
- Работа с репутацией бренда.

05 CRM на службе маркетинга.

- Что такое CRM?
- Какие CRM системы бывают?
- CRM-маркетинг.
- Возможности Битрикс24.
- Возможности AmoCRM.

06 Принципы работы поисковых систем.

- Главная задача поисковых систем.
- Индексация в поисковых системах.
- Понятие релевантности.
- Как работает поиск Яндекса и Google.
- Факторы ранжирования.
- Фильтры поисковых систем.
- Какие показатели сайта отслеживать.

07 Работа с семантическим ядром.

- Что такое семантическое ядро.
- Виды поисковых запросов.
- Как собирать семантическое ядро.
- Кластеризация поисковых запросов.

08 Основы внутренней оптимизации сайта

- Обзор блоки оптимизаций.
- Оптимизация URL.
- Оптимизация сквозных блоков. Title, Description, Заголовки H1 – H6. Тексты. Перелинковка.
- Что нельзя делать при внутренней оптимизации.
- Что нужно делать при внутренней оптимизации.

09 Основы внешней оптимизации сайта.

- О внешних ссылках – виды, характеристики.
- Правильный линкбилдинг.
- Ссылочные стратегии.
- Качество ссылок.
- Требования к ссылкам.
- Факторы влияния на качество ссылок.
- Ссылочные алгоритмы. Как выбрать донора.

10 Интернет-маркетинговая стратегия.

- Интернет-маркетинговая стратегия и контент-маркетинговая стратегия.
- На какие вопросы отвечает ИМС.
- Цели и задачи проекта.
- Анализ целевой аудитории.
- Где, что и как писать.
- Как управлять репутацией.

11 Создание контента для сайта.

- Общие критерии проверки качества контента.
- Разделы сайта и задачи контента для них.
- Виды контента.
- Добавочная ценность и как ее создать.
- Как писать заголовки и анонсы.
- Как составить ТЗ на контент.

12 Создание и ведение сообществ в соцсетях.

- Зачем нужны соцсети.
- Как выбрать соцсети для вашего бизнеса.
- Обзор FB, Vkontakte, Instagram, OK.
- Контент-план и медиаплан.
- Что еще, кроме контента.

13 Видеомаркетинг.

- Зачем бизнесу видеомаркетинг.
- Разбор главных площадок для распространения видеоконтента.
- Типы видеоконтента: удачные и неудачные форматы.
- Сценарий: всегда ли он нужен.
- Фишки оптимизации видео под разные площадки.

14 Таргетированная реклама в социальных сетях.

- Рекламные кабинеты Vkontakte, Facebook, Instagram, MyTarget.
- Основные цели рекламных кампаний.
- Целевая аудитория.
- Форматы рекламных объявлений и формулы для «продающего текста».
- Сервисы аналитики рекламной кампании.
- Чек-лист рекламодателя при запуске рекламы.

15 Email-маркетинг.

- Как собрать базу.
- Какие типы рассылок использовать.
- Что и как писать в email-письмах.
- Как оценить эффективность рассылки.
- Правила отправки писем.

16 Алгоритм создания сайта.

- Какие бывают сайты и в чем их различия.
- Этапы разработки сайта.
- Сбор семантического ядра и создание карты релевантности.
- Прототипирование на основе собранной структуры. Разработка дизайн-макета. Верстка. Программирование.
- Покупка домена и хостинга и размещение сайта на хостинге. Как понять, что сайт готов. Техническая поддержка сайта после релиза.

17 Основы юзабилити.

- Функциональный дизайн.
- Как не надо делать.
- Гештальт-принципы.
- Естественное восприятие.
- Области внимания.
- Аналитика. Инструменты проектирования.

18 Контекстная и медийная реклама.

- Основные типы рекламы в «Яндекс Директ» и Google Рекламе.
- Первый шаг: сбор семантики и ее обработка.
- Работа с операторами. «ЯндексДирект»: создание первой РК на поиске.
- Как создать «работающее» объявление. Выбор стратегии показов.
- Создание компаний в Google Рекламе. Перенос компаний из Директа. Анализ эффективности работы рекламных кампаний.

19 Что такое лендинги и почему они популярны.

- Что такое лендинг.
- Из чего состоит лендинг.
- Способы реализации.
- Live по созданию лендингов.

20 Роль дизайна в интернет-маркетинге.

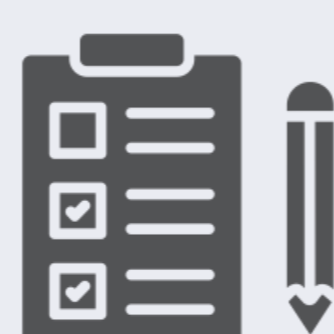
- Тренды дизайна в digital.
- Основы дизайна интерфейса.
- Принципы взаимодействия.
- Работа с внутренними страницами, главными страницами, внешними элементами.
- Продвижение продуктов. Работа с изображениями.
- Программы для работы.

21 CMS-системы vs конструкторы vs самописки.

- Какие бывают движки.
- Конструкторы Tilda, WIX, Squarespace.
- Алгоритм работы с конструктором.
- Самописные движки.
- Готовые движки или CMS-системы.

22 Отслеживание и анализ результатов стратегии.

- О целях проекта. Пример маркетингового отчета.
- Что дает веб-аналитика.
- Яндекс Метрика. Общий трафик. Яндекс Метрика. Источники трафика. Яндекс Метрика. Поисковый трафик. Яндекс Метрика. Брендированные запросы. Яндекс Метрика. Конверсии. Яндекс Метрика. Электронная коммерция. Яндекс Метрика. Поисковые запросы. Яндекс Метрика. Страницы входа.
- Сценарии развития проекта.



Итоговое тестирование



Выдача диплома о прохождении курса