

# ПРОГРАММА 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
- Уроки по выбору партнерской программы и по техническим аспектам лендингов, которые вам предоставят для работы (для тех, у кого нет своего проекта 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

- Анализ продукта рекламы
- ЧЕК-ЛИСТ для проведения анализа продукта рекламы

### Занятие 1.2

- Составление портрета ключевого персонажа
- 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**

- Базовые нюансы по сервису подбора ключевых фраз
- Детально о минус-фразах, операторах, словоформах 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 для рекламирования
- 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 в Директе
- Ценообразование в Директе
- Принципы работы и FAQ по стратегии ручного управления с оптимизацией

## **Занятие 3.2**

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

### **Занятие 3.3**

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

### **Занятие 3.4**

- Описание всех атрибутов объявлений для Сетей
- Практический алгоритм создания объявлений для показов в Сетях

### **Занятие 3.5**

- Практический алгоритм создания объявлений для показов на Поиске
- Рекомендации по назначению ставок
- ЧЕК-ЛИСТ с основными рекомендациями по созданию объявлений на Поиске
- Шаблон UTM-разметки ссылок в ПОИСКОВОЙ кампании

### **Занятие 3.6**

- Маркировка рекламы - какую информацию внести при создании рекламного аккаунта
- Маркировка рекламы, если вы рекламодатель
- Маркировка рекламы, если вы специалист по рекламе
- Инструменты Яндекса для маркировки рекламы

## **МОДУЛЬ 4 ЗАПУСК И ОПТИМИЗАЦИЯ РЕКЛАМЫ**

### **Занятие 4.1**

- Загрузка объявлений в кампании для Сетей
- Загрузка объявлений в ПОИСКОВУЮ кампанию
- Управление кампаниями с помощью файлов формата XLS и XLSX
- Как удалить кросс-минусовку во фразах в РК на Сети

### **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 кампаний на ручных стратегиях
- Рекомендации по расклику кампаний на автостратегиях
- Управление потоком (количеством) входящего трафика
- Увеличение объема трафика и анализ кликабельности объявлений кампании
- ЧЕК ЛИСТ для расклика кампаний на ручных стратегиях
- ЧЕК ЛИСТ для расклика кампаний на автостратегиях (для Сетей)

### **Занятие 4.4**

- Управление качеством приходящего трафика
- Ассоциированные конверсии. Методы работы с объявлениями, по которым Метрика не фиксирует достижения основных и второстепенных целей на сайте
- 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
- ЧЕК-ЛИСТ по оптимизации рекламных кампаний
- Набор ЧЕК-ЛИСТОВ для запуска, ведения и оптимизации РК
- Видео-чек лист по построению отчетов в статистике
- Как отсеять Скликивателей без сторонних сервисов

### **Занятие 4.6**

- Особенности создания РК на автостратегиях
- Ведение кампаний на автостратегиях
- Оптимизация РК на автостратегиях
- Чек-лист создания, ведения и оптимизации РК на автостратегиях

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 И ОХВАТА**

### **Занятие 5.1**

- Call Tracking – обзор и критерии выбора сервисов для работы
- Виды отслеживания Call Tracking. Дополнительные функции. Плюсы и минусы
- Обзор и сравнение основных сервисов коллтрекинга
- ДИНАМИЧЕСКИЙ КОЛЛТРЕКИНГ. Подключение на практике

### **Занятие 5.2**

- Создание отдельной кампании для возврата брошенных корзин (ретаргетинг)
- Отдельные кампании для разных регионов показов
- ЧЕК-ЛИСТ по созданию региональных рекламных кампаний

### **Занятие 5.3**

- Организация сплит тестирования

### **Занятие 5.4**

- Использование сегментов Яндекс Аудиторий
- Отдельная кампания для привлечения исключительно мобильного трафика
- Отдельная кампания для графических объявлений

## **Занятие 5.5**

- Технология привлечения заявок из РСЯ по ультранизкой цене

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 ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ**

## **Занятие 6.1**

- Глубокое сегментирование целевой аудитории
- ЧЕК-ЛИСТ составления сегментов ЦА

## **Занятие 6.2**

- Способ сэкономить 20% рекламного бюджета

## **Занятие 6.3**

- Проработка структуры аккаунта по различным приоритетам
- Отдельная кампания по сопутствующим запросам
- ЧЕКЛИСТ действий по проработке структуры аккаунта

## **Занятие 6.4**

- Типы ключевых фраз для расширения охвата ЦА

## **Занятие 6.5**

( Автоматизация сбора и обработки фраз )

- Необходимые инструменты для корректной работы программы Key collector
- Установка и настройка параметров программы Key collector
- Составление структуры аккаунта в Key collector

- Парсинг собранных масок ключевых фраз с использованием Key collector
- Распределение фраз между кампаниями при помощи Key collector
- Чистка фраз (черновая и тонкая) с использованием Key collector
- Кластеризация семантического ядра с помощью Key collector

### **Занятие 6.6**

( Создание и управление рекламными кампаниями при помощи Директ Коммандер )

- Установка и авторизация в Директ.Коммандер (ДК)
- Создание рекламных кампаний в ДК
- Оптимизация рекламных кампаний в ДК
- Дополнительные инструменты Коммандера
- Создание и работа с реальной РК на Поиск в ДК
- Создание и работа с реальной РК на Сети в ДК

### **Занятие 6.7**

- Автоматизация процесса управления рекламными кампаниями с помощью CONCEPT DIRECT

#### 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.

Экономия времени и средств на этапе сбора и обработки ключевых фраз, составления структуры аккаунта, а также ведения рекламных кампаний за счет предложенных средств автоматизации.

## **МОДУЛЬ 7**

### **АРСЕНАЛ СПЕЦА ПО ТРАФИКУ**

#### **Занятие 7.1**

- Алгоритм выхода на стабильный доход в профессии
- Идеальный клиент и анти-клиент
- Простое коммерческое предложение



- Работающие способы привлечения клиентов на услуги трафик спеца:
  - Способы, которые требуют вложений в рекламу
  - Способы, которые НЕ требуют вложений в рекламу и подходят для новичков, у которых еще мало опыта и пока нет кейсов и отзывов.
- Минимальная необходимая упаковка трафик спеца

## **Занятие 7.2**

- Как делать аудит рекламных кампаний заказчика (чтобы найти слабые места и предложить свои услуги)
  - Обоснование ценности Аудита для клиента
  - ПРИМЕР готового Аудита для клиента
  - Шаблон проведение Аудита

Вы получите технологию аудита рекламных кампаний более чем по 20 параметрам.

Сделав потенциальному заказчику аудит и озвучив ему рекомендации по улучшению его рекламы, вы с высокой вероятностью получите нового клиента. Есть все основания внедрение этих рекомендаций поручить именно вам.

## **Занятие 7.3**

- Алгоритм создания оффера трафик спеца и стандартные ошибки ( На примере конкретных офферов )
- Продающий сайт специалиста по трафику: структура, стандартные ошибки ( На примере конкретных сайтов )
- Продажа услуг специалиста по трафику - шаг 1 ( Первичная обработка заявки )
- Продажа услуг специалиста по трафику - шаг 2 ( Диагностическая встреча/созвон )
- Продажа услуг специалиста по трафику - шаг 3 ( Презентация коммерческого предложения )

Вы научитесь разрабатывать структуру и писать продающие тексты для своих посадочных страниц, а также для страниц своих клиентов.

У вас будет твердая компетенция по докрутке сайта клиента и вы сможете, при желании, делать это за отдельную плату.

При использовании скрипта диагностической консультации вам не обязательно быть продавцом. И не нужно им быть.

Все что от вас требуется - уметь давать результаты.

И проводить диагностические консультации, последовательно задавая клиенту определенные вопросы.

Это абсолютно органично и в конце консультации у клиента не остается вопросов почему нужно работать именно с вами.

Нет никакого давления и никакого втюхивания - консультация органично для обеих сторон.

Вы просто даете клиенту пошаговый план что необходимо будет сделать в его ситуации для получения результата и дальше он вам платит за его реализацию.

#### **Занятие 7.4**

- Внедрение колл-трекинга за отдельную плату и другие способы повышения чека на услуги

Внедрение колл-трекинга за отдельную плату и другие способы повышения чека на услуги

Вы научитесь внедрять на сайт систему, которая позволит не пропустить ни одного лида, которого вы привлекли с рекламы (тех, кто не заполняет форму, а сразу звонит по телефону, который видит на сайте) и увеличить продажи.

Это позволит эффективно работать с той частью трафика, которую 90% конкурентов никак не анализирует.

Вы сможете продавать вашим заказчикам внедрение системы колл-трекинга, обеспечивая значимую дополнительную прибыль - за счет этого вы можете увеличить свой чек на услугу как минимум на 5000 р/мес.