

## Курс по SMM для начинающих

### 1 день. Продажи в соцсетях и KPI

Алена Лопатюк



- I. Статистика соцсетей в России
- II. Виды воронок продаж под разные продукты/услуги
- III. Инструменты для продаж в соцсетях
- IV. KPI – ключевые показатели эффективности

### 2 день. Функционал соцсетей Instagram, Facebook, Вконтакте

Алена Лопатюк



- I. Форматы постов и Stories Instagram: как не уронить охват
- II. Как развиваться в Facebook: типы страниц и правила алгоритмов
- III. Уникальные инструменты Вконтакте: рассылки, приложения, контент

### 3 день. Коммуникационная стратегия и контент-план

Алена Лопатюк



- I. Этапы коммуникации с потенциальными клиентами через соцсети
- II. Формирование уникального торгового предложения
- III. Креативная концепция: позиционирование, визуал, стиль текстов
- IV. Создание контент-плана

### 4 день. Производство контента

Алена Лопатюк



- I. Кейсы ведения соцсетей из разных ниш
- II. 50+ идей для контента в соцсетях
- III. Инструменты для производства контента

## **5 день. Рекламные креативы для продвижения в соцсетях**

Алена Лопатюк



- I. Коммуникационная стратегия в таргетированной рекламе
- II. Форматы рекламных объявлений в Instagram, Facebook, Вконтакте
- III. Логика создания рекламного объявления: оффер, текст, визуал
- IV. Тестирование рекламных объявлений

## **6 день. Механики и инструменты привлечения подписчиков в соцсетях**

Алена Лопатюк



- I. Инструменты привлечения подписчиков: блогеры, таргетированная реклама, посеы, кросс-промо
- II. Механики привлечения подписчиков: конкурсные механики, вебинары и прямые эфиры, марафоны и челленджи, производство ценного контента и др.
- III. Механики привлечения действующих клиентов в соцсети: программы лояльности, конкурсные механики, ивенты и др.

## **7 день. Построение стратегии продвижения. Знакомство с инструментами.**

Светлана Ширяева



I. Основные термины в продвижении

II. Обзор ключевых методов продвижения: таргетированная реклама, посевы в сообществах, работа с блогерами, массфолоуинг, серые методы продвижения

## **8 день. Продвижение ВКонтакте**

Светлана Ширяева



I. Работа с парсерами: 5 стратегий

II. Таргет ВКонтакте

III. Посевы ВКонтакте: биржи, ключевые площадки-рекламодатели

IV. Практика на занятии

## **9 день. Продвижение в Instagram**

Светлана Ширяева



I. Таргетированная реклама и другие инструменты в Instagram

II. Практика на занятии

## **10 день. Продвижение Facebook**

Светлана Ширяева



I. Страница бренда/Группы

II. Таргетированная реклама ФБ

III. Френдинг в продвижении личного бренда

IV. Практика на занятии

## **11 день. Стратегическое планирование рекламных коммуникаций**

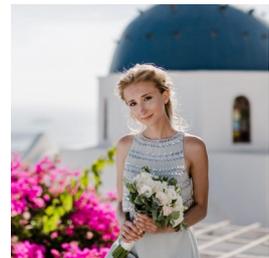
Остапенко Надежда



- I. Зачем нужна коммуникация
- II. Что такое инсайт
- III. Планирование коммуникаций

## **12 день. Стратегическое планирование рекламных коммуникаций, практика**

Остапенко Надежда



- I. Практика
- II. Как бренду управлять своей репутацией в сети
- III. Контент-менеджмент: что писать? Как писать? И для кого?
- IV. Комьюнити-менеджмент: как создавать сообщество вокруг вашего бренда

## **13 день. Аналитика социальных сетей**

Екатерина Ларионова



- I. Основные показатели эффективности в социальных сетях
- II. Встроенная статистика сообществ и аккаунтов в соцсетях. ВКонтакте. Facebook. Instagram.
- III. Сторонние сервисы сбора статистики. Iconsquare. Popsters. Socialstats. SocialBakers. JagaJam. Поиск мертвых подписчиков ВКонтакте.
- IV. Статистика сайтов в разрезе трафика из соцсетей. Google Analytics. Яндекс.Метрика
- V. Рекламные кабинеты. ВК, Facebook / Instagram