



ШКОЛА
ТРАФИКА
СЕРГЕЯ ЧЕРНИКОВА

ШКОЛА ТРАФИКА СЕРГЕЯ ЧЕРНИКОВА

ТРАФИК ИЗ ВКОНТАКТЕ В ЛЮБОЙ БИЗНЕС ИЛИ УСЛУГУ
ОФЛАЙН КУРС ПО ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЕ ПОД НОВЫМ УГЛОМ

ПРОГРАММА КУРСА



ОПРЕДЕЛЯЕМ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ

- ПОЛ, ВОЗРАСТ, ГЕО ВАШИХ БУДУЩИХ КЛИЕНТОВ
- КАКИЕ ВИДЫ ВАШИХ УСЛУГ ИЛИ ТОВАРОВ ИМ НУЖНЫ
- КАКИМИ ЕЩЕ ТОВАРАМИ ИЛИ УСЛУГАМИ ОНИ ИНТЕРЕСУЮТСЯ
 - КТО ТОЧНО НЕ КУПИТ ВАШУ УСЛУГУ
- КАК ЗАПОЛНЕНА ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА КЛИЕНТА: В КАКИХ РАЗДЕЛАХ ОН ДЕМОНСТРИРУЕТ ИНТЕРЕС К ВАШЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И КАКИЕ АКТИВНОСТИ ПРОЯВЛЯЕТ
 - ОТ ЧЕГО/КОГО МОГУТ ФАНАТЕТЬ ВАШИ БУДУЩИЕ КЛИЕНТЫ
 - В КАКОЙ СИТУАЦИИ КЛИЕНТЫ ВОСПОЛЬЗУЮТСЯ ВАШИМИ УСЛУГАМИ
- БЛАГОДАРЯ КАКИМ УВЛЕЧЕНИЯМ, УСТАНОВКАМ, ПРИВЫЧКАМ КЛИЕНТЫ ВОСПОЛЬЗУЮТСЯ УСЛУГАМИ
- ЧЕМ ДОЛЖЕН ОБЛАДАТЬ ЧЕЛОВЕК, ЧТОБЫ ОН МОГ СТАТЬ ВАШИМ КЛИЕНТОМ
- КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ/ЗАДАЧИ КЛИЕНТА РЕШАЕТ ВАША УСЛУГА



РАЗБИРАЕМСЯ, КУДА ВЕСТИ ТРАФИК

- СООБЩЕСТВА
- САЙТ/ЛЕНДИНГ
- ЛИДФОРМЫ (АНКЕТЫ, ЗАЯВКИ, ЛИДФОРМЫ)
 - РАССЫЛКИ
- ЛИЧНЫЕ СООБЩЕНИЯ



ПОДГОТАВЛИВАЕМ СООБЩЕСТВО ДЛЯ ВЕДЕНИЯ

- ЗАКРЕПЛЕННЫЙ ПОСТ
 - ПОДГОТОВКА РАЗДЕЛОВ К ПРОДАЖАМ
- ОФОРМЛЕНИЕ ПОСТОВ ДЛЯ ЛИДОГЕНЕРАЦИИ
 - ВИДЖЕТЫ
 - ПРИЛОЖЕНИЯ
- ЕСЛИ ТРАФИК НЕ В СООБЩЕСТВО: КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ВАЖНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ НА ЛЕНДИНГЕ



УСТАНАВЛИВАЕМ ПИКСЕЛИ В КОНТАКТЕ И ЯНДЕКС.МЕТРИКИ С ЦЕЛЯМИ РАЗБИРАЕМСЯ С БАЗОВЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА В КОНТАКТЕ

- ИНТЕРЕСЫ И ПОВЕДЕНИЕ
 - ГЕОЛОКАЦИЯ
 - ДОЛЖНОСТИ
 - СООБЩЕСТВА
- ПРИЛОЖЕНИЯ И САЙТЫ
- НАСТРОЙКИ НА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНУЮ АУДИТОРИЮ
 - СОХРАНЕНИЕ РЕАКЦИЙ АУДИТОРИИ



АНАЛИЗИРУЕМ И СОБИРАЕМ АУДИТОРИИ В ПАРСЕРЕ TARGET HUNTER

ПО СООБЩЕСТВАМ (1 МЕТОД): ПО «КЛЮЧАМ» С АНАЛИЗОМ СЕМАНТИКИ

- СБОР СООБЩЕСТВ ПО «КЛЮЧАМ»
- АНАЛИЗ СЕМАНТИКИ СОБРАННЫХ СООБЩЕСТВ: КАК СОБРАТЬ НЕОЧЕВИДНЫЕ СООБЩЕСТВА СО СТРАННЫМИ НАЗВАНИЯМИ, В КОТОРЫХ ЕСТЬ ВАША ЦА?
- ПАРАЛЛЕЛЬНО — ФИЛЬТРАЦИЯ ВЫБОРКИ СОБРАННЫХ СООБЩЕСТВ (МИНУС-СЛОВА, КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ), СБОР «ЧИСТОЙ» АУДИТОРИИ

ПО СООБЩЕСТВАМ (2 МЕТОД): ЧЕРЕЗ «ИДЕАЛЬНЫЕ» СООБЩЕСТВА

- ПОИСК АУДИТОРИИ ЧЕРЕЗ АНАЛИЗ ПОДПИСЧИКОВ «ИДЕАЛЬНЫХ» СООБЩЕСТВ (НЕЯВНЫЕ, НО ЦЕЛЕВЫЕ СООБЩЕСТВА С НЕОБЫЧНЫМИ



СУЖЕНИЕ И УТОЧНЕНИЕ «ЧИСТЫХ» ВЫБОРОК СООБЩЕСТВ

- УЧАСТНИКИ СООБЩЕСТВ
- ПРИСУТСТВИЕ В НЕСКОЛЬКИХ ГРУППАХ
- КОНТАКТЫ И СОТРУДНИКИ
 - ТОП УЧАСТНИКОВ
 - СБОР АКТИВНОСТЕЙ
- РОДСТВЕННИКИ, ПАРЫ
 - ЗНАКИ ЗОДИАКА
- СМЕНА СЕМЕЙНОГО ПОЛОЖЕНИЯ
- АДМИНИСТРИРУЕМЫЕ СООБЩЕСТВА
- АКТИВНОСТЬ НА САЙТАХ, АКТИВНОСТЬ В СООБЩЕСТВАХ (АЛЬБОМЫ, ТОВАРЫ)
- ВСТУПЛЕНИЯ И ВЫХОДЫ



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВЫБОРКИ

- ПОПУЛЯРНЫЕ ЛЮДИ
- ТОП КОММЕНТАТОРЫ

РАБОТА С ПРОФИЛЯМИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

- ПОИСК СТАТУСОВ И МЕСТ РАБОТЫ
- ДРУЗЬЯ И ПОДПИСЧИКИ
- ДНИ РОЖДЕНИЯ

НЕСТАНДАРТНЫЕ СИТУАЦИИ

- ПЕРЕСЕЧЕНИЯ БАЗ: ЕСЛИ БАЗА «ВЫГОРЕЛА»
- АНАЛИЗ РЕКЛАМЫ КОНКУРЕНТОВ
- ДЕЛЕНИЕ ДАННЫХ
- ЛОГИКА СТАВОК



НАСТРАИВАЕМ АВТОМАТИЗАЦИЮ И ЗАГРУЗКУ БАЗ СРАЗУ В КАБИНЕТ

- АВТОМАТИЗАЦИЯ СБОРА АКТИВНОЙ АУДИТОРИИ
 - АВТОМАТИЗАЦИЯ СБОРА НОВИЧКОВ
 - АВТОМАТИЗАЦИЯ СБОРА ВЫШЕДШИХ

ГОТОВИМ ИЗОБРАЖЕНИЯ ДЛЯ ПРОМОПОСТОВ И ТИЗЕРОВ

- ИЗОБРАЖЕНИЯ-ПРОЦЕССЫ
- ИЗОБРАЖЕНИЯ-РЕЗУЛЬТАТЫ
- ИЗОБРАЖЕНИЯ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ
 - ИЗОБРАЖЕНИЯ МЕСТ
 - ИЗОБРАЖЕНИЯ-ЮМОР
- ИЗОБРАЖЕНИЯ-ТРЕНДЫ
 - ИЗОБРАЖЕНИЯ С ЦА
 - ВИДЕО



ОСВАИВАЕМ ШАБЛОНЫ ПРОДАЮЩИХ ТЕКСТОВ ПРОМОПОСТОВ

- ТЕКСТЫ ДЛЯ ПРОДАЖ
- ТЕКСТЫ ДЛЯ ПОДПИСКИ НА СООБЩЕСТВО
 - ТЕКСТЫ ДЛЯ ПОДПИСКИ НА РАССЫЛКУ
 - ТЕКСТЫ ДЛЯ ЛИДОГЕНЕРАЦИИ

ИСПОЛЬЗУЕМ НЕСТАНДАРТНЫЕ ПРИЕМЫ В НАПИСАНИИ ТЕКСТОВ

- ИСТОРИИ
- ОТРАБОТКА ВОЗРАЖЕНИЙ
- ТЕКСТЫ, ЛОМАЮЩИЕ ШАБЛОНЫ, НОВЫЕ ОБРАЩЕНИЯ К ЦА



ПЕРСОНАЛИЗИРУЕМ И ДЕТАЛЬНО СЕГМЕНТИРУЕМ РЕКЛАМУ

- **ВАРИАНТЫ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ СЕГМЕНТОВ: ДВОЙНАЯ И ТРОЙНАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ**
 - ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ЧЕРЕЗ ГЕОЛОКАЦИЮ

ОПТИМИЗИРУЕМ РЕКЛАМНУЮ КАМПАНИЮ

- РАБОТА С ИСКЛЮЧЕНИЕМ АУДИТОРИЙ
 - УТОЧНЕНИЕ ПОЛА И ВОЗРАСТА
 - УТОЧНЕНИЕ ГЕОЛОКАЦИИ
 - МАСШТАБИРОВАНИЕ

АНАЛИЗИРУЕМ РЕЗУЛЬТАТЫ

- ТАБЛИЦА С БАЗОВЫМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ
 - СТОИМОСТЬ ЦЕЛЕВОГО ДЕЙСТВИЯ
 - БЮДЖЕТИРОВАНИЕ

ПОДВОДИМ ИТОГИ И ВРУЧАЕМ ДИПЛОМЫ