

# Маркетинг в социальных сетях

## Стандартный курс

### Группа Е

**Владимир Ланцов**

Тренер по интернет-маркетингу и личному бренду в онлайн среде



TOTAL

360

# Программа курса

— — —

Что такое SMM?

УТП, позиционирование,  
ценность

Матрица целевой аудитории

Конкурентный анализ

Оформление

Контент-план

Платная реклама

Лайфхаки. Комьюнити-менеджмент

Стратегия

Итоговое

### SMM стандартный курс. Группа Е

04.08	18:00	Суббота	Что такое SMM? Основы продвижения в социальных сетях
			Основы интернет-маркетинга
07.08	19:00	Вторник	УТП, позиционирование, ценность
		<i>практика</i>	Разрабатываем УТП и определяем позиционирование и ценность
11.08	18:00	Суббота	Целевая аудитория
		<i>практика</i>	Создаем матрицу потребителей (ЦА) + определяем портрет потребителя
14.08	19:00	Вторник	Конкурентный анализ
		<i>практика</i>	Проводим анализ прямых и косвенных конкурентов, определяем точки роста
20.08	18:00	Понедельник	Оформление группы, аккаунта и постов
		<i>практика</i>	Оформляем аккаунт и группы
21.08	19:00	Вторник	Составляем контент-план
		<i>практика</i>	Составляем контент-план
25.08	18:00	Суббота	Платная реклама
			Основы таргетинга в социальных сетях
		<i>практика</i>	Настройка первой рекламной кампании
28.08	19:00	Вторник	Лайфхаки и фишки. Работа с возражениями
		<i>практика</i>	Применяем
01.09	18:00	Суббота	Стратегия
		<i>практика</i>	Составляем стратегию и рассчитываем бюджет
04.09	19:00	Вторник	Итог курса
			Выдача сертификатов
<b>Итого</b>			<b>10 занятий</b>
			Курс 5000 рублей
			1 занятие = 2 академ. часа + 10 минут актуальной маркетинговой информации



# Введение в интернет-маркетинг

Маркетинг, интернет-маркетинг, цели и задачи, воронка продаж, конверсия, позиционирование, ценность, стратегия.

# Определение

---

**Маркетинг** – стратегия удовлетворения потребностей ЦА с целью увеличения прибыли.

**Маркетинг** – рыночная концепция, управляющая производством и сбытом продуктов производства.

## Определение

---

**Интернет-маркетинг** – стратегия удовлетворения потребностей ЦА через Интернет с целью увеличения прибыли.

# Преимущества

---

## **Интерактивность**

Отсутствие гео барьеров. Возможность мгновенного взаимодействия в любой точке мира с любой точкой мира.

## **Персональность**

Возможность выделения потребителя из общей аудитории.

## **Анализ**

Большое количество инструментов точного анализа.

## Цель

---

Превратить охват в  
трафик, трафик в лиды,  
а лиды в продажи.

Конверсия 0

0%

**100 000**

охват

**5 000**

заинтересованных

Конверсия 1

5%

**500**

звонков

Конверсия 2

10%

**200**

визитов

Конверсия 3

40%

**40**

сделок

Конверсия 4

20%

# Определение

---

**Конверсия** – движение по воронке продаж.

**Конверсия** — отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах

## Определение

---

**Стратегия в интернет-маркетинге** — план действий по увеличению продаж.

# Стратегия

---

## **1. Понять своего потребителя.**

Сегменты целевой аудитории.

## **1. Изучить конкурентов и рынок.**

Отличия. Преимущества. Точки роста.

## **1. Отстройка себя.**

Цели. Задачи. Позиционирование. Ценность. УТП. Миссия.

## **1. Определение инструментов достижения целей.**

# Глоссарий

---

**Ценность** – значимость, польза и полезность товара или услуги, ради которых у Вас покупают.

**Позиционирование** – место товара или услуги в сознании потребителя.

**УТП** – предложение направленное на ЦА с основным посылом, который формирует выгоды и определяет деятельность компании

# ZARA







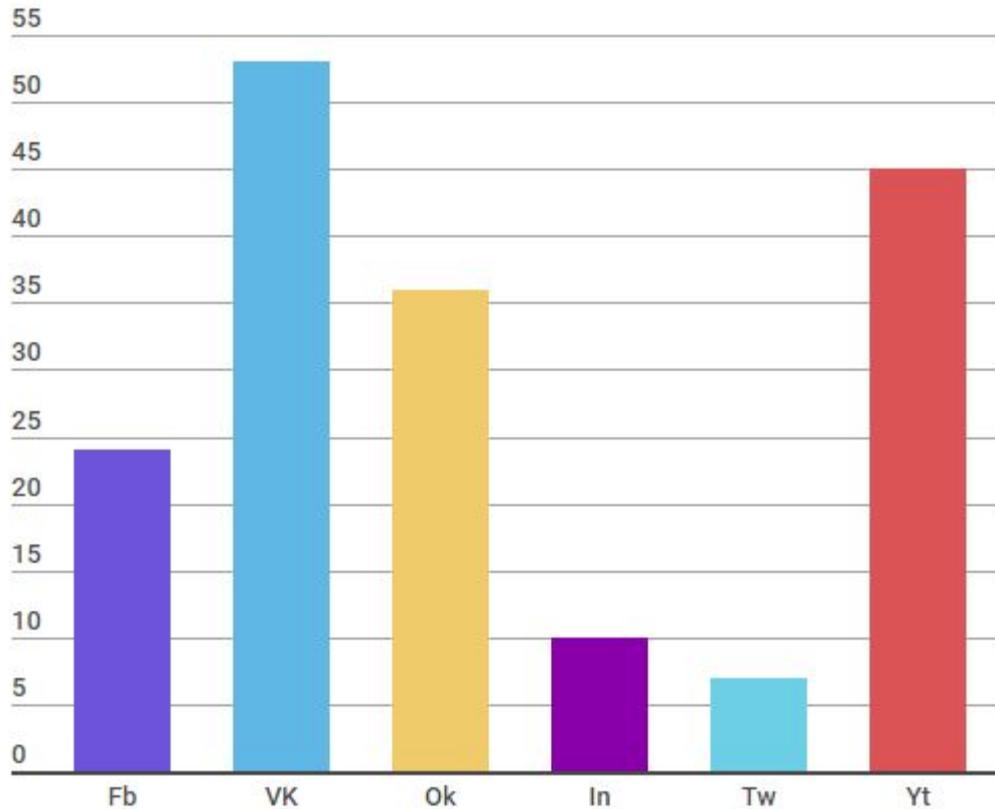


ESCAPE.





TOTAL  
360



Посещаемость  
социальных  
платформ в  
России  
(млн/мес)

# Инструменты продвижения

---

Создание сообществ

Контент-менеджмент

Комьюнити менеджмент

Таргетинговая реклама

Органическая реклама

Сотрудничество с блогерами

Креативные спецпроекты



# Определение

---

**SMM** – продвижение в социальных сетях.

- 1) Бизнес.
- 2) Личный бренд.

# Работа SMM по воронке

— — —

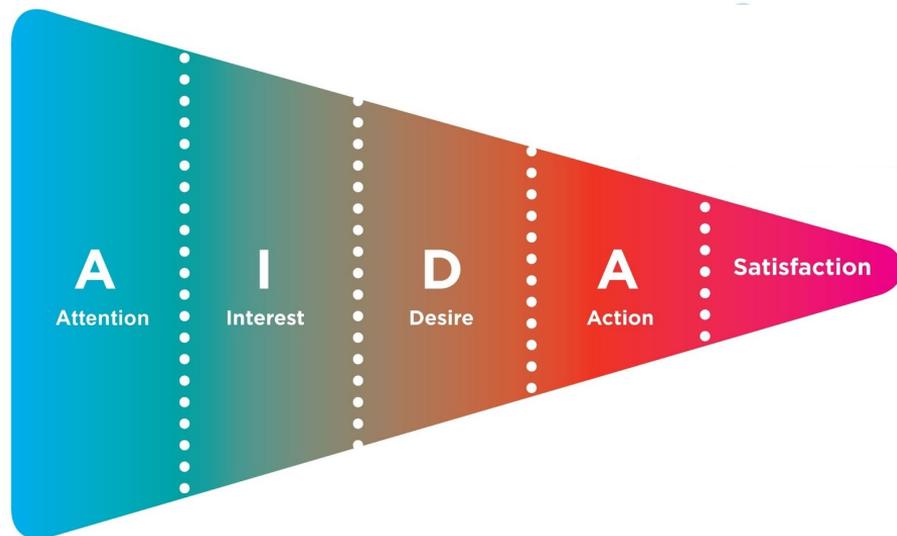
**A** Таргетированная и органическая реклама. Ведение сообществ.

**I** Таргетированная и органическая реклама.

**D** Качественный контент и комьюнити менеджмент.

**A** Акции. Качественный контент и комьюнити менеджмент.

**S** Контент.



Главный человек для бренда –  
сотрудник внутри компании,  
который сможет отстаивать  
хороший сторителлинг.  
—*Sam Slaughter, Contently*

# Глоссарий

---

**Сторителлинг** – искусство донесение поучительной информации, с помощью знаний, рассказов, историй, которые возбуждают у человека эмоции.

# Задачи

---

1. **Повышение узнаваемости бренда.**
2. **Формирование потребительского отношения.**
3. **Продвижение конкретных услуги или товаров.**
4. **Нейтрализация негатива.**
5. **Комьюнити менеджмент.**
6. **Посещаемость на сайт.**
7. **Посещаемость в оффлайн.**
8. **Создание собственной уникальной площадки.**

# Домашнее задание

---

- 1. Подобрать проект.**
- 2. Описать ценность.**
- 3. Описать позиционирование.**
- 4. Создать УТП.**

— — —