

IMBA INGATE MANAGEMENT
AND BUSINESS ACADEMY

Профессия Таргетолог

С нуля до первого заработка — за 3 месяца

Ты станешь ценным специалистом по рекламе в соцсетях. Научишься настраивать, запускать и оптимизировать рекламные кампании в социальных сетях. Изучишь способы повышения конверсии трафика. Научишься привлекать максимум клиентов по минимальной стоимости.





Курс «Таргетированная реклама»

Программа курса

I. Введение в таргетированную рекламу

- Что такое социальные сети и алгоритмы их работы. Роль таргетированной рекламы в SMM и маркетинге. Статистика социальных сетей. Терминология и формулы в таргетированной рекламе. Как запускается реклама в социальных сетях. Зоны ответственности таргетолога

II. Подготовка и ведение соц.сетей для бизнеса

- Особенности создания профилей компании в социальных сетях
- Создание стратегии для продвижения в социальных сетях на основе Popsters
- Умная лента и охват — как получать просмотры контента
- Создание рубрикатора и контент-плана для социальных сетей
- Оформление контента и фирменный стиль компании
- Как набрать подписчиков с помощью бесплатных методов во всех соцсетях
- Коммуникация с подписчиками и их вовлечение
- Автоматизация ведения сообществ и их аналитика
- Особенности продвижения компании во «Вконтакте». Особенности продвижения компании в Instagram. Особенности продвижения компании в Facebook. Особенности продвижения компании в «Одноклассниках»

Программа курса

III. Подсчёт конверсий для разных объектов продвижения

- UTM-метки считаем конверсии и используем автоматизацию
- Основы веб-аналитики
- Установка счетчика Google Analytics и настройка целей
- Как считать конверсии с помощью стандартных и персонализированных отчетов в Google Analytics
- Подсчет и анализ ассоциированных конверсий
- Установка счетчика Яндекс.Метрики и настройка целей
- Как считать конверсии с помощью стандартных и персонализированных отчетов в Яндекс.Метрике
- Установка счетчика Top@Mail и настройка целей
- Сквозная аналитика и ее применение в таргетированной рекламе

IV. Анализ аудитории и конкурентов

- Анализ пользователей с помощью Google Analytics. Анализ пользователей с помощью Яндекс.Метрики. Анализ трафика конкурентов и тематических сайтов с помощью Similarweb и Be1. Исследование аудитории с помощью Target Hunter
- Статистика аудитории Facebook для разбора подписчиков и сегментов пользователей. Анализ креативов конкурентов с помощью Publer. Создание и разбор брифа от клиента. Создание интеллект-карты на основе портретов пользователей

Программа курса

V. Подготовка креативов для рекламных кампаний

- Правила модерации для текстов и изображений
- Особенности создания креативов для тизерных размещений
- Особенности создания креативов для размещений в ленте
- Особенности создания креативов для размещений в сториз
- Как правильно писать тексты на изображениях и в объявлениях
- Создание креативов с помощью Crello
- Создание видео и сториз с помощью Supra
- Постановка задач для дизайнеров и контроль работы

VI. Создание и форматы продвижения рекламы Вконтакте

- Структура рекламного кабинета «Вконтакте»
- Доступы рекламного кабинета и сообщества
- Алгоритм работы рекламного кабинета «Вконтакте»
- Форматы таргетированной рекламы «Вконтакте»
- Реклама сайта и Истории «Вконтакте»
- Создание кабинета, структура кабинета и создание сбора заявки

Программа курса

VII. Стандартные таргетинги рекламного кабинета ВКонтакте

- Правила выбора таргетингов
- Выбор тематики и работа с ограничениями
- Выбор географии и соцдема в таргетингах
- Выбор таргетингов в разделе «Интересы»: поведение, сообщества и приложения
- Подбор сообществ для рекламы и активности в сообществах
- Выбор таргетингов в разделе «Работа и образование» и «Дополнительные настройки»
- Использование ретаргетинга и его виды
- Ретаргетинг по событиям в ленте

VIII. Настройка ретаргетинга по посетителям сайта и похожие аудитории

- Создание пикселя и его настройка
- Настройка отслеживания событий сайта с помощью пикселя
- Создание похожих аудиторий с помощью разных клиентских баз
- Создание, запуск и оптимизация динамического ретаргетинга

Программа курса

IX. Парсинг — персональные аудитории для бизнеса

- Что такое парсинг и какие персональные данные можно собирать
- Как найти похожую аудиторию в один клик. Поиск сообществ, или как подготовиться к парсингу
- ТОП-5 лучших аудиторий для сбора в Pepper Ninja
- Мониторинг новых подписчиков
- Создание циклических задач и прямая загрузка в рекламный кабинет
- Как использовать автосегментатор
- Алгоритм поиска целевой аудитории через поиск в Target Hunter, через анализ целевых сообществ в Target Hunter
- ТОП-5 лучших аудиторий для сбора в Target Hunter
- Мониторинг новых подписчиков
- Нестандартные поиски целевой аудитории
- Циклические задачи с помощью Кейсов

X. Запуск, тестирование и оптимизация рекламных кампаний

- Как запустить рекламу «Вконтакте». Работа со ставками и разными моделями оплаты. Как провести тестирование аудиторий и объявлений. 7 вариантов оптимизации ваших рекламных кампаний. Управление рекламой и ведение её. Анализ первичных результатов с помощью статистики рекламного кабинета и веб-аналитики

Программа курса

XI. Рекламная биржа ВКонтакте

- Основы продвижения на Бирже ВК. Кабинет и отчетность
- Подбор сообществ и использование Adspoiler для размещений на бирже ВК

XII. Автоматизация таргетированной рекламы ВКонтакте

- Массовое создание и редактирование рекламных кампаний
- Подключение внешней статистики и работа с целями
- Оптимизация рекламных кампаний через аналитику таргетингов
- Создание тактик для автоматического управления рекламой

XIII. Создание и форматы продвижения рекламы в Facebook и Instagram

- Ядро аудитории Facebook
- Создание страницы Facebook. Отличие Business Manager от Ads Manager
- Создание и пополнение Ads Manager
- Какие объекты можно продвигать в Facebook и Instagram
- Структура рекламного кабинета
- Аукционная стратегия Facebook

Программа курса

XIV. Настройки таргетингов в Ads Manager Facebook

- Работы с географией и соцдемом пользователей
- Работа с «Детальным таргетингом» и «Связями»
- Создание аудиторий на основе клиентских данных (почты и телефоны)
- Создание индивидуализированных аудиторий по взаимодействиям с рекламой и видео
- Создание аудиторий на основе бизнес-профилей компании
- Создание похожих аудиторий с помощью разных клиентских баз
- Как миксовать аудитории для разных ниш бизнеса

XV. Настройка ретаргетинга и событий для подсчета и оптимизации конверсий

- Какие возможности предоставляет пиксель Facebook + Instagram
- Настройка пикселя и событий для отслеживания конверсий
- Создание ретаргетинга по посетителям сайта
- Настройка динамического ретаргетинга для интернет-магазинов

XVI. Продвижение Instagram через приложение

- Выбор цели и форматы продвижения
- Продвижение Instagram через Ads Manager Facebook

Программа курса

XVII. Запуск, тестирование и оптимизация рекламных кампаний в Ads Manager

- Процесс запуска рекламы в Ads Manager
- Работа с плейсменами для разных целей и задач
- Выбор стратегий и оптимизация для запуска
- Выбор типов медиа для продвижения
- Запуск скрытых постов в Instagram
- Как работать с генерацией лидов
- Сегментация рекламы на уровне кампаний и объявлений
- Работа со статистикой и оценкой рекламы
- Создание персональных отчетов для мониторинга рекламы
- Рекомендации по Facebook

XVIII. Продвижение мобильного приложения через Ads Manager

- Возможности продвижения мобильных приложений через Ads Manager
- Использование пикселя при продвижении мобильных приложений
- Аналитика мобильных приложений
- Рекламные креативы в мобильных приложениях

Программа курса

XIX. Создание и формат продвижения рекламы в myTarget

- Как работает аукцион рекламного кабинета myTarget
- Различия кабинетов: физлицо и юрлицо
- Как создать рекламный кабинет myTarget
- Структура рекламного кабинета
- Выбор целей для Конверсий
- Выбор целей для Узнаваемости

XX. Настройка таргетингов в myTarget

- Разница географий в рекламном кабинете
- Настройка соцдем характеристик пользователя
- Как работать с «Интересами»
- Погодные таргетинги и для чего они нужны
- Группы ремаркетинга — все самые ценные аудитории для вашего бизнеса
- Создание персональных аудиторий по спискам пользователей
- Контекстный таргетинг и как его использовать
- Правила создания сегментов аудиторий

Программа курса

XXI. Top@Mail и настройка ретаргетинга

- Настройка счетчиков и целей в Top@Mail
- Анализ пользователей для настройки рекламы через блок «Таргетинги»
- Сегментация и оптимизация ретаргетинга по посетителям сайта
- Настройка динамического ретаргетинга для интернет-магазинов
- Тестирование форматов для динамического ретаргетинга

XXII. Создание, тестирование и оптимизация рекламных кампаний

- Процесс запуска рекламы в myTarget
- Выбор размещений и креативов при запуске рекламы
- Масштабирование рекламных кампаний по удачным гипотезам
- Выбор размещений и креативов при запуске рекламы

XXIII. Продвижение мобильных приложений через myTarget

- Особенности запуска рекламы на мобильное приложение
- Рекомендуемые форматы для продвижения мобильных приложений
- Основные инструменты для продвижения мобильных приложений

Программа курса

XXIV. Автоматизация рекламы myTarget

- Массовое создание и сколько в реальности нужно создавать креативов
- Подключение внешней статистики и работа с целями
- Оптимизация рекламных кампаний через аналитику таргетингов
- Создание стратегий для автоматического управления рекламой

XXV. Поиск клиентов и продвижение таргетолога

- Упаковка
- Создаём портфолио
- Поиск клиентов
- Договор, работа с клиентом и этапы развития

После прохождения курса ты сможешь

- Разрабатывать креативы для рекламных кампаний
- Использовать инструменты Popsters, Target Hunter, Pepper Ninja
- Настраивать, запускать, тестировать и оптимизировать рекламные кампании в Facebook, Instagram, «ВКонтакте», «Одноклассниках»
- Продвигать мобильные приложения через Ads Manager
- Оценивать конверсию для разных объектов продвижения
- Анализировать трафик и конверсию с помощью «Яндекс.Метрики» и Google Analytics
- Автоматизировать рекламные кампании

Спикеры курса

- Ирина Хижнякова — специалист по таргетированной рекламе Ingate
- Татьяна Соколкова — ведущий специалист по таргетированной рекламе Ingate
- Кирилл Бабышкин — ведущий специалист по таргетированной рекламе Ingate
- Николай Смирнов — программный директор Skillbox
- Павел Борисов — «евангелист» «Одноклассников»
- Юлия Лазарева — ведущий менеджер «Вконтакте»
- Вячеслав Прохоров — «евангелист» «Одноклассников»
- Ольга Чванова — ведущий менеджер по работе с клиентами MyTarget



Курс «Веб-аналитика»

Программа курса

I. Введение в веб-аналитику

- Вводный урок. Определение задач веб-аналитика. Основные инструменты веб-аналитика

II. Яндекс Метрика

- Обзор инструмента
- Создание и установка счётчика
- Основная терминология
- Цели
- Обзор интерфейса. Отчёты. Действия над отчетами
- Индивидуальная настройка счётчика
- Целевой звонок. Дополнительный урок

III. Дополнительные сервисы

- Обзор и настройка Яндекс Вебмастера
- Настройка связи Яндекс Метрики и Яндекс Вебмастера
- Обзор и настройка Google Search Console
- Интерфейс Google Search Console

Программа курса

IV. Google Analytics

- Обзор инструмента
- Создание и установка счетчика
- Основная терминология
- Цели
- Обзор интерфейса. Отчёты. Действия над отчетами
- Индивидуальная настройка счетчика
- Отличия Яндекс Метрики и Google Analytics
- Модуль 05. Электронная торговля и электронная коммерция
- Настройка ЭТ/ЭК. Проверка корректности сбора данных. Обзор стандартной ЭТ/ЭК. Обзор расширенной ЭТ

V. Колтрекинг

- Обзор инструмента на примере Comagic
- Алгоритм работы колтрекинга
- Постобработка звонков
- Речевая аналитика

Программа курса

VI. Google Tag Manager

- Обзор инструмента
- Создание и установка
- Базовые настройки
- Расширенные возможности

VII. Проверка систем веб-аналитики перед работой

VIII. KPI проектов

- Определение KPI. Типы KPI. KPI по типам сайта

IX. Анализ целевой аудитории

- Обзор источников. Сбор данных на примере
- Сегментирование
- Метод персон
- Визуализация пути пользователя. Построение CJM
- Уникальное торговое предложение

Программа курса

X. Анализ эффективности рекламных каналов

- Ценность анализа
- Обзор основных рекламных каналов и источников трафика
- Анализ динамики рекламных каналов. Анализ канала SEO. Анализ канала контекстной реклама. Анализ медийной и видеорекламы. Анализ ретаргетинга . Анализ прочих рекламных каналов. Формирование рекомендаций по масштабированию каналов

XI. Анализ usability сайта

- Ценность анализа
- In-page аналитика
- Процесс анализа
- Чек-листы для различных типов сайта
- Практический урок по анализу конверсионных форм
- Практический урок по упрощению пути пользователя до совершения конверсии
- Практический урок по АВ-тестированию

Программа курса

XII. Анализ конкурентов

- Ценность анализа
- Методология определения конкурентов
- Инструменты для анализа
- Практический урок по анализу конкурентов

XIII. Прогнозирование и замер результатов

- Прогнозирование по трафику и лидам
- Методология измерения результатов после внедрения доработок

XIV. Коммуникация

- Коммуникация с заказчиком
- Доступы для внедрения рекомендаций
- Обоснование доработок

Программа курса

XV. Основы сквозной аналитики

- Определение и ценность сквозной аналитики
- Обзор инструментария
- Брифование клиента
- Этапы настройки и получаемые результаты
- Практический урок по использованию Power BI
- Практический урок по использованию Google Data Studio
- Настройка сквозной аналитики в Comagic

XVI. Лайфхаки от практикующих веб-аналитиков

- Формирование отчетов
- Настройка дашбордов
- Настройка сегментов и специальных отчетов
- Условия масштабирования кейсов

После прохождения курса ты сможешь

- Создавать и настраивать счётчики Яндекс.Метрика и Google Analytics
- Интегрировать счётчики различных сервисов аналитики с помощью Google Tag Manager
- Анализировать качество трафика из различных digital-каналов, составлять аргументированные рекомендации по внесению изменений в стратегию и рекламные кампании
- Проводить конкурентный анализ
- Анализировать качество текущей аудитории сайта
- Разрабатывать и проверять usability-гипотезы в формате A/B-тестирования, правильно интерпретировать полученные данные
- Настраивать сквозную аналитику

Спикеры курса

- Екатерина Ходюшина — руководитель группы веб-аналитиков Ingate
- Евгения Максименкова — руководитель проекта по работе с партнёрами Comagic
- Ольга Баранова — старший специалист по работе с внешними сервисами Ingate
- Дарья Коняхина — ex-руководитель отдела веб-аналитики Ingate
- Елена Журба — веб-аналитик-эксперт Ingate
- Надежда Землякова — ex-веб-аналитик-эксперт Ingate
- Алексей Герасимов — консультант-эксперт подготовки решений Ingate
- Виталий Рогов — эксперт R&D Ingate
- Ольга Землякова — Digital Media Producer Ingate

Курс «Разработка digital-стратегии»

Программа курса

I. Разработка стратегии

- Постановка и верификация цели
- Аналитика целевой аудитории. Аналитика рынка. Сравнительный анализ конкурентов и компании. Механика выбора каналов
- Особенности разработки охватной стратегии. Показатели прогнозирования. Медиапланирование RTB и медийной рекламы. Медиапланирование видеорекламы. Медиапланирование SEO. Медиапланирование контекстной рекламы. Медиапланирование ретаргетинга. Медиапланирование таргетированной рекламы. Медиапланирование CPA-сети. Медиапланирование e-mail и push. Составление сводного медиаплана
- Особенности разработки стратегии для b2b. Особенности разработки стратегии для ecom (часть 1 и 2).
- Презентация стратегии руководству
- Разработка стратегии в Ingate

Программа курса

II. Реализация стратегии

- Формирование команды
- Контроль канала SEO
- Контроль каналов после запуска
- Контроль каналов e-mail и push
- Контроль канала CPA-сети
- Анализ изменений на рынке и маркетинговых активностей конкурентов
- Управление распределением бюджета, корректировка медиплана
- Выработка гипотез и проведение тестов в рекламных каналах и на сайте
- Планирование и проведение акций, розыгрышей и прочих активностей
- Алгоритм действий при отсутствии результата

После прохождения курса ты сможешь

- Разрабатывать digital-стратегии, которые работают на бизнес цели — как в b2c, так и в b2b-сегментах
- Прогнозировать результаты продвижения по каждому рекламному каналу
- Оценивать результаты и корректировать стратегию продвижения
- Управлять командой проекта
- Грамотно распределять рекламный бюджет

Спикеры курса

- Мария Борисова — ex-ведущий digital-стратег Ingate
- Марина Гнездилова — Project Manager R&D Ingate
- Елена Циринская — стратег по разработке решений Ingate
- Оксана Михалко — руководитель группы разработки решений Ingate
- Татьяна Власова — Account Director Ingate
- Алексей Ерохин — стратег по разработке решений Ingate

В ПОДАРОК К ОБУЧЕНИЮ

- Интенсив «Конверсионные посадочные страницы» (Тильда)
<https://imba.ru/intensive-landing-page>
- Интенсив по TikTok