



Таргетированная реклама Вконтакте Вводный курс

РЕГЛАМЕНТ

Бесплатная часть

Вип часть

2 часа онлайн

без рекламы и спама в чате

уважительное обращение друг с другом

СТОИМОСТЬ ЗАПИСИ



Стоимость была
990 руб.

Стоимость сейчас
1980 руб.

с 5 апреля
10 000 руб.

КАК ПИСАТЬ ТЕКСТЫ ДЛЯ ОБЪЯВЛЕНИЙ

КОПИРАЙТИНГ ДЛЯ ПРОМО-ПОСТОВ

1. Отвечаем на вопрос “Кто увидит и прочитает мой промо-пост”?
 2. Реакция человека на ваш пост должна быть - “Откуда ты это про меня знаешь? Это же про меня!”.
- Клиент “Я тебя знаю” знает, что [.....]. И мой продукт/услуга может помочь ему [напишите, почему и чем].
 - У клиента “У меня есть проблема” есть боль, он испытывает трудности в [перечислите дословно их боли]. И мой продукт/услуга помогают ему [напишите, почему и чем].
 - Клиент “Я не знаю, чего хочу” не осознает/не понимает, что [напишите, что]. И я могу помочь ему, потому что [напишите причину].

КОПИРАЙТИНГ ДЛЯ ПРОМО-ПОСТОВ

Проблема с копирайтингом (не знаю, что писать) возникает только в одном случае: вы говорите про себя, а не про клиента, вы пытаетесь выдумать из головы реальные проблемы клиента, то, что ему действительно интересно.

Нельзя “ставить себя на место клиента”, это тоже не про него.

САМАЯ ГЛАВНАЯ ФИШКА КОПИРАЙТИНГА: абсолютно каждое предложение должно быть написано про реального человека в реальном мире, которого вы знаете. И если вы не знаете, есть ли такие люди, вы не пишете эту гипотезу в продающий текст.



Людмила Берестенникова 31 мар 2018 в 18:12

Людмила Берестенникова

1. Результат до: теоретические знания о таргетированной рекламе, первые не слишком удачные опыты
2. Результат после: Практический опыт ведения рекламной кампании, четкий алгоритм настройки РК, первые положительные результаты
3. Спасибо огромное команде ФАК Маркетинг за курс! Антон, Роман, вы прекрасные спикеры. Отличная подача материала, много практических советов, много ценных фишек, все онлайн, без отвлеченной теории. После уроков - остается ощущение "ВАУ!! Круто!!!" Отдельная благодарность команде кураторов за поддержку! Обучалась до этого на курсе - так ответа от преподавателя можно было ждать 2-3 дня 😞 Понимаю, что есть куда еще расти, но вижу огромный прорыв в знаниях и умениях после курса. Уверена, начался новый этап в моей жизни!

Ответить

КОПИРАЙТИНГ ДЛЯ ПРОМО-ПОСТОВ

Боль - Решение - Результат - Мечта

Суть продаж в соц.сетях

Говорим на языке клиента.

Женщины не хотят слышать то что вы думаете. Они хотят слышать то, что думают они, но только произнесённое приятным баритоном.



КОПИРАЙТИНГ ДЛЯ ПРОМО-ПОСТОВ

Продающий текст - это очень детальное описание реального мира клиента. Ошибка большинства - уход в свои концептуальные разработки.

Задача текста - показать, что они не знали, что есть наилучшее для них решение, а теперь - знают, и что им будет сильно неприятно, если они откажутся от предложения прямо сейчас, мысль о том, что в мире есть именно то наилучшее средство, которое им может помочь, а они еще до сих пор его не купили, будет сильно их тревожить.

Пример: проблема не в том, что вы живете не с тем человеком (люди и в древности жили в пещерах и ничего), проблемы начинаются тогда, когда рядом с вами появляется человек, который вам больше подходит, и вы это знаете.

КОПИРАЙТИНГ ДЛЯ ПРОМО-ПОСТОВ

Ваша задача - не приманивать всех подряд, а он **должен приманивать только тех, кого вы хотите**, чтобы он приманивал, **и жестко отстреливать всех остальных**. Текст должен отпугивать тех, кто вам не нравится.

Копирайтинг не имеет никакого отношения к креативу. Это важно понимать. Это не творческий процесс. Это исключительно пошаговый план. И **худшее, что можно делать, это придумывать**. Новых потребностей за 5000 лет у человека не возникло. Потребности все те же самые.

Люди не хотят что-то делать в одиночку. Вы должны показать, почему общество вас поддерживает.

ТРЕБОВАНИЕ К НАПИСАНИЮ ТЕКСТА

Текст рекламного объявления должен соответствовать:

2.1.1. нормам русского языка (или нормам языка, на котором публикуется объявление).

2.1.2. нормам пунктуации и использования специальных знаков. Между словами, а также после знаков препинания необходимо ставить пробелы. (Допускается: «Петя + Маша = Любовь!», «Панды, волки, лисы. Любые мягкие игрушки!» Не допускается: «==++Распродажа!!!!!!++==», «Панды,волки,лисы.Любые_мягкие_игрушки!»).

2.1.3. нормам написания слов с заглавной буквы. Заглавные буквы используются в начале каждого нового предложения, при написании имен собственных. Слова, написанные полностью заглавными буквами, допускаются для общеизвестных аббревиатур или зарегистрированных товарных знаков. Скан-копию свидетельства о регистрации товарного знака необходимо отправить в [Поддержку](#). (Допускается: КАСКО, УФНС. Не допускается: «РАСПРОДАЖА», «Продажа Стиральных Машин», «СкиДКи»).



Виталий Кухтинов 31 мар 2018 в 18:35



1. До прохождения курса несколько раз пытался продвигать услуги в рекламном кабинете ВК, но результата как такового не было, люди кликали и сливался бюджет, а продаж не было и это был мой страх перед рекламой в соцсетях.

2. Я победил свой страх и стал таргетологом))).

3. На курсе я узнал, как подбирать рекламную картинку, как оформлять на ней текст и какой, как настроить правильно рекламную кампанию, провести тест и вести дальнейший анализ, когда объявление сработало, когда объявление сработало, когда нет и что с ним делать. Где брать ЦА (я всегда не понимал этот момент, но во время курса опытные кураторы и спикеры помогли мне понять), материал, когда рекламироваться дни недели и время, что такое кейс и как с ними работать. В общем та сумма которую я инвестировал в себя на этом курсе составляет тысячную часть от общей стоимости того багажа знаний данных мне командой FAQMARKETING.

Ответить



ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

Болевые точки

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

Болевые точки

Проблема + решение

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

Болевые точки

Проблема + решение

Обращение по профессиональному или соц.статусу

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

Болевые точки

Проблема + решение

Обращение по профессиональному или соц. статусу

Опросы

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

Болевые точки

Проблема + решение

Обращение по профессиональному или соц. статусу

Опросы

Призыв к конкретному целевому действию

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

Болевые точки

Проблема + решение

Обращение по профессиональному или соц. статусу

Опросы

Призыв к конкретному целевому действию

Оповещение клиентов

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение

Болевые точки

Проблема + решение

Обращение по профессиональному или соц. статусу

Опросы

Призыв к конкретному целевому действию

Оповещение клиентов

Поздравление клиентов с днем рождения

ВАРИАНТЫ ТЕКСТА

Прямое обращение - когда вы напрямую говорите в рекламном сообщении, что за продукт или услугу вы продаете и какое действие ожидаете от пользователя

БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ

БОЛЕВЫЕ ТОЧКИ

Использование в тексте озвученной потребности клиента
Создает у клиента интерес и привязку к вашему продукту

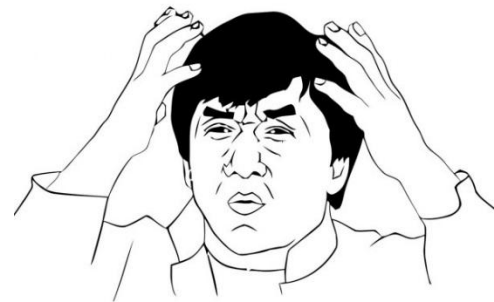
Как работают с болью в России

Как работают с болью в России



Как работают с болью в России

Маркетинг



Как нужно работать с болью?



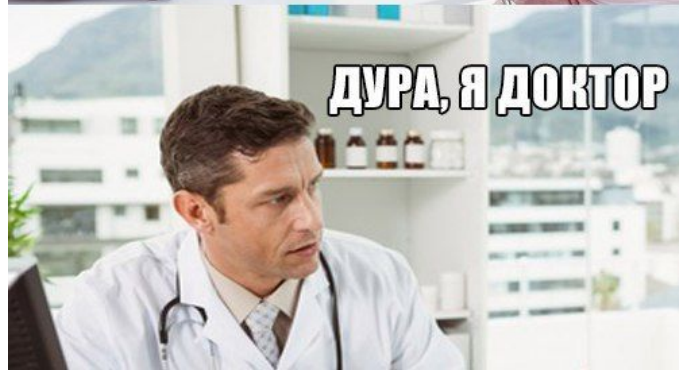
Проблема с продвижением в соц.сетях:

вы говорите про себя, а не про клиента, вы пытаетесь выдумать из головы реальные боли клиента вместо того, что ему действительно интересно.

А боли у всех разные...



Главная задача - понять боль вашего аватара





Евгений Байбаков 31 мар 2018 в 18:44



Огромное спасибо Всей команде FAK Маркетинг, группу поддержки и обеспечения ! Правда, Все круто! Столько нового узнал . Много всего дополнительного узнал. Не все красиво получается и есть небольшие пробелы , но столько материала, столько фишек и личного опыта, сам себе завидую, что у вас учился! Отдельная благодарность кураторам! Больше всего на разных этапах со мной мучались ,но добивались результатов: Дарья Аверкина, Юлия Варшавская и Максим Харитонов, спасибо за чуткость , терпение и поддержку. Я всем очень благодарен. Спасибо, я уже всем давно рекламирую. что дают настоящие знания без воды!

Ответить

ПРИМЕР УНИКАЛЬНОГО ПОСТА ДЛЯ ВИДЕОСТУДИЙ

Видео_1 [редактировать](#)

[Посмотреть пример объявления на странице](#)

Название кампании:	Узкие аудитории по вебинару
Лимит объявления:	1 000 рублей
Цена за 1000 показов:	240.11 рубля
Статус:	Остановлено (?)
Рекламные площадки:	Все площадки
Ограничение показов:	Ограничивать до 2 показов на человека
Тематики:	Образовательные курсы (Образование и работа)
Целевая аудитория:	8 400 человек
Страна:	Россия
Возраст:	От 24 лет
Категории интересов:	Бизнес
Группы:	ОДНИМ КАДРОМ, ДНЕВНИК КИНОЛЮБИТЕЛЯ, Циничный оператор, Профессионалы киноиндустрии, Кинопроизводство, 24FPS Видео Журнал, Журнал Filmakr, Оператор о кино операторстве, 5DM3 ML RAW RED DaVinci Resolve 4K BMCC, ElectroLenta Выбираем лучший ролик недели, Музыка для YouTube Без авторских прав (АП), Сними Фильм, 3D LUT Creator -



VIDCONF 2017. Конференция по
видеомаркетингу
Рекламная запись 12+

Видеомаркетинг для видео студий. Как перестать слышать от своих
клиентов: "А сколько просмотров набрало наше видео?"

Вспомните если вы в этом бизнесе больше 2-х лет, то в 86% случаев вы
сталкиваетесь с этими вопросами:

1. Ваши заказчики к вам не возвращаются, либо заказывают очень мало
видео

[Показать полностью...](#)



ОПРОСЫ

ПРОБЛЕМА + РЕШЕНИЕ

ПРИЗЫВ К КОНКРЕТНОМУ ЦЕЛЕВОМУ ДЕЙСТВИЮ

ОПОВЕЩЕНИЕ КЛИЕНТОВ



Сергей Волков 31 мар 2018 в 19:08

1. Результат до: Небольшой опыт ведения группы в ВК, теоретические знания о таргетированной рекламе и одна не совсем удачная рекламная компания.
2. Результат после: Практический опыт ведения рекламных кампаний, понимание алгоритма настройки РК, первые положительные результаты, появилась уверенность в своих силах.
3. Спасибо команде ФАК Маркетинг и особенно Антону и Роману за всю проделанную работу! Много практических советов, много ценных фишек, точная и персональная обратная связь. Огромная благодарность команде кураторов за поддержку и терпение! Спасибо за дополнительные бонусы по упаковке, фэйсбуку, инстаграму. Вижу большой скачок в своих знаниях и навыках после курса, но знаю, что нужно еще расти. И, есть большое желание попасть в Вашу команду!

Ответить

ПОЗДРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ



МОДЕРАЦИЯ В КОНТАКТЕ

Нельзя использовать:

Логотипы и фотографии конкурентов

Фотографии других людей, которые не дали вам согласие на использование изображений

Логотипы популярных брендов

Известных людей и мультяшных персонажей

Фотографии и видео с насильственным контентом

Превосходные формы “Самый, лучший, номер 1”

*Пожалуйста прекратите использовать слово “уникальный”

МОДЕРАЦИЯ В КОНТАКТЕ

<https://vk.com/faq10060>



КАКИЕ НИШИ ТРЕБУЮТ ДОКУМЕНТОВ?

Прямая продажа товаров и услуг на сайте - требует документы о регистрации ООО или ИП.

Медицинские услуги - требуют лицензии и дипломы специалистов.

Косметические услуги.

Психотерапевты - требуют дипломы, если платно, то еще и документы о регистрации.

КАК ПРОЙТИ МОДЕРАЦИЮ В СЛОЖНЫХ НИШАХ?

Изменить продукт и страницу, на которую ведется реклама - это значит, что вы вначале оказываете услугу, разрешенную сайтом контакта.

Подмена - вы меняете данные на сайте, после прохождения рекламы.

***НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВАШ РЕКЛАМНЫЙ КАБИНЕТ, Т.К. МОГУТ ЗАБЛОКИРОВАТЬ**

Вы предоставляете бесплатную услугу, которая не требует документов.



Антонина Хиля 31 мар 2018 в 19:43

Антонина Хиля. До курса отдавала таргет на аутсорсинг, заявок не было.

Результат после: получила алгоритм ведения рекламной кампании, научилась делать иллюстрации, писать тексты, протестировала разные гипотезы и аудитории, поняла сколько для меня должна стоить рекламная кампания. Антон и Роман - прекрасные специалисты в предмете и отличные лекторы. Кураторам тоже большое спасибо за работу!

[Ответить](#)

ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ С МОДЕРАТОРАМИ

1. Уважительно обращение.
2. Уточнение деталей, по каждому ответу на вопрос.
3. Знайте, что модератор может в чем-то не разбираться, поэтому вы всегда можете позвать старшего по смене среди модераторов.

P.S. Модераторы очень лояльны и если с ними вежливо общаться, они ответят на все ваши вопросы и все подскажут.

ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ С МОДЕРАТОРАМИ

Мы работаем в соответствии с текущим законодательством, позавите пожалуйста старшего по смене, все документы и сертификаты мы вам предоставили, другие рекламны площадки в том числе Mail.ru нас пропустили.

ЧТО ТАКОЕ CTR? ЧТО ВАМ НУЖНО О НЕМ ЗНАТЬ?

CTR — (синоним — кликабельность, от англ. click-through rate — показатель кликабельности) CTR определяется как отношение числа кликов на баннер или рекламное объявление к числу показов, измеряется в процентах.

В формате изображение текст и большое изображение - 0,05 это нормально, ниже - плохо. НО если цена заявки вас устраивает, то оставайтесь так, как есть.

В промо-постах, показатели следующие
от 1% это хорошо
меньше 0,6% - переделывайте, если не устраивает цена заявки.

УПРАВЛЕНИЕ СТАВКАМИ

CPC - (от англ. cost per click — цена за клик).

CPM - (аббрев. от англ. Cost-Per-Thousand (M - римская цифра) — цена за тысячу показов).

CPC - используется для форматов рекламы изображение и текст и большое изображение.

Лучше всего использовать этот вариант ставки при работе с большой аудиторией от 50 000 человек для продуктов масс-маркета.

КАК ВЫБРАТЬ СТАВКУ?

CPM - оплату за показы можно использовать в нескольких форматах:

- промо-посты, карусель
- изображения текст,
- большие изображения.

Что важно?

По незнакомой аудитории ставим ограничения 100 показов на человека в форматах “Изображения текст”, “Большие изображения”.

В промо-постах ставим на аудиторию, которая вас не знает, 1 показ на человека.

Вас знают - 2 показа.



Ксения Станкевич 31 мар 2018 в 21:07

Станкевич Ксения

1. Результат до: общее представление о таргетированной рекламе вконтакте и 1 неудачная настройка рекламной кампании
2. Результат после: понимание что такое таргетинг Вконтакте, как настраивать рекламную кампанию, как вести её, как анализировать.

Одна удачно проведенная рекламная кампания (во время прохождения курса) - собирала людей на бесплатный вебинар по ландшафтному дизайну, за 4 с половиной дня - 284 регистрации по 18 р., к сожалению итоговое число присутствующих клиент еще не сообщил.

3. Спасибо огромное всей команде ФАК Маркетинг за их фундаментальный подход к обучению, качественную и быструю обратную связь, дружественную обстановку. В курсе очень много практики, как и обещали! Спасибо ,Антону, за интересные лекции, на которых не хочется спать и за кучу полезной информации! Спасибо моему куратору - Кристине, которая постоянно была на связи!

Настроение перемен и нового пути, чувствую уверенность в своих силах как специалист. Очень рада присоединиться к такой сильной и дружной кампании!

Ответить

КАК ВЫБРАТЬ ЦЕНУ ПОКАЗА?

Для форматов “Изображение и текст” и “Большое изображение” - $\frac{1}{2}$ от рекомендуемой цены ВКонтакте.

Например, рекомендованная цена 10 р., вы ставите 5 р.
Если, вдруг, реклама не откручивается, вы видите, что нет показов, то повышается еще на 2-3 рубля.

На что влияет повышение цены? На то, как часто показывает ваше объявление, это аукцион, у кого выше ставка, тот и показывается клиенту (чаще).

Для формата промо-посты - ставим рекомендованную ВК цену или выше.

КАК ВЫБРАТЬ ЦЕНУ ПОКАЗА?

Рекомендованная цена * 0,7 = ставка - Целевой действие
100 рублей за 1000 показов
на подписку в группу или сообщество

Рекомендованная цена
238 рублей +/-40 рублей

Рекомендованная цена *1,5 = Доминировать - на понижение
400 за 1000 показов - для ретаргета или когда у вас лендинг конвертирует
45%

СТРАТЕГИЯ ЭКОНОМИИ - ЛЕСЕНКА ВВЕРХ

1. Начинаем работы: Со ставки от 80 рублей за показы, для промпостов.

Постепенно повышаете.

Показов мало. Зато экономия.

СТРАТЕГИЯ РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЦЕНА

1. Начинаем работы: рекомендуемой ставки
2. Начинаем работы: рекомендуемая ставка -(минус) 80 рублей = ваша ставка

Показов стандартное кол-во. Цена заявки или целевого действия - средняя

СТРАТЕГИЯ ДОМНИРОВАНИЕ

1. Начинаем работы: Рекомендуемая ставка + 80 рублей.
2. Начинаем работы: С максимальной ставки (при работе с ретаргетингом)



Юлия Бутусова 31 мар 2018 в 22:34

Юлия Бутусова

До прохождения курса ни то, что бы настраивать, а даже заходить в свой рекламный кабинет не могла. Сейчас я владею полным циклом настройки таргетированной рекламы. От поиска ЦА до запуска РК и ее анализа.

Спасибо огромное, команда ФакМаркетинг. Спасибо Антону за интересные лекции и доступный формат обучения, на примерах и фактах. За качественную обратная связь. А также всем кураторам, за помощь поддержку и терпение! Это действительно профессионалы своего дела. Желаю процветания и успехов всей команде!

Ответить

КАК ВЫБРАТЬ ЦЕНУ КЛИКА?

Формула: Рекомендуемая цена клика / на 3 = цена клика

Оплату за клики, мы используем, тогда когда у нас уже есть понимание воронки продаж.

Когда мы понимаем, сколько должен стоить 1 клик

ЛИМИТЫ

Кабинеты

Дневной лимит - на весь кабинет

Кампания

Дневной лимит - на рекламную кампанию

Списки объявлений

Общий лимит объявления - на конкретные объявления

Дневной лимит объявления - на конкретное объявление

ЛИМИТЫ

При работе с лимитами важно помнить

Что на 2 запущенных объявления, должно быть 200 рублей
дневного лимита

ВАЖНО ВСЕГДА СТАВИМ ЛИМИТЫ!

На форматы “изображение и текст” и “большое изображение” - лимит 100 рублей - на каждое объявление.

На формат “промо-пост” мы ставим общий лимит 100 рублей

ЛИМИТЫ НА БОЛЬШИХ БЮДЖЕТАХ

Когда вы тратите больше 5000 р. в день на рекламу, можно снять лимиты с проверенных объявлений и сделать лимит затрат в день на всю рекламную кампанию.

Либо сделать общий лимит затрат на кампанию.



Марина Козырева 1 апр 2018 в 0:26

Марина Козырева До: Теоритические знания онлайн маркетинга и СММ с других курсов, был какой-то ступор что с этими знаниями делать дальше После: Полное понятие о таргетированной рекламе и онлай маркетинге, что и как делать пошагово Отзыв: Качество обучение превзошло все ожидания, точно нет необходимости переучиваться, очень хороший старт для начала работы Таргетологом, и главное не пропал интерес к онлайн маркетингу, и есть желание расти дальше, опять же благодаря тому как ребята мотивировали и преподносили информацию, я очень рада что прошла этот курс, ребята с такой душой относятся в своему делу, и своим ученикам, что их реально беспокоит твои результаты, я прошла много курсов, такой встретила впервые, и одно ощущение что ты не один на один с новыми знаниями которые никак не хотели усваиваться этого уже бесценно. Отдельное спасибо кураторам, такую обратную связь я тоже встретила впервые, на любой твой вопрос получала ответ мгновенно, такое чувство что я вместе с вами прожила эти 3 месяца в одном месте)))

Ответить

♥ 1

ВНУТРЕННЯЯ СТРУКТУРА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

1. Называем кампанию просто и понятно (чтобы любой специалист или сотрудник мог потом зайти и понять, что к чему относится).

Пример:

Промо-посты горячая аудитория

Промо-посты ретаргетинг (с теми, кто заходил на сайт, группу)

Тизеры - горячая аудитория

Тизер - аудитория событий

ВНУТРЕННЯЯ СТРУКТУРА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

2. Называем объявления просто и понятно, обычно по утм-меткам или аудитории на которую идет настройка.

Пример:

Тизеры:

1. Бухгалтера - Тизер с лицом - tiz1
2. Сообщество 1С - Тизер с компьютером - tiz 2

Промо-посты:

1. Промо-пост о трудностях работы бухгалтером - promo1
2. Промо-пост о трудностях работы в 1С - promo1c
3. Промо-пост прямая продажа по своим - promoretarget

КУДА ВЕСТИ ТРАФИК?

1. Сайт/одностраничник.
2. Группа или Публичная страница в ВК. - Подписчики
3. Личные сообщения
4. Опросы
5. Приложения - лид. формы
6. Гугл форма.

ПОЧЕМУ ЛУЧШЕ РАБОТАТЬ НА КОНСТРУКТОРАХ?

1. Легко менять сайт.
2. Не нужны сложные технические знания кода и дизайна.
3. Легко вставлять метрику и коды ретаргетинга.
4. Не нужно никого ждать.

ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ НА САЙТЕ?

1. Форма заявки - 3 поля или меньше. Имя, Почта, Телефон.
2. Призыв к 1 действию - Записаться, Купить, Получить.
3. Яндекс. Метрика.
4. Яндекс. Цели.
5. Код ретаргетинга ВКонтакте (и Фейсбук).
6. Проверка форм заявки.
7. Политика конфиденциальности.
8. Каждое рекламное объявление должно быть промаркировано UTM-меткой.



Мария Мурашова вчера в 22:12

Итак, вот, что я могу сказать о курсе «Таргетолог-профессионал»:

До курса у меня был опыт работы с социальными сетями, но не с таргетированной рекламой. Меня пугали и говорили, что это очень сложно, нужен большой анализ, ничего непонятно и пр. Но меня почему-то привлекла именно реклама в социальных сетях. Ведь это здорово попасть в потребности человека, показать ему не назойливую рекламу, а именно то, что ему надо.

После курса у меня появилась уверенность, что я двигаюсь в правильном направлении. У меня стало получаться настраивать рекламу, получать отклик на свои объявления. Не скажу, что я стала профи, но теперь мне понятно куда двигаться дальше, чтобы развиваться в этом направлении. И я, если честно, очень тащусь от всего процесса - от начала формирования креативов, сбора аудиторий и до запуска рекламы, выставления ставок, анализа и прочего. То, что казалось невероятно трудным оказалось понятным (но непростым, мозги включать надо все равно).

Мне очень понравилось как был выстроен курс. Я думала, что учиться онлайн - это сложно. Потому что иногда в живом-то общении многое непонятно, а тут через компьютер. Оказывается, если есть четкая система организаторов и кураторов, то это даже увлекательно. Мне очень понравилось учиться на курсе и этот курс 100% стоит своих денег. Еще было очень приятно, что ребята нежадные. Во-первых, были готовы отвечать на все вопросы, во-вторых продлили обучение (чему я очень была рада), в-третьих дали доступ к другим своим курсам, которые помогали в основном курсе. Я очень рада, что когда-то я сама случайно стала ЦА ребят и прошла по рекламной ссылке, спасибо вам за курс. Вы супер-молодцы и, пожалуйста, оставайтесь такими же, подавайте пример другим :)))

Ответить

UTM-МЕТКИ

Utm-метки - это инструмент, который помогает понять, откуда к вам приходят клиенты и какой источник трафика работает лучше всего.

vk.com/?utm_source=vk&utm_medium=promo&utm_term=bm&utm_content=yellowbanner

Где делать UTM-метки: <http://tools.yaroshenko.by/utm.php>

ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ В СООБЩЕСТВЕ?

1. Название.
2. Аватар.
3. Шапка.
4. Описание со всеми ссылками, контактами.
5. Обсуждения.
6. Видео.
7. Фотоальбомы.
8. 5-10 постов на стене.
9. Контактные данные (кому писать/звонить).

Анализируем сообщества конкурентов и смежной тематики через приложение “Посты” или “Popsters”, наполняем его самыми интересными материалами.

ЗАПУСК РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

1. Проверяем лимиты.
2. Проверяем формы приема заявок.
3. Проверяем себя или своего менеджера по продажам.
4. Первые 3 дня проверяем рекламную кампанию 2 раза в день, утром и вечером (минимум).
5. При работе с большими бюджетами 3 раза в день (утро, обед, вечер).

ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Вначале важны только показатели целевых действий.

Цена заявки / Кол-во заявок - со всей рекламной кампании

Цена подписчика / Кол-во подписчиков

Какое нормальное соотношение подписчиков к кликов?

- $\frac{1}{2}$
- $\frac{1}{4}$
- $\frac{1}{6}$

ВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Дальше, мы считаем статистику по каждой кампании если их много или по каждому объявлению

*Показ экрана

Выбираем объявления и аудитории, которые хуже всего работают, их мы выключаем и больше не используем.



Дмитрий Пустовитов вчера в 22:57

Дмитрий Пустовитов

1. Не качественно умел работать с таргетом, в основном только сливал бюджет.
2. На 3-ей неделе курса продал эксклюзивный товар клиента цена 1-5000 продал 5 шт. На 25000, благодаря тому что нашел всех парней моего города и сделал им рекламу, чтобы они сделали подарок на 8 марта! Меня научили работать с парсерами и клиентами! Спасибо, мой отзыв 5+!!!! Спасибо Антону Михайлову и нашим кураторам, что научили нас этой работе!!!

Ответить

СЧИТАЕМ ЦЕНУ ЗАЯВКИ С КАЖДОГО ОБЪЯВЛЕНИЯ

Техника - Математик

1. Боковой таргетинг - 50 рублей заявка по кампании
 - а) Тизер 1 - 42 рублей заявка / 2 заявки
 - б) Тизер 2 - 45 рублей заявка / 5 заявок
 - в) Тизер 3 - 60 рублей заявка / 1 заявка
 - г) Тизер 4 - Потрачено 80 / 0 заявок

*Показать таблицу

ВОРОНКА ПРОДАЖ

1. Клики - реклама
2. Заявки - сайт
3. Нет - продаж
4. Продажи - продажник - цена - утп - упаковка - конкуренты

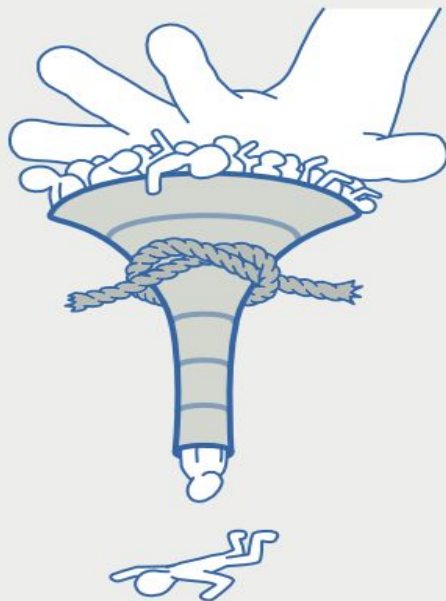
ВОРОНКА ПРОДАЖ

1. Так мы привыкли видеть Воронку продаж



ВОРОНКА ПРОДАЖ

2. Так воронка продаж выглядит на практике



ВЫГОРАНИЕ АУДИТОРИИ, ЧТО ДЕЛАТЬ?

Выгорание аудитории - когда люди видят одни и те же рекламные объявления, и одни и те же предложения услуг длительное время.

Симптомы: цена заявки повышается, конверсия лендинга падает, клиент стоит дороже

Как лечить?

1. Look-like аудиторией
2. Найти новую схожую аудиторию, через сервис сбора баз ретаргетинга
3. Изменить предложение



Надежда Зубкова сегодня в 2:53

Надежда Зубкова

1. До курса, было общее представление о таргетированной рекламе, о парсерах, об аналитике ЦА. Очень хотелось давно запустить рекламу, но был страх подвести Клиента, не оправдать затраты на рекламу. В общем все не решалась начать.

2. После обучения и очень большой практической работы на курсе, я могу спокойно запустить рекламу. Конечно, еще нужно практиковаться, но ребята смогли донести алгоритм, с которым стало намного проще и понятнее.

3. До проекта администрировала группы в команде фрилансеров. Вся работа по группам строилась на конкурсах репостов и написанию сообщений в личку. Хотелось начать вести группы более грамотно. Пыталась изучать таргетированную рекламу, но везде в основном теория.

Курс Таргетолог-профессионал - это теория совмещенная с практикой. Изучил - сделал. А в конце мощная рекламная кампания и не одна. И это здорово. Благодаря ребятам, я не только могу запустить рекламу, но и почувствовала удовольствие от рекламы, появился азарт!

Были моменты когда, что-то не получалось, когда были сомнения, но Антон дал еще и великолепную психологическую мотивацию. Очень благодарна ему за это.

Также хочется поблагодарить наших замечательных кураторов. Они все молодцы, очень внимательные, терпеливые. Каждый день была обратная связь.

Ребята, вы молодцы! Выстроили замечательный, очень полезный и эффективный курс. Я очень рада, что обучалась у вас!

Ответить

СПЛИТ ТЕСТЫ

1. Тестируем только картинки
2. Тестируем заголовки
3. Тестируем аудиторию
4. Тестируем текст

Дальше докручиваем объявления.

КАК ЭТО ДЕЛАТЬ? СПЛИТ ПО АУДИТОРИЯМ

Один заголовок, один текст, одна картинка - 4 аудитории

1. Аудитория - Слесари - 35 рублей заявка
2. Аудитория - МВД - 15 рублей заявка
3. Аудитория - Судьи - 55 рублей заявка
4. Аудитория - Предприниматели - 65 рублей заявка

Анализ результатов , по каждой аудитории.

*Показать пример

КАК ЭТО ДЕЛАТЬ? СПЛИТ ПО ЗАГОЛОВКАМ

Одна аудитория- например - повара - 5 заголовков - один текст

1. Повар?
2. Работаешь поваром?
3. Надоело работать поваром?
4. Зарабатываешь на готовке?
5. Как повару заработать на мерседес, не отходя от плиты

КАК ЭТО ДЕЛАТЬ? СПЛИТ ПО КАРТИНКАМ

Одна аудитория- один текст - 5 разных картинок (для промо постов можно делать сплит-тест по 2 картинкам)

СПЛИТ ТЕСТ ПО ВОЗРАСТУ

Вы делаете одинаковые рекламные объявления, можно иногда заменить картинку, если есть изображение мужчины и женщины

И тестируете, выбирая ту группу возрастов, которые вам нужны.

14-17

18-24

25-34

35-44

45-54

54-65



Наталья Миносян сегодня в 2:56

1. Результат до - абсолютный ноль в таргет, на вы с контентом, заголовками и соцсетями
2. Сложилась логическая цепочка построения работы, понимание анализа и настройки рекламы
3. Ура! Я сделала это, не бросила на пол пути)) хотя мой мозг сопротивлялся, объявлял саботаж и выдумывал всякие отговорки... а справиться помогли наставники и их команда. Огромная им благодарность! Лавина полезного контента, практика, практика... и постоянная обратная связь. Только благодаря обратной связи удалось справиться с заданиями и новой информацией. Кроме основной темы курса были открыты доступы к курсам не заявленным изначально и получили дополнительные навыки.

Ответить

СПЛИТ ТЕСТ ПО ПОЛУ

Вы делаете одинаковые рекламные объявления, можно иногда заменить картинку, если есть изображение мужчины и женщины.

На женщин - женская картинка - в некоторых случаях мужская.
На мужчин - мужская/женская работает и то и то.

СПЛИТ ТЕСТ ПО УСТРОЙСТВАМ И ПУТЕШЕСТВЕННИКАМ* (платежеспособные клиенты)

1. Тестируем один и тот же пост для владельцев IOS и отдельно Android.
2. Тестируем одно и то же объявление - на путешественников и обычных людей.
3. Тестируем на тех, у кого MAC OS или Window .

ОБЪЯВЛЕНИЕ СРАБОТАЛО, ЧТО ДЕЛАЕМ?

Если ваше объявление сработало и оно без персонализированного обращения. Вы можете его протестировать на другой аудитории.

*Показать пример

Если ваше объявление не сработало, то скорее всего неправильно выбрано обращение к аудитории.

ОБЪЯВЛЕНИЕ НЕ СРАБОТАЛО, ЧТО ДЕЛАЕМ?

Ориентируемся на те объявления, которые сработали и на ту аудиторию, которая дала результат.



НИЧЕГО НЕ СРАБОТАЛО, ЧТО ДЕЛАЕМ?

Нет неудач - есть обратная связь.

Если ничего не сработало, это значит проблемы могут быть в

1. В вашем предложении рынку - вы хотите продать
 - а) либо что-то слишком дорого
 - б) либо хотите продать сразу, а людям нужен тест-драйв
1. Вы выбрали не ту аудиторию
2. В вашем объявлении посыл, на который аудитория не отреагировала
3. Пересмотреть курс.





Лена Овсянникова сегодня в 3:08

Лена Овсянникова

До: делала контент и оформление в группах чисто интуитивно, пару раз попробовала таргетинг, естественно, слила бюджет))) О парсерах ничего не знала. Вернее знала, что существует Церебро, но не понимала, что это такое. Знала, что эта реклама должна работать и не понимала, почему она не сработала у меня.

После: легко ориентируюсь в видах ЦА, работе со ставками и форматами объявлений, попробовала все функции парсеров, понимаю, как формировать контент в группе и откуда брать аналитику, увидела на примере учебных кампаний, что таргет действительно работает и я уже могу его настраивать эффективно.

Отзыв: перед тем, как попасть к ребятам пересмотрела очень много бесплатных семинаров, но ничего не получила на них, кроме раздражения от количества воды и топорных попыток манипуляции мною от спикеров. Бесплатные трансляции ФАКа отличались от этого всего разительно. Далее звезды сошлись - был курс, на котором обещали дальнейшее сотрудничество, ребята даже на бесплатных трансляциях давали тонну полезной инфы, чем вызывали доверие, ну и жили в Питере, а у меня с Питером нежная любовь))) Результаты курса понятны из абзаца выше "после". Так же хочется отметить отношение к ученикам во время курса - всем помогали, всех поддерживали и доводили до результата. Все обещания, которые были даны на старте курса спикеры выполнили на 110%. Отличная воплощена идея с кураторством - мой куратор Юлия - человек огромного терпения и прекрасный учитель. Спасибо, Антон и Роман, за интересную программу, новую профессию и что оправдали все ожидания от курса!

Ответить

СТАНДАРТЫ ПРОФЕССИОНАЛОВ

1. от 40 промо-постов + 5-10 боковых форматов рекламы.
2. Протестировано минимум 5 аудиторий
3. индивидуальная маркировка каждого поста с помощью utm-меток
4. лимиты на каждом объявление
5. коды ретаргетинга на сайте
6. доступы к Я.Метрике и Я.Целям
7. запрашиваемый рекламный бюджет от 5000-10 000 рублей

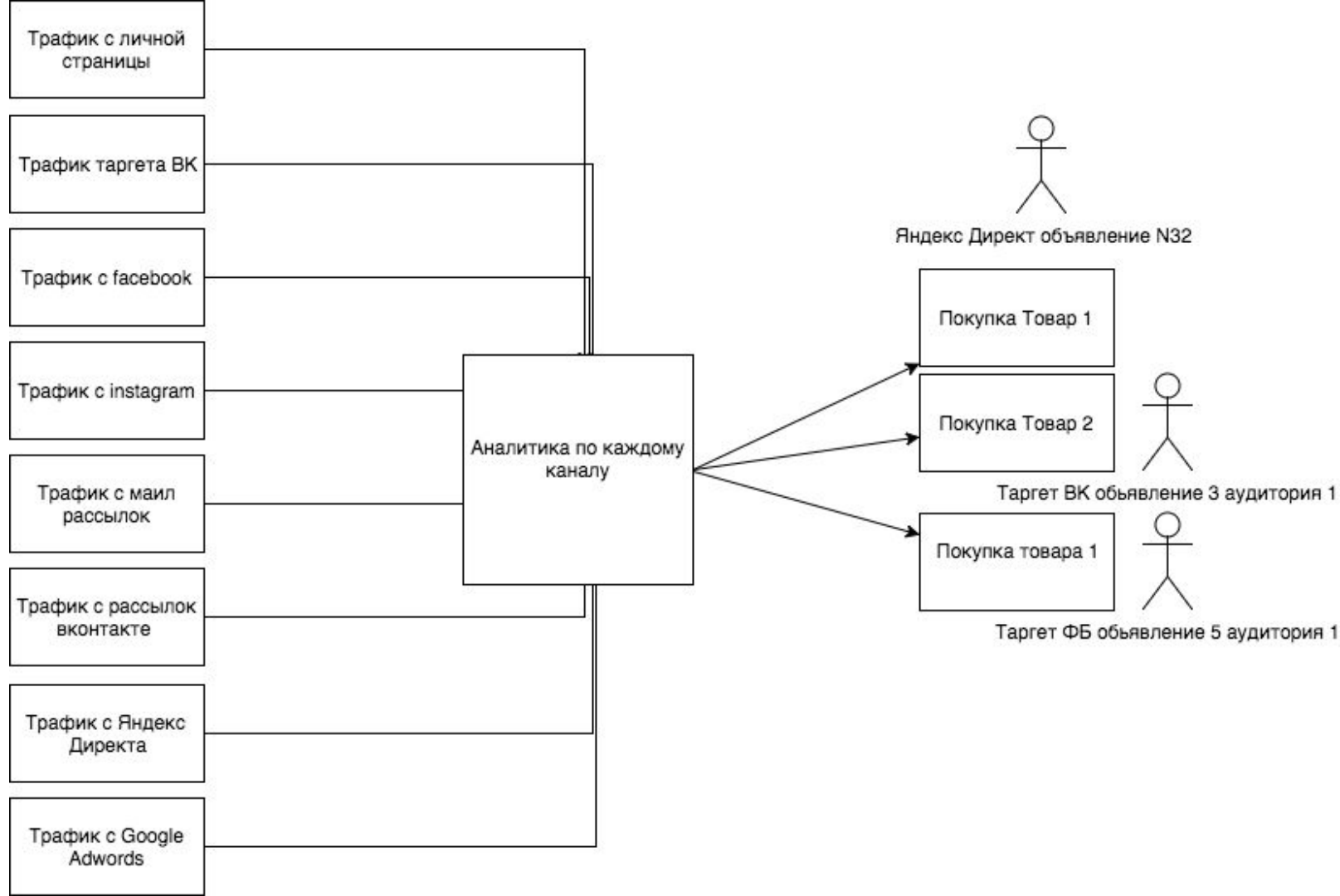


Цена среднего профессионала на рынке от 10 000 рублей за настройку.
Если берут меньше, задумайтесь.

ОТКУДА ПРИШЕЛ ВАШ КЛИЕНТ?



КАК ДОЛЖЕН ВЫГЛЯДЕТЬ ОНЛАЙН БИЗНЕС?



Андрей Ярощук. Результаты продвижения группы по ремонту одежды.

Было сделано:

Группа наполнена фото-, видео-материалами, добавлены товары и контакты. Размещены рекламные посты с акциями, реализовано активное ведение группы.

Проведен анализ аудитории конкурентов, найдена ЦА нашей тематики. С помощью рекламы появились новые участники, которых заинтересовала группа и они **в нее вступили (28 человек)**.

В результате:

В рекламную компанию вложено **660,55 руб.** Получен охват целевой аудитории и два реальных клиента, повышение активности в группе.



Руслан Вахитов. Дизайнерская облицовка бань и саун.

Ниша: элитная дизайнерская облицовка и декор бань и саун "под ключ"

Был сформирован портрет ЦА, разделен на сегменты и на каждый сегмент запущено 2-3 промо-поста.

В результате:

Потрачено: 688 рублей

Показов: 20 647

Переходов: 51

CTR: 0.247%

CPC: 13.49 рублей

Заработано чистыми около **200 000 рублей**.



КАК ВЫГЛЯДИТ ВАШ ПУТЬ?



Новичок

Заработок
0 рублей



Практикующий новичок

от **2000** до
15 000 рублей



Таргетолог- профессионал

от **15 000** до
45 000 рублей



Уверенный таргетолог

от **45 000** до
90 000 рублей



Мастер

от **90 000** до
120 000 рублей



Востребованный таргетолог

от **120 000** до
200 000 рублей

РЕЗУЛЬТАТЫ ПОСЛЕ КУРСОВ



Анна Дедова 31 мар 2018 в 17:45

Анна Дедова

1. До прохождения курса FAQ-маркетинг был курс в другом месте по SMM опыта работы не было в данной сфере совсем
2. Чувствую себя таргетологом в полной мере)
3. Курс был для меня сложным, но очень интересным. Очень понравилась системы обучение, много практики, как и было обещано. Много обратной связи, что немаловажно в режиме онлайн. Хороший состав кураторов, которые очень, просто очень выручают, когда наступают моменты отчаяния (бывает и такое). Ну и конечно же нельзя не сказать про Антона, который строг не смотря не возраст) и спрашивает с вас как-будто пед стаж 40 лет))) Мне очень понравилось все и общение в эфирах и ответы на вопросы, а главное я получила, то за чем пришла! У меня есть новая профессия. Я -Таргетолог! Главное багаж знаний, который я знаю где и как смогу применить. Курс действительно был уникальный, прощались, как после 11 лет школы. Курс помог не только освоить новую профессию, но еще и открыть новый этап в моей жизни.

Ответить



Анна Шабалина 31 мар 2018 в 17:52



Анна Шабалина

1. Результат до: общее представление о таргетированной рекламе
2. Результат после: Понимание алгоритма настройки таргетированной рекламы. Навыки настройки и ведения рекламной кампании.

3. Спасибо большое всей команде ФакМаркетинг за курс!!! Огромное спасибо Антон! Почему-то мне кажется, это был уникальный курс! Это было очень круто!!! 2,5 месяца бессонных ночей, желание все бросить, но ещё большее желание дойти до конца! Я - ТАРГЕТОЛОГ!!! Друзья спрашивают, что это за зверь? А я с гордостью рассказываю, что я умею и какие цели собираюсь достичь! Конечно же, я очень хочу попасть в Вашу команду! Спасибо всем кураторам, в особенности нашей Кристине! Так же отдельное спасибо за дополнительные бонусы по фейсбуку и инстаграму! Уверена, начался новый этап в моей жизни!

Ответить





Людмила Берестенникова 31 мар 2018 в 18:12

Людмила Берестенникова

1. Результат до: теоретические знания о таргетированной рекламе, первые не слишком удачные опыты
2. Результат после: Практический опыт ведения рекламной кампании, четкий алгоритм настройки РК, первые положительные результаты
3. Спасибо огромное команде ФАК Маркетинг за курс! Антон, Роман, вы прекрасные спикеры. Отличная подача материала, много практических советов, много ценных фишек, все онлайн, без отвлеченной теории. После уроков - остается ощущение "ВАУ!! Круто!!!" Отдельная благодарность команде кураторов за поддержку! Обучалась до этого на курсе - так ответа от преподавателя можно было ждать 2-3 дня 😞 Понимаю, что есть куда еще расти, но вижу огромный прорыв в знаниях и умениях после курса. Уверена, начался новый этап в моей жизни!

Ответить



Виталий Кухтинов 31 мар 2018 в 18:35

1. До прохождения курса несколько раз пытался продвигать услуги в рекламном кабинете ВК, но результата как такового не было, люди кликали и сливался бюджет, а продаж не было и это был мой страх перед рекламой в соцсетях.

2. Я победил свой страх и стал таргетологом))).

3. На курсе я узнал, как подбирать рекламную картинку, как оформлять на ней текст и какой, как настроить правильно рекламную кампанию, провести тест и вести дальнейший анализ, когда объявление сработало, когда объявление сработало, когда нет и что с ним делать. Где брать ЦА (я всегда не понимал этот момент, но во время курса опытные кураторы и спикеры помогли мне понять), материал, когда рекламироваться дни недели и время, что такое кейс и как с ними работать. В общем та сумма которую я инвестировал в себя на этом курсе составляет тысячную часть от общей стоимости того багажа знаний данных мне командой FAQMARKETING.

Ответить



Евгений Байбаков 31 мар 2018 в 18:44

Огромное спасибо Всей команде FAK Маркетинг, группу поддержки и обеспечения ! Правда, Все круто! Столько нового узнал . Много всего дополнительного узнал. Не все красиво получается и есть небольшие пробелы , но столько материала, столько фишек и личного опыта, сам себе завидую, что у вас учился! Отдельная благодарность кураторам! Больше всего на разных этапах со мной мучались ,но добивались результатов: Дарья Аверкина, Юлия Варшавская и Максим Харитонов, спасибо за чуткость , терпение и поддержку. Я всем очень благодарен. Спасибо, я уже всем давно рекламирую. что дают настоящие знания без воды!

Ответить



Сергей Волков 31 мар 2018 в 19:08

1. Результат до: Небольшой опыт ведения группы в ВК, теоретические знания о таргетированной рекламе и одна не совсем удачная рекламная компания.
2. Результат после: Практический опыт ведения рекламных кампаний, понимание алгоритма настройки РК, первые положительные результаты, появилась уверенность в своих силах.
3. Спасибо команде ФАК Маркетинг и особенно Антону и Роману за всю проделанную работу! Много практических советов, много ценных фишек, точная и персональная обратная связь. Огромная благодарность команде кураторов за поддержку и терпение! Спасибо за дополнительные бонусы по упаковке, фэйсбуку, инстаграму. Вижу большой скачок в своих знаниях и навыках после курса, но знаю, что нужно еще расти. И, есть большое желание попасть в Вашу команду!

Ответить



Антонина Хиля 31 мар 2018 в 19:43

Антонина Хиля. До курса отдавала таргет на аутсорсинг, заявок не было.

Результат после: получила алгоритм ведения рекламной кампании, научилась делать иллюстрации, писать тексты, протестировала разные гипотезы и аудитории, поняла сколько для меня должна стоить рекламная кампания. Антон и Роман - прекрасные специалисты в предмете и отличные лекторы. Кураторам тоже большое спасибо за работу!

[Ответить](#)



Ксения Станкевич 31 мар 2018 в 21:07

Станкевич Ксения

1. Результат до: общее представление о таргетированной рекламе вконтакте и 1 неудачная настройка рекламной кампании
2. Результат после: понимание что такое таргетинг Вконтакте, как настраивать рекламную кампанию, как вести её, как анализировать.

Одна удачно проведенная рекламная кампания (во время прохождения курса) - собирала людей на бесплатный вебинар по ландшафтному дизайну, за 4 с половиной дня - 284 регистрации по 18 р., к сожалению итоговое число присутствующих клиент еще не сообщил.

3. Спасибо огромное всей команде ФАК Маркетинг за их фундаментальный подход к обучению, качественную и быструю обратную связь, дружественную обстановку. В курсе очень много практики, как и обещали! Спасибо ,Антону, за интересные лекции, на которых не хочется спать и за кучу полезной информации! Спасибо моему куратору - Кристине, которая постоянно была на связи!

Настроение перемен и нового пути, чувствую уверенность в своих силах как специалист. Очень рада присоединиться к такой сильной и дружной кампании!

Ответить



Юлия Бутусова 31 мар 2018 в 22:34

Юлия Бутусова

До прохождения курса ни то, что бы настраивать, а даже заходить в свой рекламный кабинет не могла. Сейчас я владею полным циклом настройки таргетированной рекламы. От поиска ЦА до запуска РК и ее анализа.

Спасибо огромное, команда ФакМаркетинг. Спасибо Антону за интересные лекции и доступный формат обучения, на примерах и фактах. За качественную обратная связь. А также всем кураторам, за помощь поддержку и терпение! Это действительно профессионалы своего дела. Желаю процветания и успехов всей команде!

Ответить



Марина Козырева 1 апр 2018 в 0:26

Марина Козырева До: Теоритические знания онлайн маркетинга и СММ с других курсов, был какой-то ступор что с этими знаниями делать дальше После: Полное понятие о таргетированной рекламе и онлай маркетинге, что и как делать пошагово Отзыв: Качество обучение превзошло все ожидания, точно нет необходимости переучиваться, очень хороший старт для начала работы Таргетологом, и главное не пропал интерес к онлайн маркетингу, и есть желание расти дальше, опять же благодаря тому как ребята мотивировали и преподносили информацию, я очень рада что прошла этот курс, ребята с такой душой относятся в своему делу, и своим ученикам, что их реально беспокоит твои результаты, я прошла много курсов, такой встретила впервые, и одно ощущение что ты не один на один с новыми знаниями которые никак не хотели усваиваться этого уже бесценно. Отдельное спасибо кураторам, такую обратную связь я тоже встретила впервые, на любой твой вопрос получала ответ мгновенно, такое чувство что я вместе с вами прожила эти 3 месяца в одном месте)))

Ответить

♥ 1



Мария Мурашова вчера в 22:12

Итак, вот, что я могу сказать о курсе «Таргетолог-профессионал»:

До курса у меня был опыт работы с социальными сетями, но не с таргетированной рекламой. Меня пугали и говорили, что это очень сложно, нужен большой анализ, ничего непонятно и пр. Но меня почему-то привлекала именно реклама в социальных сетях. Ведь это здорово попасть в потребности человека, показать ему не назойливую рекламу, а именно то, что ему надо.

После курса у меня появилась уверенность, что я двигаюсь в правильном направлении. У меня стало получаться настраивать рекламу, получать отклик на свои объявления. Не скажу, что я стала профи, но теперь мне понятно куда двигаться дальше, чтобы развиваться в этом направлении. И я, если честно, очень тащусь от всего процесса - от начала формирования креативов, сбора аудиторий и до запуска рекламы, выставления ставок, анализа и прочего. То, что казалось невероятно трудным оказалось понятным (но непростым, мозги включать надо все равно).

Мне очень понравилось как был выстроен курс. Я думала, что учиться онлайн - это сложно. Потому что иногда в живом-то общении многое непонятно, а тут через компьютер. Оказывается, если есть четкая система организаторов и кураторов, то это даже увлекательно. Мне очень понравилось учиться на курсе и этот курс 100% стоит своих денег. Еще было очень приятно, что ребята нежадные. Во-первых, были готовы отвечать на все вопросы, во-вторых продлили обучение (чему я очень была рада), в-третьих дали доступ к другим своим курсам, которые помогали в основном курсе. Я очень рада, что когда-то я сама случайно стала ЦА ребят и прошла по рекламной ссылке, спасибо вам за курс. Вы супер-молодцы и, пожалуйста, оставайтесь такими же, подавайте пример другим :)))

Ответить



Дмитрий Пустовитов вчера в 22:57

Дмитрий Пустовитов

1. Не качественно умел работать с таргетом, в основном только сливал бюджет.
2. На 3-ей неделе курса продал эксклюзивный товар клиента цена 1-5000 продал 5 шт. На 25000, благодаря тому что нашел всех парней моего города и сделал им рекламу, чтобы они сделали подарок на 8 марта! Меня научили работать с парсерами и клиентами! Спасибо, мой отзыв 5+!!!! Спасибо Антону Михайлову и нашим кураторам, что научили нас этой работе!!!

Ответить



Надежда Зубкова сегодня в 2:53

Надежда Зубкова

1. До курса, было общее представление о таргетированной рекламе, о парсерах, об аналитике ЦА. Очень хотелось давно запустить рекламу, но был страх подвести Клиента, не оправдать затраты на рекламу. В общем все не решалась начать.

2. После обучения и очень большой практической работы на курсе, я могу спокойно запустить рекламу. Конечно, еще нужно практиковаться, но ребята смогли донести алгоритм, с которым стало намного проще и понятнее.

3. До проекта администрировала группы в команде фрилансеров. Вся работа по группам строилась на конкурсах репостов и написанию сообщений в личку. Хотелось начать вести группы более грамотно. Пыталась изучать таргетированную рекламу, но везде в основном теория.

Курс Таргетолог-профессионал - это теория совмещенная с практикой. Изучил - сделал. А в конце мощная рекламная кампания и не одна. И это здорово. Благодаря ребятам, я не только могу запустить рекламу, но и почувствовала удовольствие от рекламы, появился азарт!

Были моменты когда, что-то не получалось, когда были сомнения, но Антон дал еще и великолепную психологическую мотивацию. Очень благодарна ему за это.

Также хочется поблагодарить наших замечательных кураторов. Они все молодцы, очень внимательные, терпеливые. Каждый день была обратная связь.

Ребята, вы молодцы! Выстроили замечательный, очень полезный и эффективный курс. Я очень рада, что обучалась у вас!

Ответить



Наталья Миносян сегодня в 2:56

1. Результат до - абсолютный ноль в таргет, на вы с контентом, заголовками и соцсетями
2. Сложилась логическая цепочка построения работы, понимание анализа и настройки рекламы
3. Ура! Я сделала это, не бросила на пол пути)) хотя мой мозг сопротивлялся, объявлял саботаж и выдумывал всякие отговорки... а справиться помогли наставники и их команда. Огромная им благодарность! Лавина полезного контента, практика, практика... и постоянная обратная связь. Только благодаря обратной связи удалось справиться с заданиями и новой информацией. Кроме основной темы курса были открыты доступы к курсам не заявленным изначально и получили дополнительные навыки.

Ответить



Лена Овсянникова сегодня в 3:08

Лена Овсянникова

До: делала контент и оформление в группах чисто интуитивно, пару раз попробовала таргетинг, естественно, слила бюджет))) О парсерах ничего не знала. Вернее знала, что существует Церебро, но не понимала, что это такое. Знала, что эта реклама должна работать и не понимала, почему она не сработала у меня.

После: легко ориентируюсь в видах ЦА, работе со ставками и форматами объявлений, попробовала все функции парсеров, понимаю, как формировать контент в группе и откуда брать аналитику, увидела на примере учебных кампаний, что таргет действительно работает и я уже могу его настраивать эффективно.

Отзыв: перед тем, как попасть к ребятам пересмотрела очень много бесплатных семинаров, но ничего не получила на них, кроме раздражения от количества воды и топорных попыток манипуляции мною от спикеров.

Бесплатные трансляции ФАКа отличались от этого всего разительно. Далее звезды сошлись - был курс, на котором обещали дальнейшее сотрудничество, ребята даже на бесплатных трансляциях давали тонну полезной инфы, чем вызывали доверие, ну и жили в Питере, а у меня с Питером нежная любовь))) Результаты курса понятны из абзаца выше "после". Так же хочется отметить отношение к ученикам во время курса - всем помогали, всех поддерживали и доводили до результата. Все обещания, которые были даны на старте курса спикеры выполнили на 110%. Отличная воплощена идея с кураторством - мой куратор Юлия - человек огромного терпения и прекрасный учитель. Спасибо, Антон и Роман, за интересную программу, новую профессию и что оправдали все ожидания от курса!

Ответить



Светлана Григорьева сегодня в 14:18

Светлана Григорьева

До курса: Я вела 2 группы, не регулярно заполняла контентом. Была недовольна тем, что я зову народ на замечательные мероприятия, а народ этого не видит!!!! А могли бы видеть, приходить и тестировать замечательную продукцию, затем ее покупать и я бы была счастлива такому благодарному потоку клиентов)

После курса: Мое сознание изменилось! Это не просто таргетинг - это осознание всемогущества - когда я понимаю, что я могу любого человека найти и донести до него информацию! И фраза и картинка так могут зацепить, что человек не только перейдет в группу, вступит, но и встретится лично и сделает покупку.

Буквально с одного объявления- опроса из 21й девушки пришло на личную встречу 2 и одна из них купила услугу за 2500р. А это всего лишь один опрос! Дальше будет круче.

Я научилась составлять фразы в объявления, делать цепляющие картинки, парсить, настраивать рекламу (до этого вообще не знала, где в ВК рекламный кабинет). Умею привлекать народ на подписку, заявку, собирать народ на мероприятие.

Отзыв: Курс очень понравился. По-началу мне было очень сложно. По времени я не успевала, с разницей во времени 4 часа (я из Новосибирска) мне практически не удавалось попадать на эфиры, но это из-за моей личной загруженности. Всегда есть куратор, который поможет и подскажет. Даже даст пендель, чтобы каждый участник делал задание, сам ручками своими, сидел и кропел. Это работа, целая профессия. Я ее освоила, буду применять на своих проектах. Конечно хочется в команду таких крутых ребят. После обучения мне стало не хватать Антона, его разбора объявлений каждого участника, его трепетного и внимательного (иногда даже дотошного:)) отношения к обязательной окупаемости рекламы и т.д. В общем, рекомендую!

Ответить





Наталья Иseeва сегодня в 20:25

Наталья Иseeва

1. Результат до: общее представление о таргетированной рекламе ВКонтакте, несколько попыток настроить РК с переменным успехом. Самая первая настройка - это слитые чужие 500 рублей за очень короткий промежуток времени)). Да здравствуют лимиты, про которые помню теперь всегда.

2. Четкое понимание алгоритма действий при настройке РК, практический опыт (что очень ценно), положительные результаты, которые придают уверенности в собственных силах, умение работать с парсерами.

3. Я очень благодарна Антону и Роману и всей команде кураторов ФАК Маркетинга. У Антона потрясающий педагогический дар, материал вкладывался в голову системно и понятно объяснялся. У Романа огромный запас терпения, в течение довольно продолжительных занятий настроение не снижалось). Вообще ребята обладают потрясающим терпением и, в тоже время, достаточно требовательны. Каждому подробная обратная связь. Команда кураторов - грамотные и доброжелательные ребята, всегда придут на помощь, поддержат и подскажут. В течение всего курса не покидало ощущение, что вот ждешь примерно столько, но получаешь в несколько раз больше. Очень много материала ребята давали бонусом. Нам очень повезло, что ребята оказались не только прекрасными преподавателями, но и специалистами-практиками, чему и нас научили! Успехов вам! Я на вас прямо под села за 2,5 месяца, вот появился кусок свободного времени, мне бы радоваться, а я маюсь)))

Ответить

Парсинг аудитории ВКонтакте от А до Я при заказе и оплате курса “Алые Океаны”



За 2 дня Вы научитесь собирать и находить любые комбинации и виды аудиторий, которые есть ВКонтакте, даже если Вы впервые слышали слово парсер

Ценность: 10 000 рублей