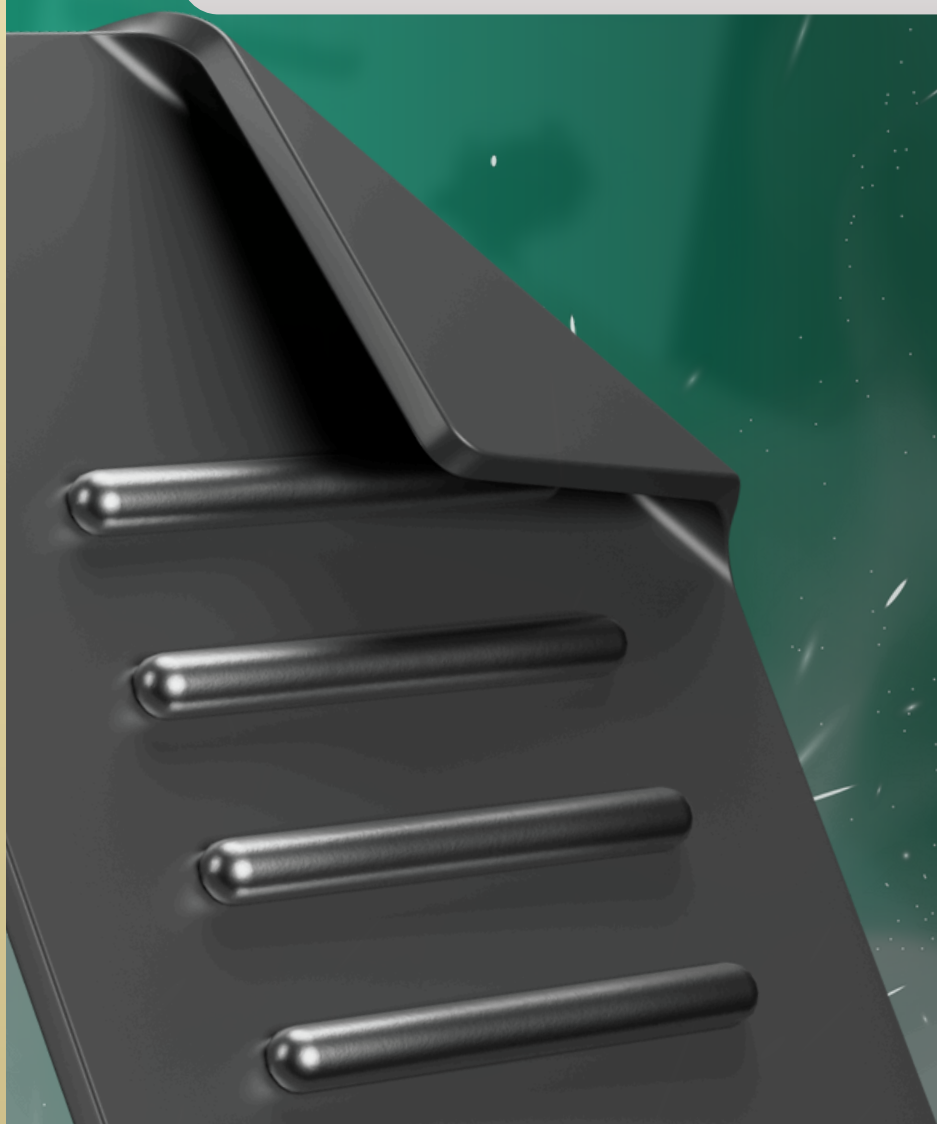


# ПРОГРАММА КУРСА

**“Социальные сети на результат  
2.0”**



# КУРС С 15 НОЯБРЯ - 26 ЯНВАРЯ

После завершения этого курса Вы будете обладать глубокими знаниями стратегического маркетинга и необходимыми инструментами для успешного продвижения в социальных сетях. Вы сможете разработать и реализовать эффективные стратегии, адаптированные под свой бизнес и целевую аудиторию, что значительно увеличит вероятность успеха в своих маркетинговых усилиях.

## РАСПИСАНИЕ НА НОЯБРЬ-ДЕКАБРЬ

ДАТА	НАЗВАНИЕ	УРОКИ
15 НОЯ - 17 НОЯ	СТАРТУЕМ!	1. Знакомство
		2. Фиксация ДО
		3. Заполнение анкеты
		4. Знакомство
		5. Расписание
<i>организационные моменты</i>		
18 НОЯ - 24 НОЯ	БЛОК 1: ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ И УПРАВЛЕНИЕ  СТАРТ С КОМАНДОЙ ИЛИ БЕЗ	1. С чего начать самостоятельную работу. Когда нужна команда
		2. Зачем нужна команда для продвижения в социальных сетях?
		3. Как определить состав команды для вашего бизнеса? Роли и ответственности в SMM-команде Кто такие SMM-менеджер, контент-менеджер, графический дизайнер, аналитик и др.?
		4. Как правильно распределить обязанности и ожидания?
		5. Поиск и отбор SMM-специалистов Где искать подходящих кандидатов? (платформы, сообщества)
		6. Как провести собеседование и оценить навыки SMM?
БЛОК 2: ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА  ФОРМИРУЕМ ФУНДАМЕНТ	Анализ ЦА. Как с ним работать.	
		БЛОК 3: АЛГОРИТМЫ СЕТЕЙ  СТАРТУЕМ В ИНСТАГРАМ*
1. История сети и прогноз на будущие реалии.	2. Алгоритмы работы, как управлять охватами и продажами.	3. Продающая упаковка. Как грамотно упаковать социальные сети.

\*МЕТА - Запрещенная на территории РФ организация.

ДАТА

НАЗВАНИЕ

УРОКИ

БОНУС



СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОФФЛАЙН  
ПРОЕКТА (ДЕТСКИЙ ЦЕНТР, САЛОН  
КРАСОТЫ, МАГАЗИН И Т.П.)

23.11.2024

13.00 - 15.00 ПО МСК

ZOOM

ЗНАКОМСТВО. ОНЛАЙН  
УРОК ПО СМЫСЛАМ

Живые разборы и знакомство участников.

Формирование первых гипотез по продвижению

25 НОЯ - 1 ДЕК

БЛОК 1: ФОРМИРОВАНИЕ  
КОМАНДЫ И УПРАВЛЕНИЕ

УСИЛИВАЕМ  
РЕЗУЛЬТАТ

1. 1 месяц работы самый важный. Как понять, что будет результат?

2. Когда ждать результат и как он выглядит?

3. Организация работы внутри вашего проекта. Кто отвечает за контент?

БЛОК 2: ОСНОВЫ  
СТРАТЕГИЧЕСКОГО  
МАРКЕТИНГА

ФОРМИРУЕМ  
ФУНДАМЕНТ

1. Анализ конкурентов = конкурентное преимущество.

2. Смыслы бренда или распаковка личная? Когда что нужно делать?

БЛОК 3: АЛГОРИТМЫ  
СЕТЕЙ

ВИДЕО  
ПРОДВИЖЕНИЕ

1. Видео продвижение: зачем оно нужно и как оценить результат.

2. Что такое сторителлинг и как он управляет продажами.

3. Почему рилзы не набирают просмотры, или залетевший ролик не приносит клиентов?

4. Продающая упаковка. Как грамотно упаковать социальные сети. Разборы участников.

5. Что такое контент план и как с ним работать? Почему контент план под ключ не приносит клиентов.

6. Видео формат на разных площадках: сходства и отличия. Нужен ли для каждой площадки свой ролик или можно дублировать?

7. Стратегия продвижения через видеоформат.

28.11.2024

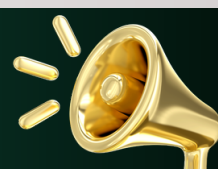
16.30- 19.30 ПО МСК

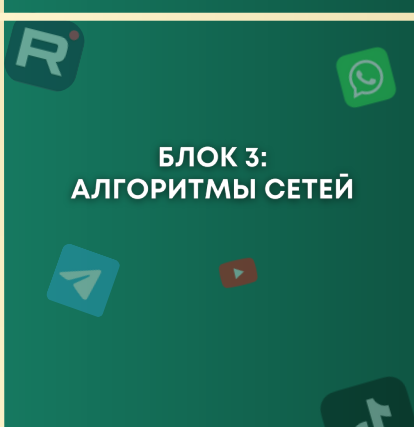
ZOOM

для ВИП участников

ПОСТРОЕНИЕ КОМАНДЫ И  
СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ.

ДАТА	НАЗВАНИЕ	УРОКИ
2 ДЕК - 8 ДЕК	<p>БЛОК 1: ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ И УПРАВЛЕНИЕ</p> <p>НЕЙРОСЕТИ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обзор и регистрация</li> <li>2. Формирование контента и стратегии продвижения с помощью нейросетей.</li> <li>3. Заменить ли команду искусственным интеллектом?</li> </ol>
	<p>БЛОК 2: ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА</p> <p>ФОРМИРУЕМ СТРАТЕГИЮ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Система формирования стратегии через полученные исследования.</li> <li>2. Контент стратегия. Как ее формировать и использовать.</li> </ol>
	<p>БЛОК 3: АЛГОРИТМЫ СЕТЕЙ</p> <p>В КОНТАКТЕ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История формирования сети.</li> <li>2. Алгоритмы.</li> <li>3. Обзор инструментов.</li> <li>4. Продающая упаковка.</li> <li>5. Маркировка рекламы.</li> </ol>
09.12.2024 14.00- 16.00 ПО МСК	МАСТЕРМАЙНД ПО ПОСТАНОВКЕ ЦЕЛЕЙ НА 2025Г. ДЛЯ ВИП	СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОШАГОВОГО РОСТА
9 ДЕК - 15 ДЕК	<p>БЛОК 1: ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ И УПРАВЛЕНИЕ</p> <p>АНАЛИТИКА И ОТЧЕТЫ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как и где смотреть аналитику. Показатели работы.</li> <li>2. Таблицы для аналитики и формирования плана.</li> <li>3. Отчет команды о результатах и работе.</li> </ol>
	<p>БЛОК 2: ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА</p> <p>ПРОДУКТОВАЯ ЛИНЕЙКА</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как понять, что твой продукт нужен и востребован?</li> <li>2. Что такое кастдев и интервью. Расшивка результатов.</li> <li>3. Формирование плана продаж.</li> </ol>
	<p>БЛОК 3: АЛГОРИТМЫ СЕТЕЙ</p> <p>КОПИРАЙТИНГ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы написания текстов для разных сетей.</li> <li>2. Стратегический копирайтинг. Лайфхаки и приемы удержания и продаж.</li> </ol>
16 ДЕК - 22 ДЕК	ГИПОТЕЗА ТЕСТ	НЕДЕЛЯ ПОДГОТОВКИ НОВОГОДНЕГО КОНТЕНТА. РАБОТА В ЧАТАХ, ОЦИФРОВКА ПЕРВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ
<p><b>ОКОНЧАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ТАРИФА “Я ПОСЛУШАТЬ”</b></p>		



ДАТА	НАЗВАНИЕ	УРОКИ
21.12.2024 14.00- 16.00 ПО МСК	<b>ZOOM</b> для всех участников <b>НОВОГОДНИЙ КОНТЕНТ</b>	Правила публикаций с 1 ноября по 1 февраля.  Как заработать и не упасть в минус.
	<b>БЛОК 1: ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ И УПРАВЛЕНИЕ</b>  <b>ЮРИСТ О ФОРМИРОВАНИИ КОМАНДЫ</b>	1. Документы по работе с фрилансерами (универсальные). 2. Маркировка рекламы. 3. Авторские права. 4. Регистрация товарного знака. 5. Режимы налогообложения.
23 ДЕК - 12 ЯНВ	<b>БЛОК 2: ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА</b>	1. Как рассчитать бюджет на работу с смм и рекламу. 2. Финансовая грамотность, которая уберезет от кассового разрыва. 3. Финансовый учет для начинающих.
	 <b>БЛОК 3: АЛГОРИТМЫ СЕТЕЙ</b>	1. Ватсап. 2. Телеграм упаковка. 3. Телеграм продвижение и формирование контента. 4. Ютьюб и рутьюб. 5. Тикток и другие площадки.
	<b>БОНУС</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ МОНТАЖ РОЛИКОВ И СТОРИЗ</li> <li>✓ ДИЗАЙН В УПАКОВКЕ.</li> <li>✓ УПАКОВКА ОТЗЫВОВ И ФОРМИРОВАНИЕ КЕЙСОВ</li> </ul>	

## РАСПИСАНИЕ НА ЯНВАРЬ-ФЕВРАЛЬ

13 ЯНВ - 19 ЯНВ	<b>БЛОК 1: ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ И УПРАВЛЕНИЕ</b>  <b>РЕКЛАМА</b>	1. Кто такой таргетолог. Отчетность и ключевые взаимодействия. 2. Как понять что реклама не работает, а таргетолог сливает деньги. 3. Кто такой директолог? 4. Обзор рекламы на яндексе. 5. Маркетинговая стратегия для успешных рекламных кампаний. 6. Сезонность в рекламе. Когда запускать?
-----------------	--	---

ДАТА	НАЗВАНИЕ	УРОКИ
23.01.2025 16.00- 19.00 ПО МСК		7. Как посчитать бюджет на рекламу?
		8. Аналитика. Цифры все покажут.
	БЛОК 2: ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА  РЕКЛАМА. МАРКЕТИНГ. ПРОДАЖИ	1. Что входит в понятие РЕКЛАМА и как ей управлять.
		2. Маркетолог и продажник. Как помирить не примиримое?
		3. Кто должен отвечать за продажи?
		4. Лайфхаки в продажах.
	БЛОК 3: АЛГОРИТМЫ СЕТЕЙ  ФОРМИРОВАНИЕ НАСМОТРЕННОСТИ	1. Что такое насмотренность и кому она нужна.
		2. Инфлюенсеры как с ними работать.
	ЗООМ для VIP участников  ПРОДВИЖЕНИЕ ОФФЛАЙН	1. Стратегия продвижения оффлайн.
		2. Воронки на социальные сети.
3. Доводим стратегию до совершенства.		

20 ЯНВ - 30 ЯНВ

- ✓ СДАЧА СТРАТЕГИЙ
- ✓ ЗАПОЛНЕНИЕ АНКЕТ
- ✓ ВЫДАЧА СЕРТИФИКАТОВ
- ✓ ФОРМИРОВАНИЕ КОНЕЧНОЙ СТРАТЕГИИ И УПАКОВКИ
- ✓ ЗАЩИТА ПРОЕКТА

1 ФЕВРАЛЯ 2025



**ВЫПУСКНОЙ. РОЗЫГРЫШ ПОДАРКОВ**

27 ФЕВРАЛЯ 2025

- ✓ ОЦИФРОВКА РЕЗУЛЬТАТОВ ТРЕТЬЕГО САМОСТОЯТЕЛЬНОГО МЕСЯЦА
- ✓ КОРРЕКТИРОВКА СТРАТЕГИИ И СОСТАВА КОМАНДЫ