

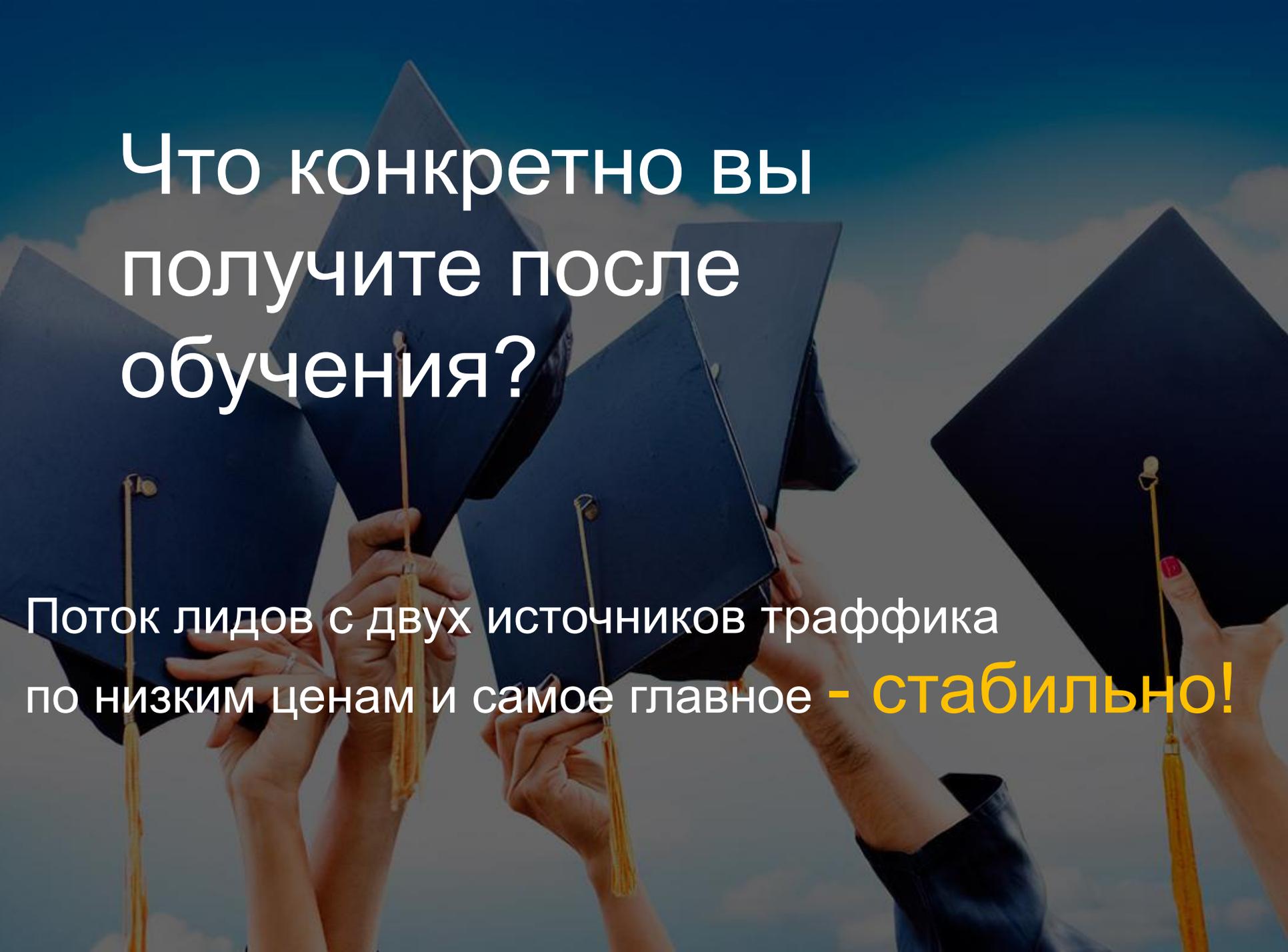
КОУЧИНГ

ПО FACEBOOK И MYTARGET

Формат обучения

1. 2 сессии в неделю (понедельник и четверг) в комнате Gotomeeting (живое общение)
2. 2 воркшопа в неделю (проверка Д/З) в комнате Gotomeeting (живое общение)
3. Всегда в конце сессии Вопрос – ответ
4. Чат в телеграм для поддержки друг друга
5. Возможность обращаться ко мне в личные сообщения на протяжении обучения.
6. После каждой сессии вам будет предоставлена запись

НОВЫЙ ФОРМАТ: Я ДЕЛАЮ, ВЫ
ПОВТОРЯЕТЕ

A background image showing several hands holding up black graduation caps with gold tassels against a blue sky with light clouds. The caps are held at various heights and angles, creating a sense of celebration and achievement.

Что конкретно вы
получите после
обучения?

Поток лидов с двух источников траффика
по низким ценам и самое главное - **стабильно!**

ЧТО БУДЕТ НА

СЕССИЯ 1: Facebook КОУЧИНГЕ?

1.1 Знакомство

1.2 4 стратегии работы, выбираем оптимальную

1.3 Топ 5 вариантов для поиска идей товаров

1.4 Нюансы выбора товара или как не убить свой бюджет еще на старте

1.5 Находим поставщиков на выбранные товары

В Украине

В России

1.6 Поиск сайтов под выбранные товары

1.7 Парсинг сайтов, что это такое, для чего нужно?

1.8 Правки кода, экономим свой бюджет

1.9 Установка счетчиков аналитики

Google Analytics

Top mail

Vk pixel

Facebook pixel

1.10 Настройка целей

Сессия №2 (Facebook)

2.1 Facebook

2.2 5 фактов о соц. сети Facebook, которые взорвут ваш мозг

2.3 Что такое Facebook с точки зрения рекламы

2.4 Аудитория, которая обитает в Facebook-е

2.5 Категории товаров, которые продаются в Facebook

2.6 Категории товаров, которые не продаются в Facebook

2.7 Русский интерфейс VS английский

2.8 За что банит Facebook?

2.9 Как обойти баны Facebook?

2.10 Что делать если все-таки уже забанили рекламный аккаунт

2.11 Важность личной страницы в Facebook. Нюансы разгона.

2.12 Фан страница. 5 фишек, которые улучшат ваш конверт

2.12 Как сделать из ФАН страницы продающий ИМ, а не Википедию

2.13 Вопрос-ответ

2.14 Домашнее задание

Сессия №3 (Facebook)

- 3.1 2 варианта управления рекламными аккаунтами в Facebook. Плюсы и минусы
- 3.2 Стратегия больших объемов в Facebook-е
- 3.3 Создание рекламного аккаунта в Facebook
- 3.4 Разбор по «косточкам» рекламного аккаунта
- 3.5 Добавление способа оплаты
- 3.6 Аудитории в Facebook, для чего нужны и как повышают конверт.
- 3.7 Пиксель Facebook. Установка и разбор
- 3.8 ТОП 5 ошибок при использовании пикселя
- 3.9 Зачем нужны «Индивидуально настроенные конверсии».
- Оберегаем пиксель от хлама
- 3.10 Вопрос-ответ
- 3.11 Домашнее задание

Сессия №4 (ЧАСТЬ 1)

- 4.1 5 форматов рекламы в Facebook. Плюсы и минусы
- 4.2 Сплит-тест - пожиратель бюджета
- 4.3 Общие внутренние настройки
- 4.4 Индивидуально настроенные аудитории – повышаем конверт
- 4.5 Правильное использование ГЕО, ошибки и нюансы
- 4.6 Возраст целевой аудитории аудитории
- 4.7 Пол целевой аудитории, разрушаем стереотипы
- 4.8 Детальный таргетинг – аудитории + пример к каждой аудитории
- 4.9 Стратегия поиска целевой аудитории. Семантика + интересы
- 4.10 Опция «Расширять интересы», когда стоит использовать
- 4.11 Типы устройств и виды плейсмента. Плюсы и минусы каждого
- 4.12 Оптимальный дневной бюджет. Просчитываем

Сессия №4 (ЧАСТЬ 2)

- 4.13 Бюджет на день или бюджет на срок?
- 4.14 Важные моменты в оптимизации для показов
- 4.15 Стратегия ставок, какую выбрать
- 4.16 Тип доставки или как не слить бюджет в пельменную
- 4.17 5 форматов рекламных объявлений. Полный разбор каждого из форматов
- 4.18 ТОП 6 фишек повышающих CTR в креативах.
- 4.19 Ошибки в креативах, которые сведут тесты на 0
- 4.19 Поиск креативов под каждый формат объявлений
- 4.20 Поиск текстов под каждый формат объявлений.
- 4.21 3 правила написания текстов с заоблачным CTR и конвертом
- 4.22 Что такое ЮТМ метки, для чего нужны. Правильное написание ЮТМ меток в ссылке
- 4.23 Вопрос-ответ
- 4.24 Домашнее задание

Сессия №5 (Facebook)

- 5.1 7 стратегий для теста товара
- 5.2 Must Have в аудиториях для вашего товара
- 5.3 20 примеров аудиторий, которые конвертили у меня
- 5.4 Выводим оффер в + на этапе первого теста
- 5.5 Что такое сегментация, для чего нужна и как использовать
- 5.6 Правильный состав рекламной компании
- 5.7 A/B сплит тест (сайты, группы объявлений, объявления)
- 5.8 Лучшее время для теста и открута
- 5.9 Как обойти запрет на бренды в Facebook?
- 5.10 Вопрос – ответ
- 5.11 Домашнее задание

Сессия №6 (ВОРКШОП)

6.1 Power Editor – инструмент для тех, кто ценит время

6.2 Выбираем 3 товара

6.3 Подбираем креативы под 3 выбранных товара

6.4 Пишем текста под выбранные товары

6.5 Создаем 8 рекламных компаний по 6 объявлений в каждой, за 20 минут

2 пола (муж и жен)

2 стратегии (клики и конверсии)

2 источника (Facebook и Instagram)

6.6 Итог и разбор типичных ошибок в работе с Power Editor

6.7 Вопрос-ответ

6.8 Домашнее задание

Сессия №7

- 7.1 Аналитика в Facebook, выводим РК в плюс и отсекаем хлам
- 7.2 Adespresso графическая аналитика, для тех, кто любит объемы
- 7.3 5 фишек ретаргетинга или как не потерять 30% чистой прибыли
- 7.4 Практическая настройка ретаргетинга
- 7.5 Вопрос-ответ
- 7.6 Домашнее задание
- 7.7 Итог блока по Facebook

Сессия 8

8.1 Mytarget

8.2 5 фактов о соц. сети Одноклассники, которые взорвут ваш мозг

8.3 Умер ли Mytarget в Украине?

8.4 Аудитория, которая обитает в Mytarget (Одноклассники)

8.5 Категории товаров, которые продаются в Mytarget (Одноклассники)

8.6 Категории товаров, которые не продаются в Mytarget (Одноклассники)

8.8 Поиск товаров под Mytarget

8.9 Связка в Mytarget

8.10 Находим связки, которые с вероятностью 90% пойдут в +

8.11 Собираем файл товаров для теста

8.12 Отслеживаем конкурентов и отбираем часть конвертящего пирога

8.13 Создаем свои связки с большим конвертом на основе связок конкурентов

Сессия №9

- 9.1 Подготовка сайтов под трафик
- 9.2 Выбираем 5 товаров для теста, прописываем УТП и просчитываем МДЦЛ
- 9.3 Переходим к источнику Mytarget
- 9.4 Трафик в Mytarget (качество, м/ж)
- 9.5 4 сегмента трафика в Mytarget
- 9.6 Регистрация в WM72
- 9.7 Регистрация в getuniq
- 9.8 Регистрация аккаунта в Mytarget
- 9.10 Привязка аккаунта Mytarget к getuniq
- 9.11 Вопрос-ответ
- 9.12 Домашнее задание

Сессия №10

10.1 5 важных разделов для работы с Mytarget

10.2 Раздел «Кампании»:

- Разбор плейсментов в Mytarget. Плюсы и минусы каждого из плейсментов
- Создание промо под ваш товар
- 3 составные правильного объявления в Mytarget
- Как создать конвертный текст под товар
- Что такое макросы в Mytarget и зачем они нужны?
- Маленькая картинка, что лучше
- Требования к основному креативу объявления
- Ошибки новичков при использовании раздела «Метки»
- Выбираем пол под выбранный товар
- Варианты выбора возраста
- Для чего нужны интересы и когда нужно их использовать?
- Стратегия показа – опасный пожиратель бюджета
- Оптимальная цена для страта вашей РК

10.3 Раздел «Баннеры» – или как я слил 20 тысяч

10.4 Раздел «Аудитории»

- Стратегии слива
- Настройка ретаргетинга

10.5 Раздел «Статистика»

- Вопрос-ответ
- Домашнее задание

Сессия №11 (Воркшоп)

11.1 Начало тестов

11.2 Аналитика рекламных компаний после первого теста

11.3 Вопрос-ответ

11.4 Домашнее задание

Сессия №12 (Логистика)

12.1 Важность CRM системы в товарке

12.2 Прозвон лидов – самое важное звено в логистике

- Поиск менеджеров
- Скрипты разговора
- Апселл / Кросселл
- Как не потерять 50% дохода при обзвоне

12.3 Сервисы телефонии для чего нужны и как повышают доход?

12.4 Агрегаторы смс-сообщений

- Смс напоминания
- Смс уловки
- Смс угрозы

12.5 Pop-up формы и онлайн консультант

12.6 Вопрос-ответ

12.7 Домашнее задание



КОНКУРС (УСЛОВИЯ)

Первые 10 человек оплативших стандарт пакет или про учувствуют в розыгрыше Samsung J5 (2017)