

## Контекстная реклама – подготовка профессионалов

### 1 день. Вводное занятие

Евгений Юдин



- I. Что такое digital-marketing? Какие источники включает?
- II. Что такое контекстная реклама?
- III. Цели и задачи ведения контекста.
- IV. Основные понятия контекста: поисковые машины, типы и форматы размещения, устройства, аудитории

### 2 день. Основные поисковые машины Яндекс / Google

Евгений Юдин



- I. Поиск: алгоритм работы, расчет ставки, критерии качества объявлений, модерация.
  - Анализ конкурентного присутствия
  -
- II. Сеть: алгоритм работы, расчет ставки, критерии качества объявлений, модерация.

### 3 день. UTM-прометка. Excel

Евгений Юдин



- I. Основные правила составления UTM-меток
- II. Excel: базовый набор формул и алгоритмов для создания заливочных файлов рекламных кампаний
  - Массовая загрузка и редактирование кампаний.

### 4 день. Поиск. Сбор рекламной кампании.

Евгений Юдин



- I. Подбор ключевых запросов.
- II. Минус-слова. Операторы.
- III. Технические требования.

## **5 день. Структура объявления. Составление объявлений**

Евгений Юдин



- I. Анализ конкурентного присутствия

## **6 день. Сеть. Сбор рекламной кампании.**

Евгений Юдин



- I. Подбор аудитории.
- II. Настройка таргетингов
- III. Форматы объявлений

## **7 день. Работа с интерфейсами рекламных площадок**

Евгений Юдин



- I. Загрузка рекламных кампаний
- II. Настройки кампаний
- III. Стратегии назначения ставок
- IV. Сравнение интерфейсов Яндекс и Google

## 8 день. Работа с интерфейсами редакторов Commander и Editor

Евгений Юдин



I. Массовая загрузка и редактирование кампаний

## 9 день. Веб-аналитика. 1-е занятие

Евгений Спиридонов



- I. Введение в веб-аналитику. Основные понятия в Веб-аналитике.
- II. Особенности и различия систем, принципы сбора данных.
- III. Параметры и показатели в различных системах. Установка и базовая настройка счетчиков.
- IV. Практика: основной анализ данных, построение и проверка основных гипотез.

## 10 день. Веб-аналитика. 2-е занятие

Евгений Спиридонов



- I. Стандартный вид отчетности Google Analytics, каналы и источники, поведение на сайте, события, цели.
- II. Отслеживание трафика из поисковых систем. Отслеживание внешних ссылок на другие сайты.
- III. Конструктор отчетов Google Analytics.
- IV. Связь аккаунтов Google Analytics и Google AdWords. Анализ расходов.
- V. Дополнительные параметров Google Analytics, необходимость, настройка, анализ.

## 11 день. Веб-аналитика. 3-е занятие

Евгений Спиридонов



- I. Интерфейс Яндекс.Метрика Виды отчетности Яндекс.Метрика.

- II. Сегментация в Яндекс.Метрика, сравнение сегментов, редактирование набора параметров и метрик.
- III. Вебвизор, аналитика форм, аналитика тепловых карт Яндекс.Метрика.
- IV. Сравнение Google Analytics и Яндекс.Метрики, Карта кликов и пост клик анализ.
- V. Практика: Разбор кейсов

## **12 день. Ведение контекстной рекламной кампании**

Евгений Юдин



- I. Расчет KPI. Структура аккаунта.
- II. Запуск. Контроль: рутинные задачи, аналитика, бюджеты, ставки, оптимизация, отчетность, автоматизация.

## **13 день. Анализ эффективности рекламной кампании**

- I. KPI бизнеса и рекламы. Показатели трафика.
- II. Имиджевые кампании. Продающие кампании.
- III. Алгоритмы оптимизации.