

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

«Разработка и реализация SMM-стратегии организации/проекта»

Дата проведения: 21-23 октября 2022 г.

Место проведения: г. Москва, ул. Лесная 15, отель «Holiday Inn Moscow – Lesnaya».

Программа «Разработка и реализация SMM-стратегии организации/проекта» - инновационная образовательная площадка по обучению базовым компетенциям будущего.

Программа предназначена для пресс-служб организаций, для специалистов инфраструктуры поддержки и развития региональных предпринимательских сообществ, сотрудников региональных проектных офисов, предпринимателей, студенческого актива образовательных организаций, специалистов по работе с молодежью образовательных организаций, специалистов акселераторов, трекер-менеджеров, менторов, представителей региональных торгово-промышленных палат, всех заинтересованных лиц.

В ходе обучения участники изучат:

- основные инструменты и техники продвижения (организации или проекта) в сети;
- научатся пошаговой технологии позиционирования организации в интернет пространстве;
- обучатся технологии создания нестандартной рекламной компании для организации или проекта;
- создадут пошаговый план действий управления аккаунтами организации/проекта.

Количество участников от организации: не ограничено.

После прохождения обучения участники получают удостоверения государственного образца о повышении квалификации.

Контакты организаторов: +79261048073, dsferainfo@gmail.com

Спикер программы: Зимарин Александр, SMM – Expert, предприниматель

с 2008 года - создатель агентства YouTube блогеров "Открытый интернет" (Кейт Клеп, Костя Павлов, Макс Бранд и т.д.),

с 2014 года – создатель самого крупного сервиса по продвижению в инстаграм "Tooligram",

с 2019 года - по настоящий момент – создатель агентства DAA Agency (Жанна Бадоева, Костя Дзю, Федор Емельяненко, Анна Семенович и т.д.). Клиенты: Росатом, Ростуризм, Coca Cola, Danon, Сбербанк, Кинопоиск и т.д.

1 день, 21 октября	
до 14.00	Заезд. Размещение. Отдых.
14.00-15.00	Кофе-брейк
15.00	Приветственное слово организаторов.
15.10	Трек 1: Что такое SMM Что такое SMM; какие возможности у этого маркетингового канала; кто может стать SMM-специалистом Цели и позиционирование в SMM

	<p>Для каких целей компания может использовать SMM; что такое позиционирование бренда и как применять его для продвижения</p> <p>Целевая аудитория (ЦА)</p> <p>ЦА бренда; какой она бывает, что от неё зависит и как её узнать; целевая аудитория различных социальных сетей.</p> <p>Анализ в SMM</p> <p>Анализ бренда и его конкурентов: метрики, инструменты и выводы.</p> <p>Контентная стратегия</p> <p>Что такое контентная стратегия; что такое главное послание; как составить главное послание бренда</p> <p>Community-стратегия</p> <p>Определение Community-стратегии; методы выбора стратегии для бренда; от чего она зависит.</p> <p>Продвижение</p> <p>Выбор каналов продвижения для конкретного бренда; виды каналов продвижения; особенности рекламы для разных компаний.</p> <p>KPI</p> <p>Показатели эффективности для стратегии; их зависимости; способы отслеживания эффективности.</p> <p>SMM. Контент. 1 месяц.</p> <p>Эффективные тексты для социальных сетей</p>
19.00	Кофе-брейк Networking-drive
2 день, 22 октября	
до 10.00	Завтрак
10.00	<p>Трек 2: Знакомство с контентом</p> <p>Каким бывает контент; почему он важен; тренды контент-маркетинга.</p> <p>Виды постов (публикаций)</p> <p>Что такое виральные, продающие и вовлекающие посты; обсуждаем примеры; требования; соотношения между видами постов.</p> <p>Текст в SMM</p> <p>Особенности написания текстов для SMM; требования к текстам; различия в текстах для разных социальных сетей.</p> <p>Изображения и оформление.</p> <p>Конкурсные активности</p> <p>Виды, особенности, результаты; разработка креативных конкурсов.</p> <p>Особенности контента для различных соц. сетей</p> <p>Особенности создания контента для разных соцсетей: ВКонтакте, Фейсбук, Одноклассники, Инстаграм, Твиттер и пр.</p> <p>Рубрикатор и контентная сетка</p> <p>Рубрики и их виды; определение контентной сетки; грамотное распределение контента; планирование времени постов.</p> <p>Источники контента</p> <p>Откуда брать контент; как его искать; сервисы для поиска контента</p>
14.00	Кофе-брейк
15.00	<p>Трек 3: Обзор каналов трафика</p> <p>Каналы трафика в зависимости от типа площадки и продукта; таргетированная реклама; паблики; блогеры; кросс-промо; массфоловинг; плюсы и минусы каналов.</p> <p>ВКонтакте: посевы</p> <p>Что такое посевы; выбор сообщества для размещения; публикации для продвижения; примеры.</p> <p>ВКонтакте: Маркет-платформа</p> <p>Получение доступа; создание объявления и модерация; плюсы и минусы биржи.</p>

16.00	<p>Трек 4: Продолжение ВКонтакте: таргетинг (начало) Что такое ТГБ; возможности рекламного кабинета; примеры объявлений; изображения и текст для объявлений. ВКонтакте: таргетинг (продолжение) Сервисы-парсеры баз данных и способы их использования; возможности ретаргетинга; составление базы активной ЦА; использование пикселя ретаргетинга.</p>
17.00	<p>Тема: SMM. Продвижение.</p> <p>YouTube: настройки канала и SEO Настраиваем YouTube-канал; способы вывода видео в топ поиска. YouTube: таргетинг Настройка таргетинга на YouTube через Google.Adwords. YouTube: биржа YouTube-посев; выбор каналов для продвижения; виды рекламы; как не потратить деньги впустую. Twitter, Telegram и Pinterest Рекламные возможности менее популярных социальных сетей.</p>
19.00	<p>Кофе-брейк Networking-drive</p>
3 день, 23 октября	
до 10.00	Завтрак
10.00	Подведение итогов программы. Индивидуальная работа с экспертом.
12.00	Отъезд

Будем рады встрече и профессиональному общению!