

КУРС SMM

Формати та вартість: у записі з підтримкою (5610 грн.) або без підтримки (2980 грн.)

Графік: розпочати навчання у записі можна в будь-який момент

Програма:

0. Підготовка до курсу

- Як буде побудовано цей курс?
- Як будуть побудовані блоки SMM?
- Чи потрібно вкладати гроші на курсі?

1. Вступ до SMM-маркетингу (погляд маркетолога та SMM-спеціаліста)

Погляд маркетолога

- Роль соціальних мереж в сучасному маркетингу та бізнесі. Їх особливості
- Завдання, які ставляться перед SMM. Основні поняття, напрямки та терміни в SMM
- Кому потрібен SMM?
- Що робить SMM-фахівець?
- Правильна постановка цілі для SMM-просування
- Інструменти, що допомагають структурувати роботу
- Як просуватися у соцмережах? Фріланс спеціаліст, агентство або вести соціальні мережі самостійно?
- Ведення особистої сторінки для залучення аудиторії до бізнесу
- Як залучати клієнтів на бізнес-сторінку за допомогою власного бренду?
- Зафіксуємо основні цілі для вашого SMM-проєкту
- Як працюють алгоритми соціальних мереж?

Погляд маркетолога та SMM-спеціаліста

- Завдання, які ставляться перед SMM. Основні поняття, напрямки та терміни в SMM
- Кому потрібен SMM?

- Що робить SMM-фахівець?
- Правильна постановка цілі для SMM-просування
- Як працюють алгоритми соціальних мереж?

2. SMM стратегія та аналітика

- Що таке стратегія та для чого її робити? Вигляд маркетинг-стратегії на прикладі
- Формування основи бренду: унікальна торговельна пропозиція, позиціонування, місія, цінності, цільова аудиторія (дослідження, аналіз, сегментація), аналіз конкурентів, ринку і трендів
- Контент-стратегія: що це і чому вона така важлива?
- Інструменти просування
- KPI та бюджетування. Приклад аналітики. Які дані варто аналізувати та як часто? та як будувати звіти
- Сервіси для формування стратегії
- Формування воронки продажів
- CRM-системи, як працюють, яку функцію виконують? Як аналізувати результат власними силами?
- Tone of voice: чому важливо вибрати правильний тон спілкування і як він впливає на просування в соціальних мережах
- Brandbook (логотип, кольори, шрифт, графічні елементи)

3. Контент для соцмереж. Створення контент-стратегії

- Що таке контент в SMM?
- З чого складається контент-стратегія? Приклади сторінок з контент-стратегією
- Етапи створення контенту
- Що таке контент-план?
- Вимірювання ефективності інтерактивних механік. Як збільшити безкоштовне (органічне) охоплення за допомогою якісного контенту?

4. Фотоконтент

- Вчимося робити «продаючі фото». Розбираємо їх особливості та відмінності від інших типів
- Основні параметри камери телефону
- Робимо якісні знімки без додаткових джерел світла та за допомогою відбивача
- Як правильно поєднувати кольори у кадрі? Розбираємо колірне коло та вчимося з ним працювати. Розбираємо основні види вдалих поєднань кольорів
- Як правильно збудувати кадр? Все про гармонію на знімку. Вивчаємо правило «золотого перерізу» та вчимося застосовувати його у мобільній фотографії

- 20 прикладів кадру, які потрібно вміти робити
- Як правильно побудувати візуал в Інстаграм? Розбираємо приклади успішних профілів. Підбираємо візуальний стиль та вдалу кольорову гаму саме для вашої сторінки
- Додатки для обробки фото

5. Stories

- Сторіз як потужний інструмент продажу. Варіанти взаємодії з аудиторією
- Як правильно оформлювати сторіз? Помилки при оформленні Stories
- Створення контент-плану для Stories
- Як працюють алгоритми сторіз?
- Які програми краще використовувати для створення сторіз?
- Інструмент для продажу – сторітелінг
- Як почати записувати розмовні сторіз?

6. Відеозйомка та монтаж

- Чому відеоконтент настільки важливий?
- Правила "чіпляючого відео"
- Як підготуватись до зйомки відео?
- Обладнання для зйомки, налаштування камери, світла, звук
- Як знімати плани та ракурси?
- Монтаж та обробка матеріалу в різних додатках: музика, швидкість відео, переходи, ефекти, склейка, кольорокорекція, шрифти, субтитри
- Робота в CapCut
- Основне про Reels

7. SMM копірайтинг

- Алгоритм написання продаючого тексту
- Як створити заголовок по якому клікають?
- Як правильно писати для соціальних мереж?
- На що обов'язково потрібно звертати увагу у SMM-копірайтингу?
- Формування посту: що працює та чого варто уникати?
- Хороші та погані приклади
- Доступні сервіси для перевірки текстів на унікальність та водність
- ТЗ для копірайтер

8. Просування в Meta

- Як працюють алгоритми Meta?
- Загальні налаштування облікового запису та особливості оформлення особистих профілей та бізнес-сторінок

- Які бувають види контенту, його особливості та вплив на просування?
- Де шукати ідеї?
- Робота з промо-акціями для комунікації з користувачами
- Взаємодія з аудиторією через коментарі та повідомлення
- Навіщо потрібно формувати закриті спільноти та як вони допомагають просуванню?
- Використання Facebook Live для взаємодії в реальному часі
- Розбираємо статистику в Meta: на які метрики варто звертати увагу насамперед?
- Зміни алгоритму навігації та оновлення рекламної політики

9. Просування в Instagram

- Аудит та оформлення профілю. Аналіз конкурентів. Аналіз ЦА
- Налаштування та управління аккаунтом
- Розуміння демографічних показників і поведінки користувачів в Instagram
- Розбираємо кожен формат контенту та його особливості: стрічка, сторіс, прямі ефіри, поради, Reels, сумісні дописи
- Ефективне використання геотегів та хештегів, стікерів, опитувань та інтерактивних функцій
- Сервіси для роботи з інстаграм (аналітика, автопостинг, упаковка сторіз)
- Колаборації в Instagram та працюючі види реклами в Instagram
- Робота над пізнаваністю бренду
- Розглядаємо особливості спілкування з клієнтами у коментарях та Директі
- Вивчаємо усі доступні метрики статистики Instagram

10. Штучний інтелект у SMM

- Підготовка пром프트у
- Додаткові можливості ChatGPT
- Автоматизація процесів з ШІ

11. Основи реклами у Meta (Facebook)

- Що таке таргетована реклама?
- Створення рекламного кабінету
- Створення Business Manager
- Розгорнутий огляд усіх інтерфейсів BM користувачі
- Розгорнутий огляд усіх інтерфейсів BM акаунти
- Розгорнутий огляд усіх інтерфейсів BM джерела даних
- Розгорнутий огляд усіх інтерфейсів BM інші функції
- Як видавати та отримувати доступи до BM?
- Як підв'язувати інші ресурси до BM?
- Огляд Business Suite та його можливостей "Головна та Сповідання"
- Огляд Business Suite та його можливостей "Вхідні"
- Огляд Business Suite та його можливостей "Контент"

- Огляд Business Suite та його можливостей "Планувальник"
- Огляд Business Suite та його можливостей "Розділ реклама"
- Огляд Business Suite та його можливостей (Розділ статистика)
- Аудиторія очима Facebook
- Як підібрати правильну цільову аудиторію?
- Ядро ЦА: особливості формування
- Теорія поколінь та її відношення до реклами

12. Початок роботи в Ads Manager

- Як здійснюється оплата реклами?
- Скільки коштує реклама у Фейсбук?
- Просування всередині Інстаграм та Фейсбук
- Чому важливо зв'язати обліковий запис Інстаграм та Фейсбук?
- Як настроїти інтерфейс Facebook Ads Manager для зручної роботи?
- ROAS vs ROI/CPA/CR/CPO/CPM: розбираємо всі необхідні показники
- Як подивитися рекламу конкурентів, не маючи доступу до їхнього рекламного кабінету?
- Навіщо там потрібний Піксель? API та серверні події

13. Цілі реклами, воронка продажів, масштабування, звітність

- Розглядаємо всі доступні цілі у рекламному кабінеті
- Що таке «Детальний таргетинг» і коли його використовувати?
- LAL: особливості аудиторії та її створення
- Користувальницькі аудиторії: як створювати і як правильно використовувати?
- Аудиторії з конверсій: особливості
- Перетин аудиторії: що це і навіщо дивитися на цей показник?
- Ретаргетинг чи ремаркетинг? Особливості налаштувань
- Прогнозування, оптимізація РК, бюджетування
- Customer Journey Map у таргетованій рекламі
- Mindmap: навіщо вони потрібні та як їх створювати?
- Як створювати креативи під різні етапи продажів? (типи, заклики, дизайн, розміри, формати)
- Як тестувати креативи та оцінювати їх ефективність?
- UTM-мітки та Google Analytics
- Звітність про рекламні кампанії

14. Influencer-маркетинг, робота з блогерами

- Influencer-маркетинг (погляд маркетолога)
- Influencer-маркетинг: від основ до цілей (погляд SMM-спеціаліста)
- Вчимося правильно визначати ЦА блогера
- Можливі цілі співпраці з блогерами та обираємо ті, які підходять
- Як шукати та перевіряти блогерів?
- Який із варіантів співробітництва краще обрати та як прорахувати окупність?
- Постановка та погодження ТЗ. Звітність по результатах. Договірні відносини
- Вимірювання й оцінка результатів роботи з блогерами
- Основні помилки під час роботи з блогерами

15. SERM, SMRM - репутація у мережі

- Навіщо нам SERM?
- SERM: розуміємо терміни
- Коли потрібно починати керувати репутацією?
- Основні етапи робіт із управління репутацією
- Створюємо коло «адвокатів бренду»
- Як правильно працювати з відгуками?
- Як правильно обробляти негатив у мережі?
- Як правильно працювати з форумами та соціальними мережами?
- Навіщо нам розміщувати новинний та іміджевий контент?
- Способи залучення аудиторії, інтерактиви та ігри
- Як знайти релевантні майданчики для розміщення відгуків та іншої інформації про свою компанію?

16. Workshop - що робити після отримання диплому?

- Платформи пошуку проєктів (UpWork, LinkedIn)
- Де брати перші кейси та як їх правильно оформлювати?
- За допомогою яких сервісів створювати резюме та портфоліо?
- Правила успішної співбесіди
- На що звертати увагу при співпраці з роботодавцем?
- Організація роботи у Notion

17. Пошук проєктів та позиціонування у LinkedIn

- Як використовувати мережу для пошуку проєктів?
- Створення та налаштування акаунту
- Як працюють алгоритми?
- Формування контактів
- Пошук своїх вакансій
- Налаштування особистої сторінки
- Кейси використання

18. Захист стратегії. Дипломування

- Захист стратегії
- Дипломування