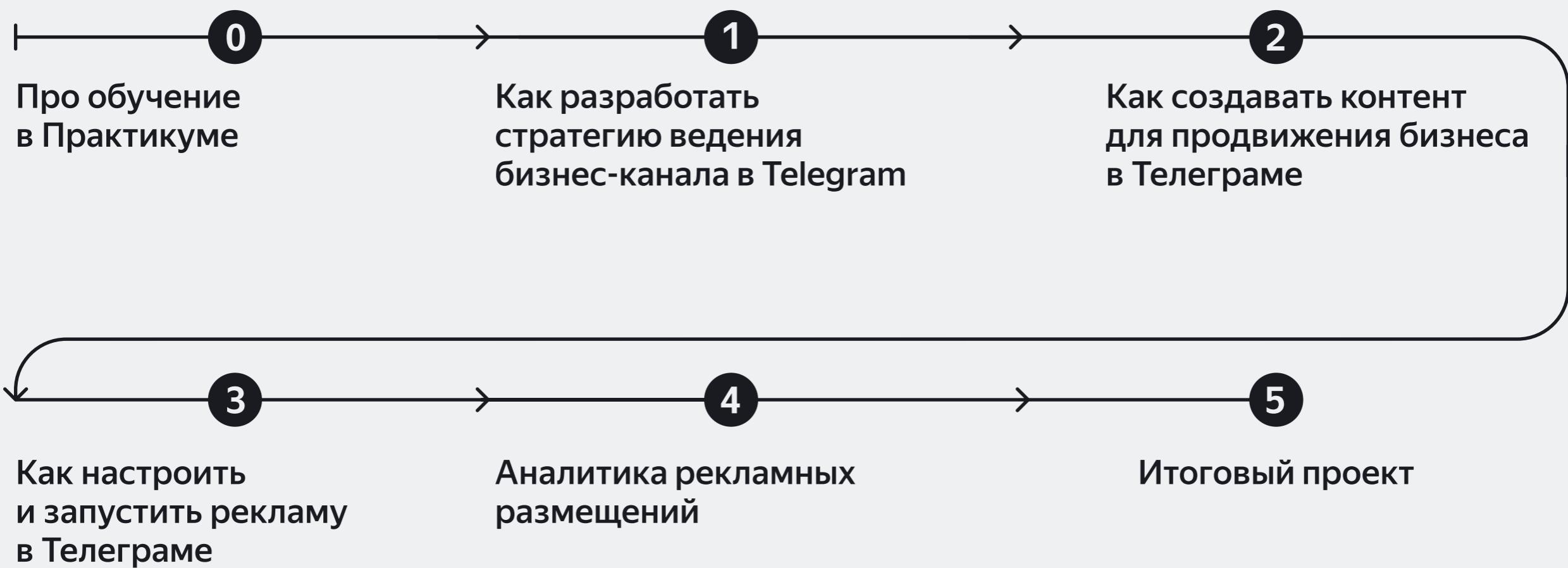


# SMM-продвижение в Телеграме



## Модуль 0

~3 часов

### Про обучение в Практикуме

Познакомитесь с тренажёром Практикума и узнаете, из чего будет состоять курс. Разберётесь, как будет организована практика, кто и как её будет проверять. Узнаете, как распределять нагрузку в течение курса и что можно делать после его окончания.

Тема 1. Как будет строиться учёба

Тема 2. Подготовка к обучению

## Модуль 1

~8 часов

### Как разработать стратегию ведения бизнес-канала в Telegram

Разберёте этапы стратегии присутствия бизнеса в Телеграмме: от целей бизнеса, анализа аудитории и конкурентов до выбора формата канала и способов оценки эффективности.

- Старт разработки стратегии присутствия: цели бизнеса и брифинг клиента
- Анализ целевой аудитории и её сегментов
- Анализ конкурентов
- Обзор форматов присутствия в Телеграмме
- Концепция канала и выбор формата для бизнеса
- Оформление канала на основе данных о бизнесе
- Метрики для оценки эффективности продвижения бизнеса в Телеграмме

**Артефакты:** Пример брифа с заказчиком, инструкция для работы с целевой аудиторией, шаблон для сбора аналитики канала и памятка с основными метриками оценки эффективности продвижения в Телеграмме.

**Инструменты:** TGStat

## Модуль 2

~10 часов  
воркшоп

### Контент для продвижения бизнеса в Телеграмме

Получите системный навык планирования и создания контента, который помогает решать задачи бизнеса в Телеграмме. Научитесь работать с разными типами и форматами контента и выбирать оптимальный вариант в зависимости от этапа пути клиента.

- Особенности контента в SMM и основные правила его создания
- Создание контента с учётом особенностей аудитории Телеграмма
- Проектирование карты пути клиента
- Организация контента с помощью рубрикатора
- Подготовка контент-плана на основе целей бизнеса
- Создание интересных и привлекательных текстов для Телеграмма
- Инструменты для работы с текстом
- Форматы публикаций для повышения вовлечённости
- Создание и подбор визуала для публикаций в Телеграмме

**Артефакты:** Шаблоны рубрикатора, контент-плана и банка идей. Примеры и кейсы: реальные примеры успешных телеграм-каналов и их контента, которые могут служить образцами для работы.

**Инструменты:** CJM, Главред, Орфограф и Орфограммка, нейросети (на примере Алиса AI)

**Воркшоп:** Как составить и организовать темы для телеграм-канала для планирования продвижения на примере различных бизнесов.

## Модуль 3

~12 часов  
воркшоп

## Как настроить и запустить рекламу в Телеграме

Получите навык планирования рекламных кампаний в Телеграме с применением органических и платных способов продвижения. Научитесь выбирать оптимальный способ в зависимости от целей бизнеса.

- Подготовка к продвижению в Телеграме
- Бесплатные способы продвижения
- Как устроена платная реклама
- Рекламные посевы: принцип работы и этапы запуска
- Правила создания рекламных постов и креативов

## Модуль 4

~8 часов

## Аналитика рекламных размещений

Научитесь работать с данными кампаний: собирать ключевые цифры, анализировать отчёты и находить точки роста. В результате вы будете понимать, что стоит улучшить в рекламной кампании, чтобы повысить её эффективность.

- Метрики эффективности на основе бизнес-целей и инструменты аналитики
- Сбор данных по эффективности рекламного размещения
- Работа с рекламным отчётом и улучшение контент-плана

## Модули 3, 4

**Артефакты:** Шаблон сбора отчётности по приросту подписчиков и чек-лист по выбору канала для рекламных посевов.

**Инструменты:** Telega.in

**Воркшоп:** Создание воронки продаж/чат-бота для воронки продаж

## Модуль 5

~8 часов

## Итоговый проект

Собрать стратегию продвижения в Telegram с учётом всех полученных навыков программы