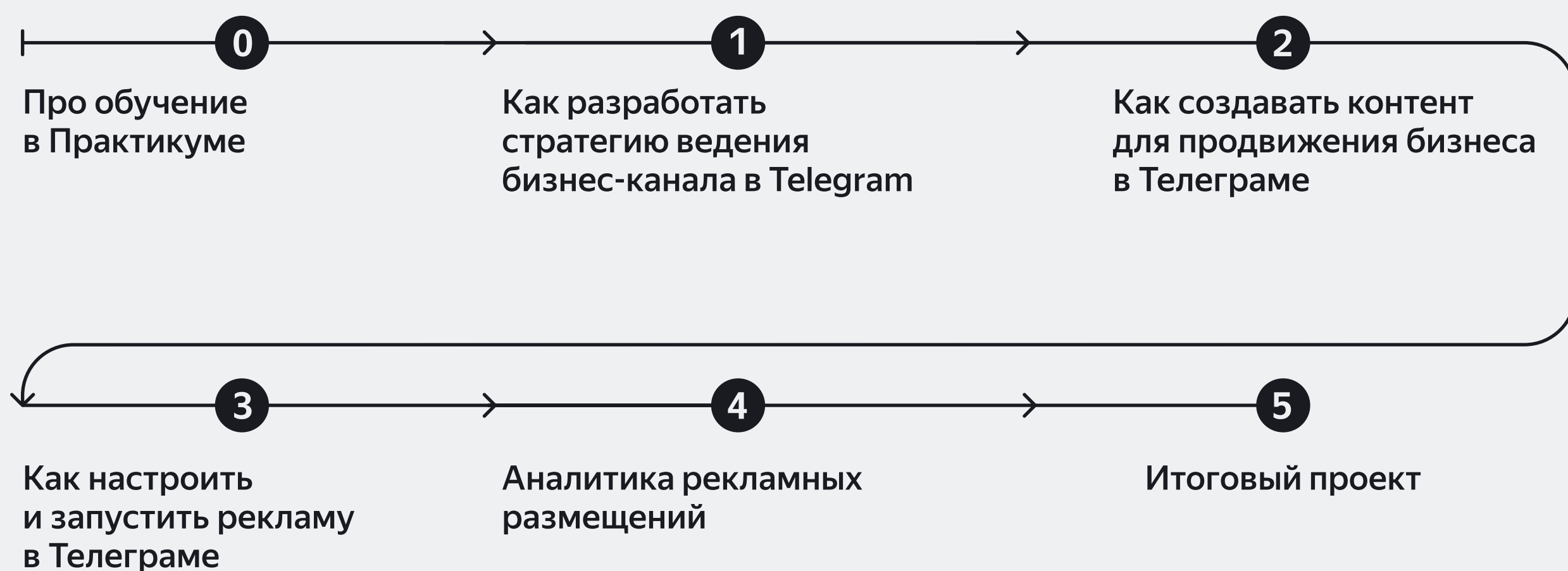


SMM-продвижение в Телеграме



Модуль 0

~3 часов

Про обучение в Практикуме

Познакомьтесь 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 Телеграме: 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 Телеграме
- Концепция канала и выбор формата для бизнеса
- Оформление канала на основе данных о бизнесе
- Метрики для оценки эффективности продвижения бизнеса в Телеграме

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 Телеграме.

Инструменты: TGStat

Модуль 2

~10 часов

воркшоп

Контент для продвижения бизнеса в Телеграме

Получите системный навык планирования и создания контента, который помогает решать задачи бизнеса в Телеграме. 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 Телеграма
- Проектирование карты пути клиента
- Организация контента с помощью рубрикатора
- Подготовка контент-плана на основе целей бизнеса
- Создание интересных и привлекательных текстов для Телеграма
- Инструменты для работы с текстом
- Форматы публикаций для повышения вовлечённости
- Создание и подбор визуала для публикаций в Телеграме

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 посеы: 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