

Performance- маркетинг

РЕЗУЛЬТАТ –

готовая performance-стратегия
и навыки работы
с каналами привлечения
и инструментами
аналитики

4 месяца
занятий



Видеолекции,
вебинары
и много практики





Кому подойдет курс



Маркетологам с опытом

Чтобы перейти на новую ступень:
углубить знания в аналитике, научиться
аргументировать выбор инструментов и
управлять рекламой стратегически — по
всем каналам.



Специалистам по работе с платными каналами

Чтобы получить комплексное понимание
performance-маркетинга и иметь
возможность брать на себя
ответственность за масштабные проекты.



Руководителям маркетинга

Чтобы освоить hard skills в управлении
рекламой и аналитикой и разобраться, как
грамотно ставить задачи команде и
подрядчикам.



1.1

Маркетинговая аналитика и unit-экономика



Максим Епифанов

Директор по привлечению, Яндекс Практикум

Введение в юнит-экономику:
CPC, CPA, CAC и LTV.
Связь юнит-экономики
и перформанс-маркетинга.



Формат: вебинар



Практика: тренажёр

1.2

Работа с воронками



Алексей Игошин

Руководитель продвижения экосистемы в Мегафоне.

Воронка продукта и продаж.
Виды воронок для разных бизнес-моделей.
Воронка и юнит-экономика: расчет для разных
этапов.



Формат: вебинар



2.1

2.2

Стратегия работы с контекстной рекламой



Иван Акимов

Руководитель службы
геомедийной рекламы, Яндекс



Формат: вебинар

- Оценка потенциала канала и выбор рекламной площадки. KPI и система отчетности.
- Создание архитектуры рекламных кампаний в Mindmeister и контроль структуры, который подготовил подрядчик.
- Создание цепочек ретаргетинга – какие цепочки запустить, чтобы максимизировать результат.
- Семантическое ядро – как оценить качество сборки семантики.
- Гипотезы – как тестировать, организовать процесс и анализировать результаты.
- Медиапланирование и контроль его исполнения.
- Системы автоматизации - обзор.
- Найм сотрудника и оценка компетенций.



2.3

2.4

Стратегия работы с социальными сетями



Максим Епифанов

Директор по привлечению, Яндекс
Практикум



Формат: вебинар

- Выбор рекламной площадки. Постановка KPI сотруднику и агентству.
- Создание креативов и поиск сегментов для рекламной кампании.
- Гипотезы – как тестировать, организовать процесс и анализировать результаты.
- Медиапланирование и контроль его исполнения.
- Оценка результатов рекламной кампании.
- Найм сотрудника и оценка компетенций.



2.5 Стратегия работы с медийной рекламой. Видеореклама



Александр Ярощук
Директор по развитию и
технологиям в MediaGuru



Формат: видеозапись

- Оценка потенциала канала и выбор площадки.
- Основные метрики оценки медийной рекламы
- Базовая аналитика медийной рекламы
- Связь медийной рекламы и performance
- Разбор медийной кампании
- DMP-сегменты Видеореклама
- Дополнительные охватные форматы
- Минимальные бюджеты на медийную рекламу
- Исследования медийных продуктов



2.6

Как оценивать не performance-каналы
через performance-подход



Формат: практика в
тренажере

2.7

Аудит performance-рекламы



Максим Епифанов

Директор по привлечению, Яндекс Практикум



Формат: видеозапись





2.8

Экономика привлечения пользователей



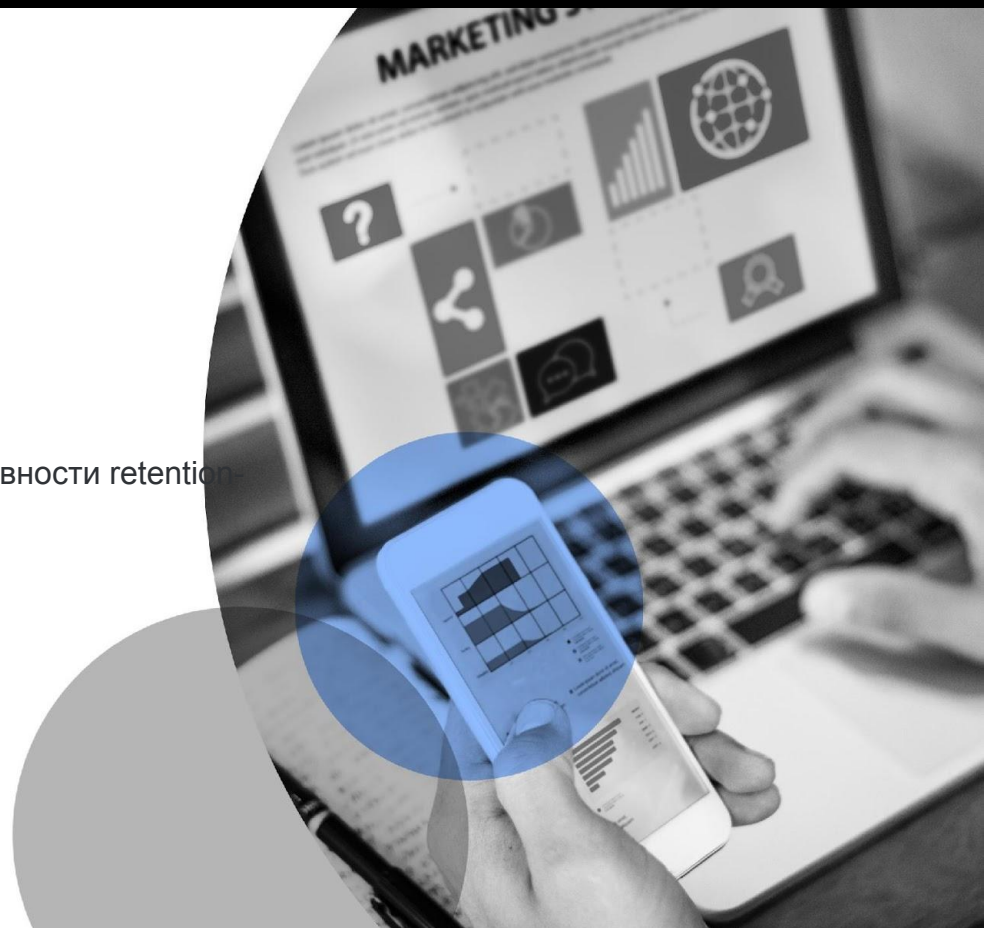
Марина Писаренко

Retention Head,
Ешь деревенское

Связь performance-маркетинга и удержания.
Доступные каналы для работы. Оценка эффективности retention-маркетинга.



Формат: вебинар





3.1 Работа с Яндекс.Метрикой

Настройка Яндекс Метрики:
счётчик, цели, фильтры и проверка.

Разбор кейсов на базе отчетов Яндекс.
Метрики:
анализ ЦА, работа с отчетами.



Формат: видеозапись



Практика: тренажёр

3.2 Работа с Google Analytics

Настройка Google Analytics:
счётчик, представления,
цели и проверка.



Формат: видеозапись



Практика: тренажёр



3.3 Аналитика трафика. Разбор кейсов на базе отчетов Google Analytics

Анализ ЦА, анализ бесплатных и платных источников, ассоциированные конверсии и модели атрибуции.



Формат: видеозапись



Практика: тренажёр

3.4 Когортный анализ



Максим Епифанов

Директор по привлечению, Яндекс Практикум

Оценка эффективности рекламных кампаний на основе когортного анализа.



Формат: вебинар



Практика: тренажёр



3.5 Работа с Excel

Анализ рекламных кампаний в Excel. Формулы.
Выгрузка руками из ЯМ и GA
и работа с отчетами. Сводные отчёты.
Автоматизация отчётов. Сквозная аналитика в
Excel через ВПР, СУММЕСЛИ и т.д.



Формат: КВИЗ



Блок 4 Организация работы. Медиапланирование. Отчетность

4.1 Медиапланирование

Планирование каналов.
Планирование бизнеса.
Структура маркетингового плана.
Значение и расчет основных показателей,
структура, основные KPI.



Формат: видеозапись

4.2 Growth Hacking. Гипотезы привлечения



Вячеслав Имамбаев

Senior Marketing Manager, Яндекс.Маркет

Механики взламывания цены
привлечения клиента,
тестирования ценности продукта
в каналах информирования,
быстрого прогревания клиента.



Формат: вебинар

Блок 4 Организация работы. Медиапланирование. Отчетность

4.3 Сквозная аналитика



Формат: видеозаписи

4.4 Отчетность маркетинга, принятие решений и аргументация руководству

В игре и командной работе решаем кейсы, где нужно на основе расчетов принять управленческие решения и аргументировать их СМО.



Формат: воркшоп





Навыки по результатам обучения



МОГУ РАССЧИТАТЬ

юнит-экономику продукта и поставить KPI для команды маркетинга: CPC, CPA и CAC.



МОГУ ПОСТРОИТЬ

воронку продаж, рассчитать метрики и прикинуть маркетинговые каналы на каждом этапе.



МОГУ ВЫСТРОИТЬ

систему отчетности, показывающую эффективность performance-маркетинга.



МОГУ ОЦЕНИТЬ

бесплатные и платные источники трафика на базе отчётов Google Analytics и Яндекс.Метрика.



МОГУ ОБЪЕДИНИТЬ

данные из рекламных систем: Яндекс.Директ, ВКонтакте, Facebook Ads и Google Ads с Яндекс.Метрикой для построения сквозной аналитики в Google Sheets.



МОГУ ПОДГОТОВИТЬ :

медиаплан по performance-каналам;
бизнес-план: модель от клиентов до трафика.



ПОНИМАЮ,

как анализировать и оптимизировать рекламные кампании в Яндекс Директ, Google Ads и социальных сетях: внутренние отчёты и сервисы автоматизации.



ПОНИМАЮ

как выстраивать работу с подрядчиками и маркетологами: установка KPI, отчёты, встречи 1-1, премирование и управление рисками.



Итого по курсу

19

Общее
количество
занятий

89

академических
часов
ТЕОРИИ

181

академический
час:
**теория, практика
и видеолекции**



**Финальная
работа:**

Стратегия работы
с performance-каналами для
собственного проекта

**Форма
контроля
по курсу**

**дипломная
работа**

**Удостоверение
о повышении
квалификации**



Как устроена практика



Вас ждет практика как домашняя, так и самостоятельная на кейс-тренажере в удобной LMS Нетологии.

Вы будете решать задачи, тренироваться проводить расчеты в Google-таблицах и работать с Google Analytics.

Посмотрите, как это выглядит

- [Кейс-тренажер](#)
- [Работа с google-таблицами](#)





Преподаватели



Максим Епифанов

Digital Group Head в Яндекс



Алексей Игошин

B2B Marketing Business Partner
в СберМаркет



Иван Акимов

Директор по развитию и технологиям
в ArrowMedia



Марина Писаренко

Retention Head
в Ешь Деревенское





Ваши результаты



**Готовая
стратегия**
работы
с performance-
каналами

Удостоверение
о повышении
квалификации
установленного
образца

Инсайты
из данных
по своему проекту

ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ?

Напишите нам, и мы обязательно
вас проконсультируем
