

Навчальна програма курсу Traffic manager

1. Блок. Таргетована реклама

- Основи маркетингу
- Вступ в професію. Хто такий трафік-менеджер й чим він займається
- Збираємо інформацію щодо нашої цільової аудиторії, медіапланування
- Інтерфейс, доступ, основні функції рекламного кабінету та Facebook Business Manager.
 - Інтерфейс рекламного кабінету та Facebook Business Manager.
 - Особливості серверного пікселя.
 - Куди і як писати в підтримку, як вирішувати всі суперечливі моменти щодо реєстрацій Business Manager / рекламних кабінетів.
 - Як бути готовими до блокування рекламних кабінетів і Business Manager.
- Робота з аукціоном. Типи таргету
 - Принципи роботи рекламного аукціону.
 - Користувальницькі аудиторії.
 - Схожі аудиторії.
 - Аудиторії за інтересами.
 - Інструмент «статистика аудиторій».
 - Включення/виключення аудиторій.
- Цілі рекламних кампаній
 - Рекламна воронка. Які типи взаємодій на яких етапах краще застосовувати.
 - Цілі рекламних кампаній для конверсій, лідів і повідомлень.
 - Цілі рекламних кампаній для трафіку та взаємодій.
 - Кампанії на охоплення.

- Типи плейсментів і підготовка креативів
 - Де можна показувати рекламу.
 - Об'єднання різних типів плейсментів.
 - Ключові елементи рекламного оголошення.
- Створення та запуск кампаній
 - Створюємо та запускаємо кампанії.
 - Вибір бюджету та варіанти його розподілу.
 - Увімкнення/вимкнення/паузи — що можна робити, а чого не можна.
 - Кампанії із загальним бюджетом.
- Основні звіти
 - Стандартні звіти рекламного кабінету.
 - Інструмент «інспектор».
 - Показники кампаній, за якими варто слідкувати щодня.
 - Причини змінити таргет чи оголошення.
- Оптимізація та масштабування
 - Масштабування кампаній.
 - Основні помилки в оптимізації та робочому зв'язуванні таргету та креативу.
- Зв'язок з іншими сервісами
 - Зв'язок з Google Analytics та utm конструктор.
 - Tag manager.
 - Фіди даних.
- Метапиксель
- Метапиксель, включаючи встановлення та налаштування пікселя Facebook, а також створення подій.

- Створення креативів, котрі працюють
- Різні типи реклами, доступні на Facebook, включаючи ключові компоненти ефективного креативу.
- Огляд сервісів для створення креативів – Figma або Lunacy.
- Копірайтинг та створення креативів

Результати :

1. Ви зможете самостійно запускати та оптимізувати рекламні кампанії
2. Визначите та сегментуєте цільову аудиторію, проведете конкурентний аналіз ринку та розробите рекламну стратегію
3. Зрозумієте, як працювати з рекламними бюджетами
4. **Реалізуєте свій перший практичний проєкт, який буде відповідати реальним запитам бізнесу**

Блок 2. Основи ефективної роботи на фрілансі

1. Воронка продаж власних послуг

2. Курс по переговорах

3. 5 способів пошуку клієнтів для фрілансера

4. Курс по роботі на “ UPWORK”:

5. Ефективна комунікація з клієнтом

Результати;

1. Ви зрозумієте, як ефективно шукати клієнтів на фрілансі та продавати свої послуги
2. Опануєте основи продаж та переговорів, щоб допоможе вам стабільно брати нові проєкти
3. Дізнаєтеся, як шукати клієнтів на найбільшій фріланс біржі в світі [Upwork](https://www.upwork.com/) та заробляти в \$\$\$
4. **Блок Контекстної реклами**
 - Вступ до контекстної реклами Створення облікового запису Google Ads. Типи рекламних кампаній. Робота з воронкою
 - Пошукові системи. Збір семантичного ядра. Пошукові рекламні кампанії. Кейворди, типи відповідей, мінус слова. Різниця між мінус словами на рівні

кампаній. Ресурч, збір, групування семантики та інструменти за допомогою яких це можна зробити.

- Динамічні пошукові кампанії. Пошукові оголошення.

Налаштування динамічних пошукових груп.

Адаптивні пошукові оголошення.

Розширення. Показник якості. Аукціон.

- Налаштування та оптимізація. Google Ads Editor

Google Ads Editor. Способи оптимізації пошукових кампаній.

Шаблон для заливу кампаній та менеджменту сьорч кампаній.

- Google UAC
- Торгові рекламні кампанії та Performance Max

Google Merchant (налаштування акаунту та створення фідів).

Performance Max кампанії та способи оптимізації.

- Системи аналітики. Google Analytics

Встановлення Google Analytics, базові налаштування та звіти.

Налаштування цілей.

Google Tag Manager.

Налаштування цілей через Google Tag Manager.

Електронна комерція.

- Контекстно-медійні рекламні кампанії

Налаштування аудиторій ремаркетингу.

Налаштування рекламних кампаній у КМС та ремаркетингу.

Оптимізація рекламних кампаній КМС та ремаркетингу.

- Реклама на Youtube та автоматизація рекламних кампаній

Налаштування та оптимізація відеореклами.

Автоматизація реклами базовими засобами Google Ads.

Модуль з контекстної реклами.

Результати :

Ви навчитеся створювати та управляти рекламними кампаніями в Google Ads.

Зрозуміти ,як вибирати правильні ключові слова для рекламних оголошень та створити ефективні рекламні оголошення.

Ви навчитеся залучати трафік , через різні ви контекстної реклами:

пошукова реклама, медійна реклама, торгова реклама, відеореклама, мережа КМС, Performance Max

1. Аналітика рекламних кампаній

- Введення у веб-аналітику.
- Основні інструменти аналітики й оптимізації рекламних кампаній
- Google Analytics.
- Google Tag Manager.
- Робота з гіпотезами й A/B тестами.
- Використання нейро-мереж в роботі трафік-менеджера

Результати:

Зможете тестувати гіпотези та пропонувати рішення на основі даних. Дізнаєтеся, як аналізувати воронку продажів

Навчитеся складати складні звіти та будувати прогнози, зможете працювати з великим обсягом даних.

Дізнаєтесь, як грамотно захищати свої гіпотези та презентувати результати своєї роботи.

Отримаєте інструкцію по роботі з 5 ключовими ШІ-сервісами , які допоможуть підвищити ефективність вашої роботи

Реалізуєте свій третій проєкт

Проекти:

1. **Рекламна стратегія, для запуску таргетованої реклами**
2. **Стратегія для запуску контекстної реклами**
3. **Аналітика рекламних компаній та фінальний захист проєкту**