

Цифровой маркетинг: от стратегии до результата

Академия бизнеса EY
Кавказ и Центральная Азия

3 дня | 24 академических часа
18 CPD-единиц | 21 CPE-час

Программа тренинга

День 1

Анализ клиента в фреймворках "Customer Journey Map" (CJM) и "Job to be Done" (JBTD)

- Основные этапы CJM: от привлечения до покупки и последующего сопровождения
- Выявление болевых точек
- Инструменты визуализации CJM
- Фреймворки "Customer Development" (CustDev) и JBTD: анализ мотивации клиента и ожиданий продукта

Бенчмаркинг конкурентов с помощью SEMrush, SimilarWeb и искусственного интеллекта

- Сервисы для мониторинга: SEMrush, SimilarWeb и др. Принципы сбора и интерпретации данных
- Использование ИИ: автоматизированные системы анализа контента, тональности упоминаний и трендов

Анализ макросреды с помощью PESTLE и SWOT

- Модель PESTLE: политические, экономические, социальные, технологические, правовые и экологические факторы
- SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для бизнеса

День 2. Управление маркетинг-кампанией

Кейс: стратегический аудит маркетинга фитнес-зала

- Сбор исходных данных и оценка используемых каналов
- Определение целей
- Рекомендации и план улучшений

Стоимость привлечения клиента (Customer Acquisition Cost, CAC) и ценность клиента (Customer Lifetime Value, LTV)

- Расчёт CAC: какие затраты учитывать, как учитывать каналы коммуникации
- Факторы, влияющие на LTV: как увеличить пожизненную ценность клиента (доп. продукты, программы лояльности)

Коэффициент конверсии и ROMI

- Определение воронки продаж
- Подсчёт ROMI (Return on Marketing Investment):

как правильно сравнивать полученную прибыль с вложенными средствами в маркетинге

Удержание (Retention Rate, RR) и (Net Promoter Score, NPS)

- Retention Rate (RR): какие факторы влияют на удержание и как оценить отток клиентов
- NPS (Net Promoter Score): методика расчёта и интерпретации показателя лояльности клиентов

День 3. Создание маркетинг-кампании

- Адаптация под CJM
- Контент-стратегия: выбор форматов контента (видео, статьи, кейсы), частота и tone of voice

Цели на охват или на конверсию

- Отличие целей: когда важен масштаб аудитории (brand awareness), а когда нужны прямые продажи
- Настройка КПЭ: Clickthrough Rate (CTR), Cost per Click (CPC), Cost per Mille (CPM) для кампаний на охват или конверсию
- Сценарии оптимизации: где лучше сосредоточиться на стоимости клика, а где – на качестве лидов

Платформы поиска: Google, 2GIS, таргетинг в

поисковых машинах

- Настройка поисковой рекламы
- Локальный маркетинг в 2GIS
- Аналитика результатов

Реклама в социальных сетях: демонстрация таргетинга

- Выбор площадки: Facebook, Instagram, TikTok (в зависимости от целевой аудитории)
- Настройка таргета и форматы объявлений

Работа с рассылкой и роль ИИ

- Эффективные e-mail- и мессенджер-рассылки
- Шаблоны и автоматизация
- Использование ИИ: генерация контента, анализ интересов получателей, рекомендации по времени отправки
- Budgets vs. Performance: как оценивать эффективность рассылки (open rate, click rate) и масштабировать при успехе

Цели обучения

- Разобрать многоуровневую структуру digital-стратегии: от анализа аудитории и конкурентов до практической реализации маркетинговых кампаний
- Научиться работать с ключевыми метриками (CAC, LTV, ROI, RR, NPS), понимать, как они взаимосвязаны и влияют на бизнес
- Освоить инструменты: работа с CJM, PESTLE, SWOT, бенчмаркинг с помощью сервисов и ИИ, реклама в поисковых системах и соцсетях, рассылки
- Отработать навыки на реальном кейсе: стратегический аудит фитнес-зала с построением маркетинг-плана и анализом результатов



Что вы получите в результате обучения

- Комплексное понимание того, как формируется и декомпозируется цифровая маркетинговая стратегия в контексте общей бизнес-стратегии
- Практические навыки анализа целевой аудитории (CJM), конкурентов (бенчмаркинг) и макросреды (PESTLE, SWOT)
- Умение управлять ключевыми метриками: рассчитывать стоимость привлечения (CAC), оценивать пожизненную ценность (LTV), контролировать конверсию и ROI, работать над удержанием и NPS
- Готовые шаблоны и инструменты для запуска маркетинг-кампаний в поисковых системах, соцсетях и через рассылки, а также представление о том, как ИИ может улучшить результаты
- Материалы тренинга в электронном виде
- Профессиональные рекомендации от тренера-эксперта
- Сертификат Академии бизнеса EY

Как проходит обучение

- Интерактивно, с фокусом на практическое применение полученных знаний
- Включает групповые дискуссии, командные и индивидуальные задания, самопрезентации, ролевые игры
- Предоставляет возможность задать вопросы тренеру и обсудить их как в группе, так и индивидуально

Тренеры

Тренинг проводит команда бизнес-тренеров Академии бизнеса EY. Тренеры обладают богатым практическим опытом, а также международными квалификациями ACCA, ACCA DiplFR(Rus), CFA®, CIA®, CIMA®, DiplPSAS, IPMA®, MBA, MBTI®, PMP® и др.

Запросить CV тренера и задать вопросы о тренинге: academy@kz.ey.com

Для кого этот тренинг

- Маркетологи и бренд-менеджеры
- Руководители отделов продаж и развития
- Новички и начинающие специалисты
- Предприниматели и владельцы МСБ

Форматы участия

Для участия необходимо: ноутбук, аккаунты в ChatGPT, SEMrush, SimilarWeb, Google Analytics, Яндекс Метрика, Google Ads, 2GIS, Facebook Business Manager, TikTok Ads Manager, Mailchimp/SendPulse или аналогичные сервисы.

Открытый формат

Тренинг проводится по расписанию Академии бизнеса EY с 10:00 до 17:00 с перерывом на обед и двумя кофе-брейками.

Корпоративный формат

Программа может быть адаптирована и проведена специально для Вашей компании.

- Предварительный анализ потребностей в обучении, определение целей и задач
- Гибкий подход к выбору места, сроков и времени проведения тренингов
- Адаптация тренинга с учетом отраслевой специфики
- Отчет о результатах обучения по запросу клиента



Shape the future
with confidence