



ITMARKETING / Школа IT-маркетинга

+375 29 706 35 79

+7 977 257 69 57

itmarketig.by

Курс
«ITMarketing»

Даты проведения:
14.09.2020–30.09.2020

Время:
18:00-21:15



КАТЕРИНА МУСАБАЕВА
Head of Marketing

Глава маркетинга iTechArt, ex. marketing lead в VRP-Consulting и IntellectSoft



МИХАИЛ РОМАНОВСКИЙ
Head of Marketing

Глава маркетинга и лид-маркетолог в Aetsoft, а до этого в Oхagile, ltransition, ScienceSoft



НИКИТА ЧЕРКАСОВ
YEM, Co-owner

Профессиональный копирайтер и редиайнер продающего контента с 6-ти летним опытом работы в IT



ВИТАЛИЙ БАРАНОВСКИЙ
YEM, Co-owner

Эксперт в многоканальном маркетинге



ТАМАРА КУЛИН КОВИЧ
SK Studio, Co-owner

Эксперт в области маркетинговых исследований и развития продуктов



ЮРИ Й СОРОКИН
SK Studio, CPO

Программный директор, специализирующийся на автоматизации продуктов HR&Sales

ПОНЕДЕЛЬНИК
14.09 / 18:00

18:00/21:15

MARKET DEV VS PRODUCT DEV

Игра-симуляция "Market dev vs Product dev" последовательно воспроизводит разработку стратегии развития бизнеса для продуктовых и сервисных компаний.

Во время игры участники последовательно проходят шаги анализа возможностей компании, исследования рынка, поиска ниши, изучения пользователей, выработки уникального ценностного предложения, подбора каналов продвижения, выбора модели монетизации и получения первых метрик эффективности.

Сценарий игры включает работу с известными методами анализа:

1. Матрица Ансоффа. 2. SWOT-анализ. 3. Матрица рынков Водтке. 4. ADL-матрица. 5. Анализ ёмкости рынка. 6. Кривые жизненного цикла товара. 7. Кривая принятия инноваций. 8. Преодоление пропасти. 9. Алгоритм создания голубого океана. 10. Диаграмма USP. 11. Интервью Customer development. 12. Канва личностных потребностей пользователей. 13. Persona Canvas. 14. Value Proposition Canvas. 15. JTBD. 16. Матрица конкурентных стратегий Портера. 16. Анализ эластичности цены. 17. Business Model Canvas. 18. Lean Canvas.

Дополнительно, в зависимости от выбранной участниками стратегии, в игре также могут встретиться методы:

19. Customer Journey Map. 20. Маркетинг-микс 4-5-7P. 21. Product-market fit / Problem-solution fit canvas. 22. Customer Forces Canvas. 23. Empathy map. 24. PEST, SNW-анализ. 25. SMART-целеполагание. 26. Анализ воронки последователей. 27. Бенчмаркинг. 28. rfx, хуз, abc-анализ. 29. Окно Джохари. 30. Матрица BCG. 31. Consumer decision journey. 32. Service Blue Print. 33.

		<p>NPS. 34. Модель "длинного хвоста". 35. Матрица Абеля. 36. Матрица Томпсона – Стрикленда.</p> <p>В результате игры у участников останутся: - созданная карта исследования рынка и стратегии развития компании, - заполненная Lean Canvas / Business Model Canvas, - заполненные промежуточные матрицы анализа рынка и пользователей, - список каналов продвижения / Тамара Куликович</p>
ПРЕЗЕНТАЦИЯ		«Market dev vs Product dev» / Тамара Куликович
РЕКОМЕНДАЦИИ	КНИГИ (краткое описание)	<ol style="list-style-type: none"> 1.«Больше денег от вашего бизнеса. Партизанский маркетинг в действии» Александр Левитас по УТП и позиционированию. 2. «Спроси маму» Роберт Фитцпатрик. 3. «Пиши, сокращай» Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. 4. «Разработка ценностных предложений» Александр Остервальдер. 5. «Преодоление пропасти» Джефри Мур. 6. «Стратегии голубого океана» Чан Ким. <p>/ рекомендации Тамары Куликович и Юрия Сорокина</p>
	Видео	<ol style="list-style-type: none"> 1.«Как предотвратить каннибализм персон в разработке и продаже»/ Тамара Куликович. 2.«Что делает продавец в ИТ» / Юрий Сорокин 3.«Empathy Mapping» / Юрий Веденин 4.«Как CJM изменила продажи в UXPRESSIA» / Артур Науменко 5. «Фетишизм и удовлетворение потребностей: как влюбить в свой продукт» / Тамара Куликович
	ШАБЛОНЫ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persona Canvas 2. Value Proposition Canvas 3. Lean canvas <p>/ рекомендации Тамары Куликович</p>
СРЕДА 16.09 / 18:00	18:00/21:15	<p>Запуск Outbound маркетинга</p> <p>С кем мы конкурируем на рынке? Азия и Индия - сильный разброс в качестве, но и сильная диаспора в США. Латинская Америка - близость к США, СНГ-шные рейты, но ограниченность в ресурсах. "Европейская" восточная Европа - BrainDrain. Наши "восточные" соседи - политика при выборе вендора и уже сложившаяся репутация у ряда стран СНГ.</p> <p>Почему телемаркетинг — это fail</p> <p>Just another everything doing company. Упор на количество touches, а не качество. Bad English. Long reads. Нет системности в работе телемаркетинг отдела. Нет менторства, трекинга и маркетинговой поддержки. Как найти выход?</p> <p>С чего начать?</p> <p>KYC - know your company: ЧТО вы продаете? КОМУ вы продаете? ПОЧЕМУ вы? КАКОЙ результат вы ожидаете от своего touch?</p> <p>ToolSet айти-маркетолога</p> <p>Основной туллсет айти-маркетолога. Работа с User-friendly CRM. LinkedIn Sales Navigator. Xing. Hunter.io. Uplead. Lead411. Zoominfo.</p>

		<p>Клиентский профиль Как правильно читать клиентский профиль. Особенности корпоративных профилей заказчиков. Трюки при использовании информации из корпоративного профиля для первого kickoff-пингования. / Михаил Романовский</p>
ПРЕЗЕНТАЦИЯ		«Запуск Outbound маркетинга» ч.1 / Михаил Романовский
ПЯТНИЦА 18.09 / до 23:59	On-line сдача 1 части групповой работы	<p>Стратегическая карта компании Подготовка стратегической карты своей компании, описанный портрет покупателя и пользователя услуги компании, оценка ёмкости рынка и сегмента первых покупателей, маркеры первых покупателей для настройки лидогенерации, проверка гипотезы о нужности продукта/услуги методом custdev интервью, анализ конкурентов, сформулированное уникальное торговое предложение в ценностях покупателей, определение каналов продвижения, расчёт бюджета, выбор метрик эффективности, заполненная карта стратегии бизнеса (Lean canvas) / Тамара Куликович</p>
ЧЕК-ЛИСТ		Стратегическая карта компании/продукта / Тамары Куликович
ПОНЕДЕЛЬНИК 21.09 / 18:00	18:00/20:00	<p>Как писать/звонить клиенту Определяем наш call-to-action. Правило 6/12 touches. Как чередуем LinkedIn/e-mail/phone. Особенности подхода в США и Европе. Important small things.</p> <p>О чем говорить с клиентом Don't sound like an Indian. Be straightforward. Рабочая структура вашего сообщения. Четко укажите цель обращения и next steps. Шаринг релевантного контента через social media.</p> <p>Как организовать рабочий день Лучшие дни для писем и звонков. Идеальное время для follow-ups. Как учитывать разницу в time zones. Когда собирать базу, а когда пинговать клиента. Как и когда шарить релевантный контент через social media.</p> <p>Road Show Подготовка к Road Show. Куда и когда хорошо ехать. Как и когда начинаем подготовку. На какие результаты можно рассчитывать. Road show and/or conference / Михаил Романовский</p>
ПРЕЗЕНТАЦИЯ		«Запуск Outbound маркетинга» ч.2 / Михаил Романовский
Рекомендации	ВИДЕО	1. «История внедрения лидскоринга в PandaDoc» / Андрей Гавриленко, Дмитрий Северинец.
	20:00/21:15	<p>Пингование в LinkedIn Цепочки email'ов и сообщений в LinkedIn. Практика фоллоуаппинга и пингования клиента. Как не показаться навязчивым и делать лидген на «скрывающихся» клиентах.</p> <p>Персональные профили в LIN Профили компании и сотрудников в LinkedIn. Продающая обложка для ваших сотрудников. Тонкости работы с LinkedIn.</p> <p>SMM в IT-Маркетинге Brand awareness vs. lead generation. Follower engagement. Facebook and LinkedIn ads. Промо контента в соцсетях. Курирование контента. Social selling.</p>

		/ Никита Черкасов
ПРЕЗЕНТАЦИЯ		«Пингование в LinkedIn. Персональные профили в LIN. SMM в IT-Маркетинге»/ Никита Черкасов
СРЕДА 23.09 / 18:00	18:00/18:30	Boolean & X-Ray leadgen Булев поиск и x-ray поиск при формировании vip-базы. Языки поисковиков, семантика запросов и алгоритмы выдачи информации в основных поисковиках. Основа для старкинга и целевого сорсинга лидов категории "А" / Юрий Сорокин
ПРЕЗЕНТАЦИЯ		«Boolean & X-Ray leadgen»/ Юрий Сорокин
РЕКОМЕНДАЦИИ	ВИДЕО	«Deep Sourcing / Разведка для IT-Sales» / Нарек Асликян.
	18:30/21:00	Inbound Маркетинг Inbound или входящий маркетинг. В чем его отличие от холодного маркетинга, на каком этапе развития компании он начинает работать и каким компаниям он противопоказан. Трафик через SEO, рекламу, блог-посты, SMM, Директории и контактные формы. Основные ошибки Основные ошибки при настройке "входящего маркетинга". Плата за нерелевантный трафик и за "недолиды". Портретизация клиента Портретизация клиента. Основа разработки стратегии входящего маркетинга - разработка и типологизация целевых клиентов. Правила, алгоритмы и примеры. SEO-Ядро SEO-Ядро. Оптимизация вашего сайта под релевантные рынку запросы. Анализ сайта. сравнение с конкурентами, формирование первичного ядра запросов, формирование структуры сайта, внутренняя оптимизация. улучшение контента, улучшение юзабилити, внутренняя перелинковка. Закупка рекламы Закупка рекламы. Google Adwords, КМС, Ремаркетинг. Контекстная реклама (Google Ads, Bing Ads). Медийная реклама (Google display network, Bing display Ads, Youtube Ads). Таргетированная реклама (Facebook Ads, LinkedIn Ads, Twitter Ads). Ремаркетинг (Google Adwords, Facebook Ads, Adroll). Работа с директориями Работа с директориями. Работа с продуктовыми (G2Crowd, Capterra, Trustpilot, Software Advice Consumer Affairs) и сервисными директориями (Theymakeapps, Clutch.co, Goodfirms, BBB.org, Bloomberg). Расчет стоимости лида и аналитика по директориям / Катерина Мусабаева
ПРЕЗЕНТАЦИЯ		«Inbound Маркетинг» / Катерина Мусабаева

РЕКОМЕНДАЦИИ	ССЫЛКИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ сайта, сравнение с конкурентами Semrysh.com и Spyfu.com 2. Формирование семантического ядра Serpstat.com и Wordstat.yandex.ru 3. Проверка скорости загрузки сайта на любых устройствах. 4. Проверка структуры сайта 5. Проверить сайт на видимость для поисковиков / рекомендации Катерины Мусабаевой
	ВИДЕО	«Лидогенерация из директорий» / Ирина Цумарева, Евгений Груданов
ЧЕТВЕРГ 24.09 / до 23:59	On-line сдача 2 части групповой работы	Company one-pager Разработка профессионального одностраничника о компании для использования в лендинге, коммерческом предложении и рекламных материалах / Никита Черкасов
ЧЕК-ЛИСТ		Коммерческое предложение / Никита Черкасов
ПОНЕДЕЛЬНИК 28.09 / 18:00	18:00/21:15	30 ошибок в контенте 30 ошибок в контенте вашего продающего материала: сайта, коммерческого предложения, писем клиенту, описания команды и т.д. Правильный контент на сайт Описание процесса работ: как правильно подать клиенту алгоритмы организации процесса delivery. Основы презентации ключевых услуг и направлений разработки. Презентация целевых индустрий. Презентация выполненных проектов (кейс-стади). References & Testimonials Работа с отзывами. References & Testimonials. Что это? Как их проводить у клиента и куда уместно размещать первые и вторые. Corporate Blog Блог компании. Какой контент создавать, чтобы не только для SEO, но и для читателей. Как сделать из блога — индустриальное медиа. Как отсеивать реально интересные темы от шаблонных, на которые уже сто раз писали. Как переиспользовать свой контент, снижая затраты на производство (у себя и на других площадках). SMM Leadgen Соцсети. Brand awareness vs. lead generation. Follower engagement. Facebook and LinkedIn ads. Промо контента в соцсетях. Курирование контента. Social selling / Никита Черкасов Дополнительно: <ol style="list-style-type: none"> 1. Чек-лист для лендинга (посадочной страницы на сайте). 2. Чек-лист для кейс-стадии (описания проекта). 3. Чек-лист для статьи.
ПРЕЗЕНТАЦИЯ		«30 ошибок в контенте»/ Никита Черкасов
ЧЕК-ЛИСТЫ		<ol style="list-style-type: none"> 1. Чек-лист для лендинга (посадочной страницы на сайте). 2. Чек-лист для кейс-стадии (описания проекта). 3. Чек-лист для статьи.

РЕКОМЕНДАЦИИ	ВИДЕО	«Упаковка сервиса и продукта» / Никита Черкасов
СРЕДА 30.09 / 18:00	18:00/21:15	<p>Финал курса Итоговая защита групповых заданий, обратная связь, обсуждение узких моментов, обмен мнениями и кейсами из практики.</p> <p>Профорентация: развитие карьеры в ИТ маркетинге, отличия работы в разных типах компаний, тренды развития профессии.</p> <p>Вручение дипломов.</p>

* в программе возможны незначительные изменения без сокращения продолжительности программы.



[Facebook](#)
[Instagram](#)
[Youtube](#)
[Telegram](#)

