

GOOGLE TAG MANAGER



**CONVERT
MONSTER**

Агентство Интернет Маркетинга

Ведущий:

Александр Бойко

https://vk.com/convert_monster

<http://convertmonster.ru>

ПЛАН ЗАНЯТИЯ

1. Что такое GTM и зачем он нужен
2. Возможности GTM
3. Базовая настройка счетчиков
4. Расширенная настройка
5. Дополнительные задачи и инструменты
6. Презентация курса "Трафик-менеджер"
7. Ответы на вопросы

ЧТО ТАКОЕ GTM?

ГТМ ЭТО ТЕГ-КОНТЕЙНЕР

На сайт устанавливается один код-контейнер, который позволяет добавлять/удалять другие коды на сайт, без необходимости лезть в код сайта



КОГДА НУЖЕН GTM?

1. Вы используете большое количество различных счетчиков
2. Вам часто приходится добавлять/изменять коды на сайте
3. Не умеете/не хотите работать с кодом сами
4. Как следствие – ваш верстальщик нагружен множеством мелких задач, помимо основных
5. Вам важно контролировать, какие коды на сайте установлены

НА САМОМ GTM – ЕЩЕ КРУЧЕ

Это “прослойка” между вашим сайтом и пользователем, которая при должном умении позволяет перехватывать практически любые действия на сайте и отправлять данные о них в нужную вам систему аналитики

УСТРОЙСТВО И ВОЗМОЖНОСТИ ГТМ

ИНТЕРФЕЙС

Sandbox
Шаблон для занятия ▾

АККАУНТЫ РАБОЧАЯ ОБЛАСТЬ ВЕРСИИ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ GTM-TNGXQXQ Изменений в раб. обл.: 3 **ОПУБЛИКОВАТЬ** ▾

Текущая рабочая область Теги

Default Workspace >

Поиск

- Обзор
- Теги
- Триггеры
- Переменные
- Папки

СОЗДАТЬ

Имя ▲	Тип	Триггеры активации	Папка	Последнее изменение
FB	Пользовательский HTML	All Pages	FB	15 часов назад
TopMail	Пользовательский HTML	All Pages	TopMail	15 часов назад
VK	Пользовательский HTML	All Pages	VK	15 часов назад

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

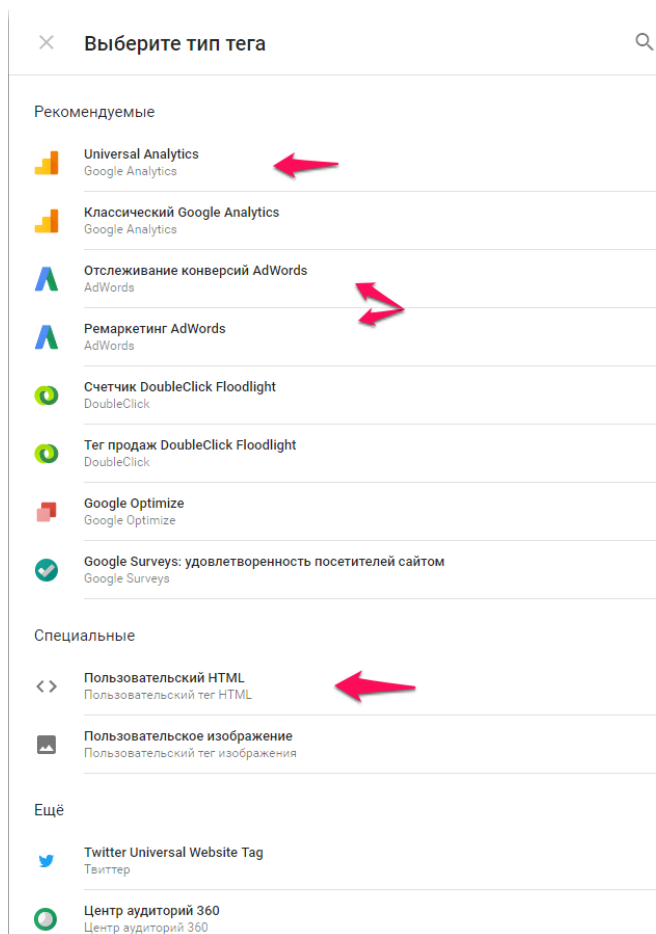
Теги – действия, которые производятся (коды аналитики, скрипты)

Триггер – условие выполнения тега

Переменная – данные, которые можно использовать в тегах и триггерах

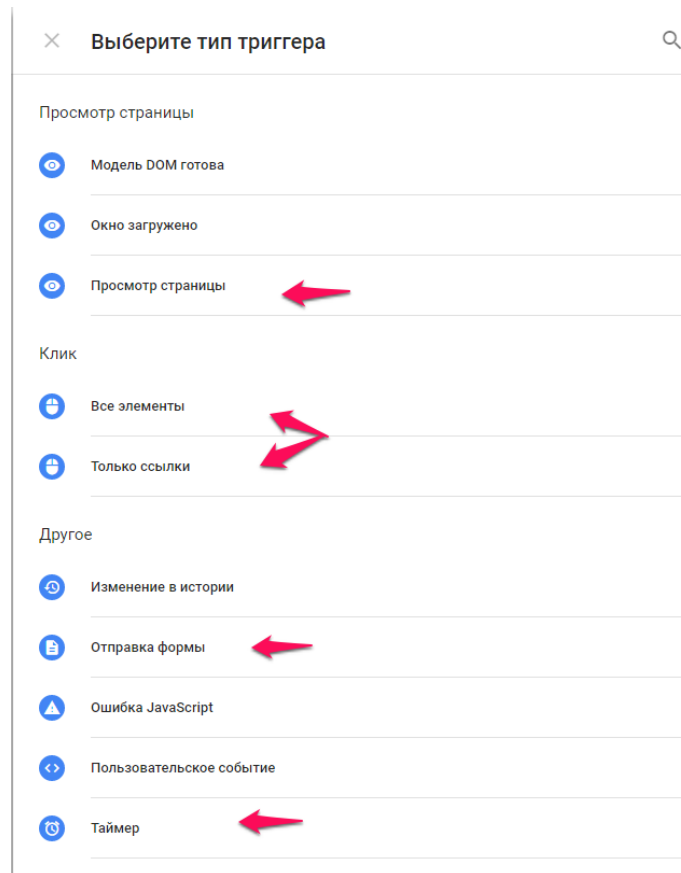
ТЕГИ

Наиболее востребованные типы – Google Analytics, Adwords и пользовательский HTML



ТРИГГЕРЫ

Часто используемые – просмотр страницы, клики, отправка формы и таймер



ПЕРЕМЕННЫЕ

Есть встроенные переменные и пользовательские

Во встроенных – данные о странице, кликах и формах

В пользовательских – практически что угодно

The screenshot displays a web analytics interface with a sidebar on the left and a main content area. The sidebar includes a search bar and navigation items: Обзор, Теги, Триггеры, **Переменные**, and Папки. The main content area is divided into two sections: 'Встроенные переменные' and 'Пользовательские переменные'. The 'Встроенные переменные' section has a red 'НАСТРОИТЬ' button and a table with two columns: 'Имя' and 'Тип'. The 'Пользовательские переменные' section has a red 'СОЗДАТЬ' button and a table with four columns: 'Имя', 'Тип', 'Папка', and 'Последнее изменение'.

Текущая рабочая область
Default Workspace >

Поиск

Обзор

Теги

Триггеры

Переменные

Папки

Встроенные переменные ?

НАСТРОИТЬ

Имя ▲	Тип
Event	Пользовательское событие
Page Hostname	URL
Page Path	URL
Page URL	URL
Referrer	Источник ссылки HTTP

Пользовательские переменные

СОЗДАТЬ

Имя ▲	Тип	Папка	Последнее изменение
FB	Константа	FB	15 часов назад
TopMail	Константа	TopMail	15 часов назад
VK	Константа	VK	15 часов назад

ЧТО ПОЗВОЛЯЕТ ДЕЛАТЬ GTM

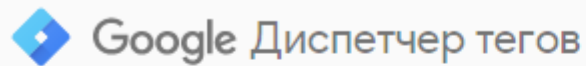
1. Устанавливать общие счетчики на все страницы сайта
2. Запускать коды на определенных страницах сайта (коды для отслеживания конверсий и оптимизации)
3. Выполнять необходимые действия по различным поведенческим моделям (время на странице, нажатие кнопок, отправка форм, количество посещений)
4. Получение и передача дополнительных данных (utm-метки, e-commerce)
5. Управление всем из единого интерфейса

БАЗОВАЯ НАСТРОЙКА

СОЗДАНИЕ И УСТАНОВКА КОНТЕЙНЕРА

1. Создаем аккаунт Google (если есть, заходим на tagmanager.google.com)
2. Создаем аккаунт GTM
3. Создаем контейнер, тип – Веб-сайт
4. Получаем код, ставим на сайт/отправляем верстальщику (больше в код сайта ничего добавлять не потребуется)
5. *Если у вас до этого стояли какие-либо коды, то перед их переносом в GTM убираем их с сайта

СОЗДАЕМ АККАУНТ GTM



АККАУНТЫ

РАБОЧАЯ ОБЛАСТЬ

ВЕРСИИ

АДМИНИСТРИРОВАНИЕ

СОЗДАТЬ АККАУНТ

Добавление нового аккаунта



Настройка аккаунта

Название аккаунта **Название**

✓ Передавать анонимные данные в Google и другие службы

2

Настройка контейнера

Название контейнера

www.ya.ru

Где будет использоваться контейнер

Веб-сайт

iOS

Android

AMP

СОЗДАТЬ

ОТМЕНА

ПОЛУЧАЕМ КОД НА САЙТ

Вторая часть – для работы на устройствах без JavaScript

Установите Диспетчер тегов Google

Скопируйте приведенный ниже код и вставьте его на каждую страницу сайта.

Вставьте этот фрагмент в раздел **<head>** кода страницы как можно ближе к началу:

```
<!-- Google Tag Manager -->  
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':  
new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],  
j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'?'+l':'';j.async=true;j.src=  
'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+l+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);  
})(window,document,'script','dataLayer','GTM-TNGXQXQ');</script>  
<!-- End Google Tag Manager -->
```

Также вставьте непосредственно после открывающего тега **<body>** следующий фрагмент:

```
<!-- Google Tag Manager (noscript) -->  
<noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-TNGXQXQ"  
height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></noscript>  
<!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
```

Подробнее о том, как добавить фрагмент кода Диспетчера тегов Google, читайте в [руководстве по началу работы](#).

ОК

УСТАНОВКА СЧЕТЧИКОВ

1. Создаем новый тег
2. Даем название, выбираем тип – пользовательский HTML
3. Копируем код
4. Выбираем триггер – All Pages
5. Сохраняем

Чтобы изменения появились на сайте, их нужно опубликовать

УСТАНОВКА СЧЕТЧИКОВ

1. Создаем новый тег

АККАУНТЫ РАБОЧАЯ ОБЛАСТЬ ВЕРСИИ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ

Текущая рабочая область

Default Workspace >

Поиск

Обзор

Теги

Триггеры

Переменные

Папки

Теги

СОЗДАТЬ

Имя ▲	Тип	Триггеры активации	Папка	Последнее изменение
FB	Пользовательский HTML	All Pages	FB	17 часов назад
TopMail	Пользовательский HTML	All Pages	TopMail	17 часов назад
VK	Пользовательский HTML	All Pages	VK	17 часов назад

УСТАНОВКА СЧЕТЧИКОВ

2. Даем название, выбираем тип – пользовательский HTML

Специальные



Пользовательский HTML
Пользовательский тег HTML



Пользовательское изображение
Пользовательский тег изображения

Ещё

УСТАНОВКА СЧЕТЧИКОВ

3. Копируем код

× FB 

Конфигурация тега

Тип тега

<> Пользовательский HTML
Пользовательский тег HTML

HTML 

```
1 <!-- Facebook Pixel Code -->
2 <script>
3 !function(f,b,e,v,n,t,s){if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
4 n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};if(!f._fbq)f._fbq=n;
5 n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
6 t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window,
7 document,'script','https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
8 fbq('init', '{{FB}}'); // Insert your pixel ID here.
9 fbq('track', 'PageView');
10 </script>
11 <noscript></noscript>
14 <!-- DO NOT MODIFY -->
15 <!-- End Facebook Pixel Code -->
16
```



УСТАНОВКА СЧЕТЧИКОВ

4. Выбираем триггер – All Pages

Триггеры

Триггеры активации



All Pages

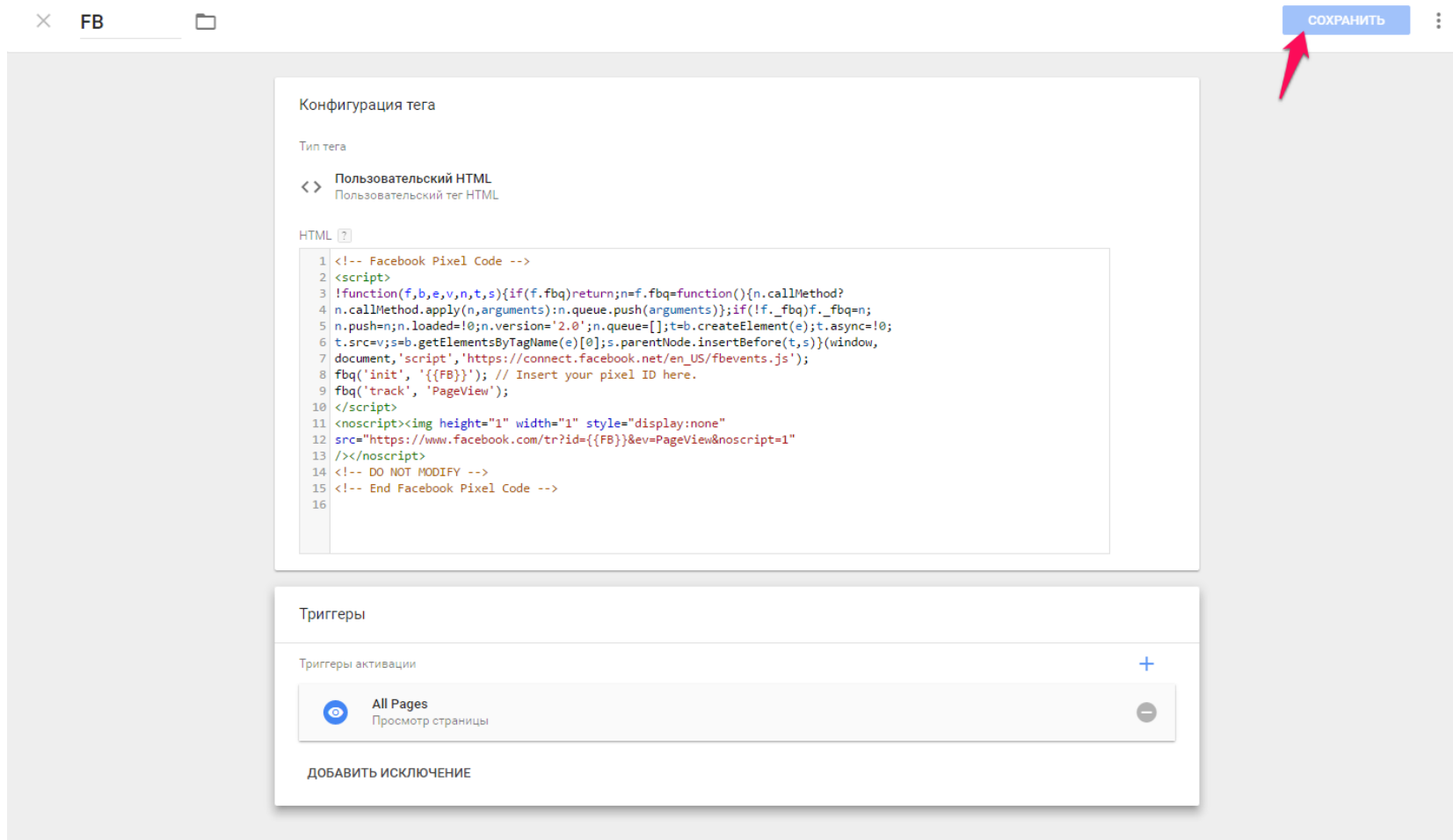
Просмотр страницы



ДОБАВИТЬ ИСКЛЮЧЕНИЕ

УСТАНОВКА СЧЕТЧИКОВ

5. Сохраняем



× FB 📁

СОХРАНИТЬ ⋮

Конфигурация тега

Тип тега


<> Пользовательский HTML
Пользовательский тег HTML

HTML [?](#)

```
1 <!-- Facebook Pixel Code -->
2 <script>
3 !function(f,b,e,v,n,t,s){if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
4 n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};if(!f._fbq)f._fbq=n;
5 n.push=n; n.loaded=!0;n.version='2.0'; n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
6 t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window,
7 document,'script','https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
8 fbq('init', '{{FB}}'); // Insert your pixel ID here.
9 fbq('track', 'PageView');
10 </script>
11 <noscript></noscript>
14 <!-- DO NOT MODIFY -->
15 <!-- End Facebook Pixel Code -->
16
```

Триггеры

Триггеры активации +

 All Pages
Просмотр страницы -

ДОБАВИТЬ ИСКЛЮЧЕНИЕ

ПУБЛИКАЦИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

Sandbox
Шаблон для занятия ▾

АККАУНТЫ РАБОЧАЯ ОБЛАСТЬ ВЕРСИИ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ GTM-TNGXQXQ Изменений в раб. обл.: 3 **ОПУБЛИКОВАТЬ** ▾

Текущая рабочая область Теги

Default Workspace >

Поиск

Обзор

Теги

Триггеры

Переменные

Папки

СОЗДАТЬ

Имя ▲	Тип	Триггеры активации	Папка	Последнее изменение
FB	Пользовательский HTML	All Pages	FB	17 часов назад
TopMail	Пользовательский HTML	All Pages	TopMail	17 часов назад
VK	Пользовательский HTML	All Pages	VK	17 часов назад

ПОВТОРЯЕМ ДЕЙСТВИЯ

Для установки остальных кодов проделываем аналогичные действия

РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

РАСШИРЕННАЯ НАСТРОЙКА

1. Создание переменных
2. Использование таймера
3. Получение данных из URL-адреса
4. Использование данных из "cookies"
5. Отслеживание нажатий кнопок и отправок форм

СОЗДАНИЕ ПЕРЕМЕННЫХ

1. Переходим в раздел переменных и нажимаем "создать"

Текущая рабочая область

Default Workspace >

Поиск

Обзор

Теги

Триггеры

Переменные

Папки

Встроенные переменные ?

НАСТРОИТЬ

Имя ▲	Тип
Event	Пользовательское событие
Page Hostname	URL
Page Path	URL
Page URL	URL
Referrer	Источник ссылки HTTP

Пользовательские переменные

СОЗДАТЬ

Имя ▲	Тип	Папка	Последнее изменение
FB	Константа	FB	17 часов назад
TopMail	Константа	TopMail	17 часов назад
VK	Константа	VK	17 часов назад

СОЗДАНИЕ ПЕРЕМЕННЫХ

2. Выбираем тип (для примера – константа)

Перменная без имени

Конфигурация переменной

Чтобы начать настройку, выберите тип переменной.
[ПОДРОБНЕЕ...](#)

Выберите тип переменной

Навигация

- Источник ссылки HTTP
Источник ссылки HTTP.
- URL

Переменные страницы

- Основной файл cookie
Первое значение из основного файла cookie с соответствующим названием.
- Переменная уровня данных
- Переменная JavaScript
Используется значение указанной глобальной переменной Javascript.
- Собственный код JavaScript
Значение этой переменной вычисляется в браузере с помощью заданной функции JavaScript. Функция вызывается при каждом использовании переменной, возвращая ее значение.

Элементы страницы

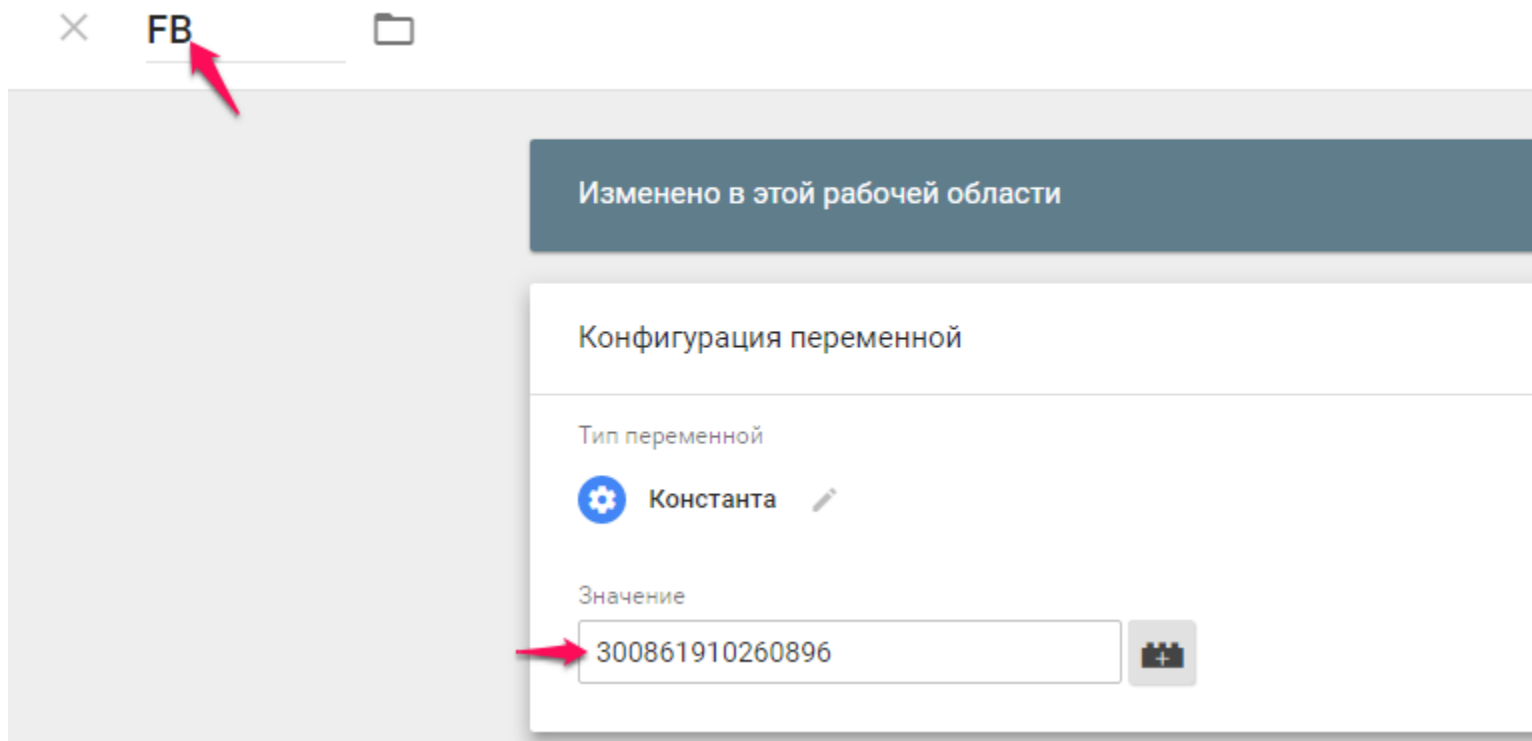
- Переменная автоматического события
- Элемент DOM
Текст или заданный атрибут элемента DOM.

Утилиты

- Константа
Указанная строка.

СОЗДАНИЕ ПЕРЕМЕННЫХ

3. Называем и даем значение, сохраняем



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЕМЕННЫХ

Переменные нужны для подстановки нужных значений в тегах и триггерах, для использования пишем название переменной в двойных фигурных скобках: {{Название}}

<> Пользовательский HTML
Пользовательский тег HTML

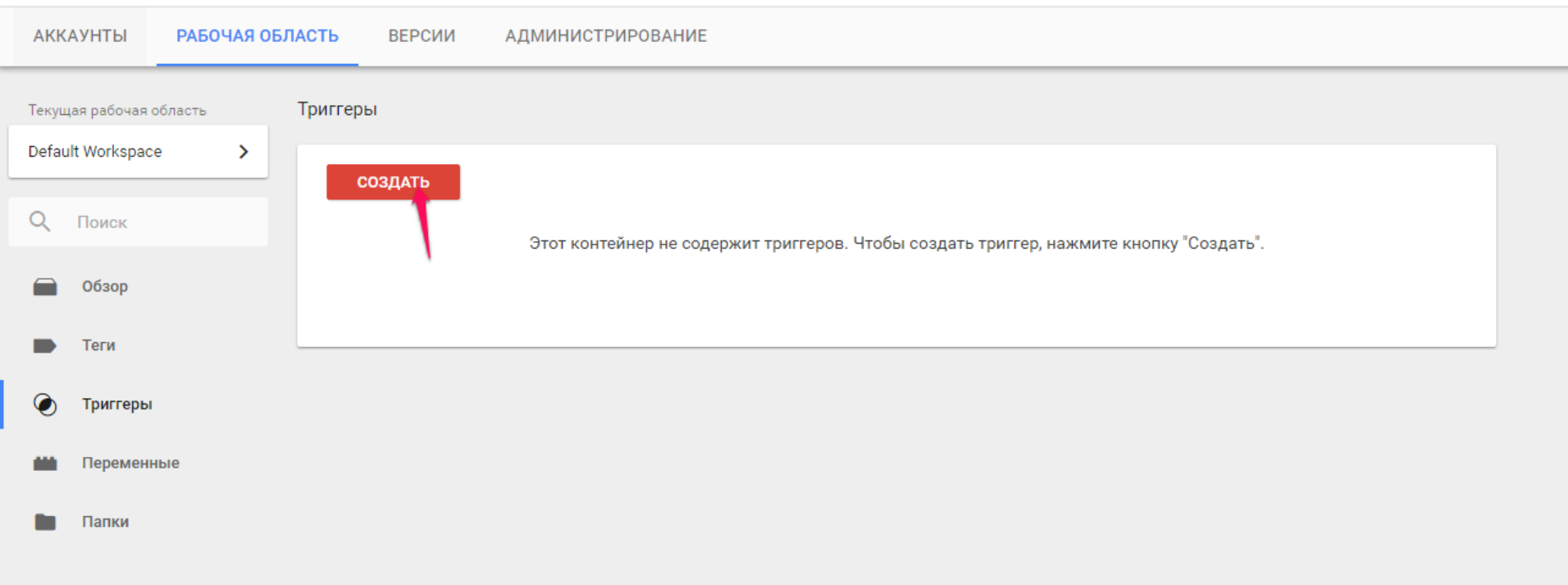
HTML ?

```
1 <!-- Facebook Pixel Code -->
2 <script>
3 !function(f,b,e,v,n,t,s){if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
4 n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};if(!f._fbq)f._fbq=n;
5 n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
6 t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window,
7 document,'script','https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
8 fbq('init', '{{FB}}'); // Insert your pixel ID here.
9 fbq('track', 'PageView');
10 </script>
11 <noscript></noscript>
14 <!-- DO NOT MODIFY -->
15 <!-- End Facebook Pixel Code -->
16
```



СОЗДАЕМ ТАЙМЕР

1. Переходим в раздел триггеры, создаем новый



АККАУНТЫ РАБОЧАЯ ОБЛАСТЬ ВЕРСИИ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ

Текущая рабочая область
Default Workspace >

Поиск

Обзор

Теги

Триггеры

Переменные

Папки

Триггеры

СОЗДАТЬ

Этот контейнер не содержит триггеров. Чтобы создать триггер, нажмите кнопку "Создать".

СОЗДАЕМ ТАЙМЕР

2. Даем понятное название, выбираем тип - Таймер

× Timer15sec 📁

Настройка триггера

Чтобы начать настройку, выберите тип
[ПОДРОБНЕЕ...](#)

× Выберите тип триггера 🔍

Просмотр страницы

👁️ Модель DOM готова

👁️ Окно загружено

👁️ Просмотр страницы

Клик

👤 Все элементы

👤 Только ссылки

Другое

🕒 Изменение в истории

📧 Отправка формы

⚠️ Ошибка JavaScript

👁️ Пользовательское событие

🕒 Таймер

СОЗДАЕМ ТАЙМЕР

3. Настраиваем (на изображении настройки триггера который сработает 1 раз через 15 секунд после загрузки любой страницы, и будет включатся на всех страницах домена)

Настройка триггера

Тип триггера

Таймер

Имя события

gtm.timer

Интервал ?

15000 мс

Ограничение ?

1

Включить триггер при выполнении всех этих условий

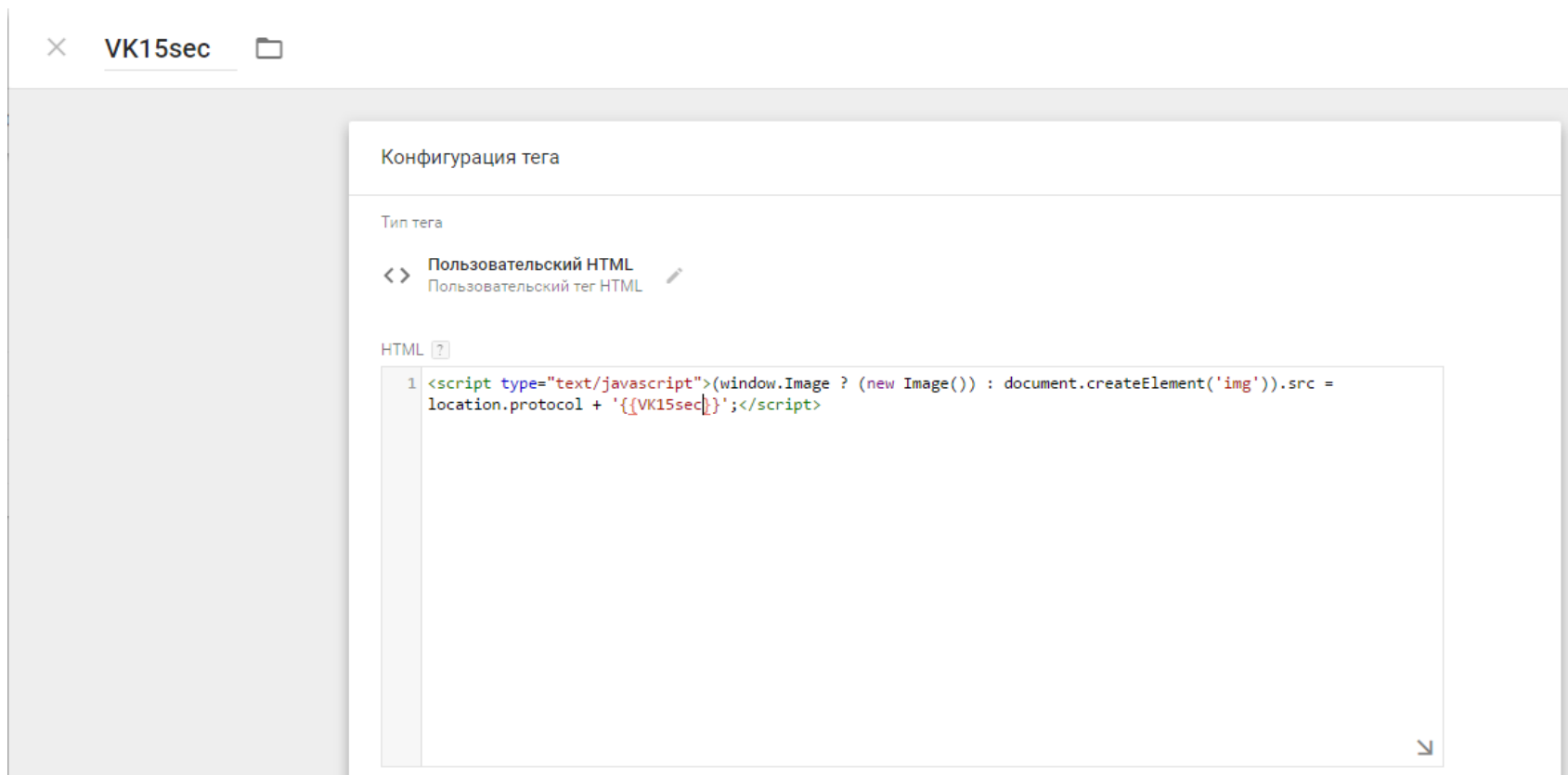
Page URL содержит sitename.ru

Триггер активируется на следующих страницах:

Все таймеры Некоторые таймеры

ИСПОЛЬЗУЕМ ТАЙМЕР




1. Создаем новый тег, пользовательский HTML, копируем код, который нужно запускать по таймеру



ИСПОЛЬЗУЕМ ТАЙМЕР

2. Выбираем триггер – созданный ранее таймер, сохраняем

× Выберите триггер

Название	Тип	Папка ▲	Фильтр
 All Pages	Просмотр страницы	--	--
 Timer15sec 	Таймер	--	--

РЕЗУЛЬТАТ

Код выполняется через 15 секунд после загрузки страницы

Применения:

- Точный показатель отказов в Google Analytics
- Создавая пиксели Вконтакте под разные таймеры получаем срезы аудитории, находившиеся на странице нужное время
- Отправляя собственные события в Facebook и настраивая на них аудиторию также получаем срезы аудитории по времени нахождения на странице

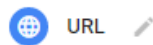
ПОЛУЧЕНИЕ ДАННЫХ ИЗ URL

1. Переходим в раздел переменные, создаем новую
2. Выбираем тип переменной – URL, тип компонента - Запрос

× utm_source 📁

Конфигурация переменной

Тип переменной



Тип компонента

Запрос ▼

Когда ключ запроса не задан, используется значение строки запроса URL без вопросительного знака (например, "a=b" в URL "http://x.com/?a=b").

Когда ключ запроса задан, используется неэкранированное значение первого соответствующего компонента запроса или неопределенное значение (если соответствующих компонентов запроса нет). Например, для ключа запроса "a" и URL "http://example.com/?a=x&b=y" переменной будет присвоено значение "x".

Ключ запроса 



> Дополнительные настройки

ПОЛУЧЕНИЕ ДАННЫХ ИЗ URL

Запрос – часть адреса после знака "?", например UTM-метки

Ключ запроса – то что стоит перед знаком "="

Пример:

http://convertmonster.ru?utm_source=facebook&utm_medium=cpm

Запросом будет часть [utm_source=facebook&utm_medium=cpm](#)

Для метки source ключом будет [utm_source](#)

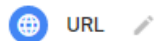
ПОЛУЧЕНИЕ ДАННЫХ ИЗ URL

3. Вводим нужный ключ запроса

× utm_source 📁

Конфигурация переменной

Тип переменной




Тип компонента

Запрос ▾

Когда ключ запроса не задан, используется значение строки запроса URL без вопросительного знака (например, "a=b" в URL "http://x.com/?a=b").

Когда ключ запроса задан, используется незкранированное значение первого соответствующего компонента запроса или неопределенное значение (если соответствующих компонентов запроса нет). Например, для ключа запроса "a" и URL "http://example.com/?a=x&b=y" переменной будет присвоено значение "x".

Ключ запроса ?

utm_source 

> Дополнительные настройки

РЕЗУЛЬТАТ

В переменной будет сохранена UTM-метка source

В примере

http://convertmonster.ru?utm_source=facebook&utm_medium=cpm

при использовании вместо переменной `{{utm_source}}` будет подставлено "facebook"

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Создаем триггер, срабатывающий при наличии метки `utm_source`

Настройки:

× utm_source 📁

СОХРАНИТЬ

Настройка триггера

Тип триггера

Пользовательское событие

Имя события

gtm.load

Использовать регулярные выражения

Триггер активируется на следующих страницах:

Все специальные события

Некоторые специальные события

Активировать триггер при наступлении события и выполнении всех этих условий

utm_source

не равно

undefined

-

+

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Создаем триггер, срабатывающий при наличии метки `utm_source`

Настройки:

Тип - пользовательское событие

Имя - `gtm.load`

Некоторые специальные события,

`utm_source` не равно `undefined`

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Применение:

- Запуск отдельных пикселей Вконтакте для формирования сегментов аудитории по каналам рекламы
- Отправка событий в Facebook с аналогичной целью

ПОЛУЧЕНИЕ ДАННЫХ COOKIES

1. Создаем новую переменную, тип - основной файл cookie

ПОЛУЧЕНИЕ ДАННЫХ COOKIES

2. Название cookie – название нужного параметра, после этого значение будет доступно в переменной для использования

ОТСЛЕЖИВАНИЕ КНОПОК И ФОРМ

1. Включаем встроенные переменные кликов и форм

Клики

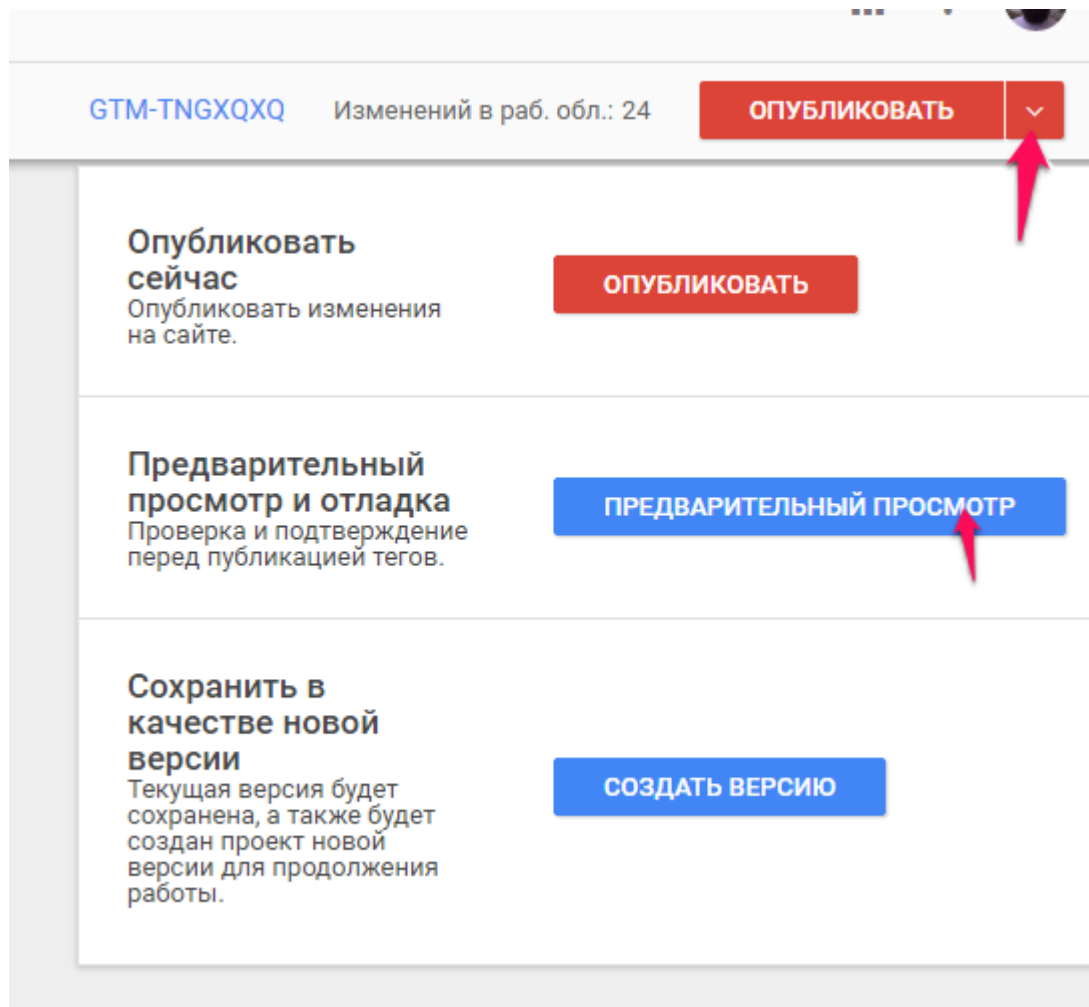
- Click Element
- Click Classes
- Click ID
- Click Target
- Click URL
- Click Text

Формы

- Form Element
- Form Classes
- Form ID
- Form Target
- Form URL
- Form Text

ОТСЛЕЖИВАНИЕ КНОПОК И ФОРМ

2. Включаем режим предварительного просмотра



ОТСЛЕЖИВАНИЕ КНОПОК И ФОРМ

3. Заходим на сайт и совершаем нужное действие, смотрим параметры

ОТСЛЕЖИВАНИЕ КНОПОК И ФОРМ

4. Настраиваем триггер по этим параметрам

ОТСЛЕЖИВАНИЕ КНОПОК И ФОРМ

5. Запускаем нужные теги по созданным триггерам

ИМПОРТ ШАБЛОНА

КУРС ТРАФИК-МЕНЕДЖЕР

- **Начало обучения 7 февраля 2017 года в 18.30**
- Продолжительность курса – 2,5 месяца.
- 21 занятие
- Занятия будут проходить в формате практикума **2 раза в неделю**, в будние дни с 18:30 – 21:00.
- Максимальное количество слушателей в группе – **25 человек**.
- Максимальное количество групп – **3**.
- Если вы не успеваете попасть на занятие, вы получаете **запись и презентацию**
- Обучение онлайн

ГОТОВЬТЕСЬ ПАХАТЬ



ПРОВЕРЕННАЯ ПРОГРАММА

За 3 года мы **обучили 4999 человек** и опытным путем выяснили, что лучший результат дает система

Лекция + домашнее задание + проверка + обратная связь

Домашнее задание дается **после каждого занятия.**

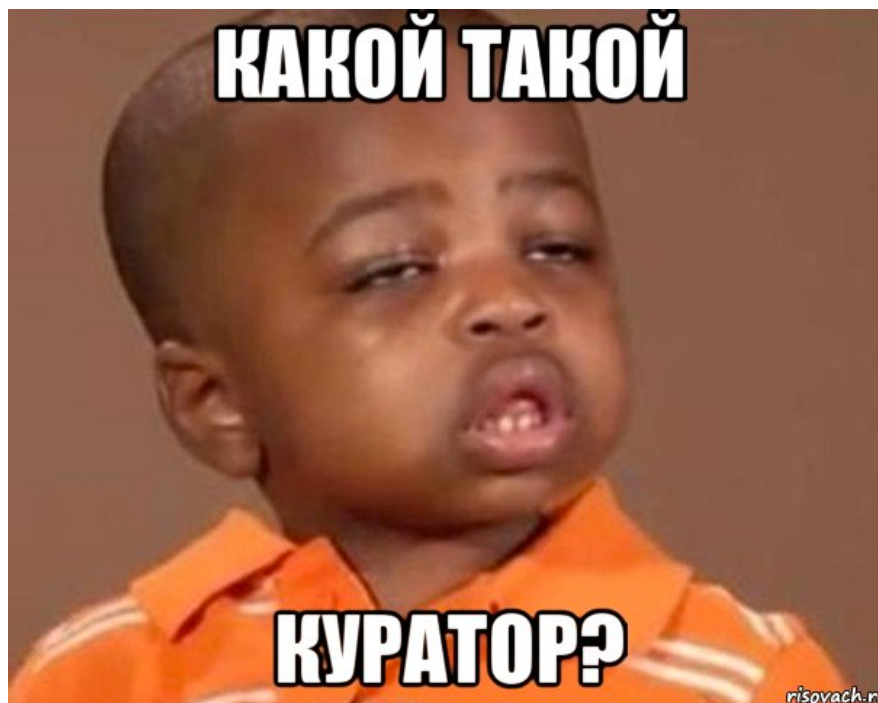
ПРЕПОДАВАТЕЛИ-ПРАКТИКИ С ОПЫТОМ БОЛЕЕ 3 ЛЕТ

Курс ведут **действующие специалисты Convert Monster** по привлечению трафика.



ЛИЧНЫЙ КУРАТОР НА 90 ДНЕЙ

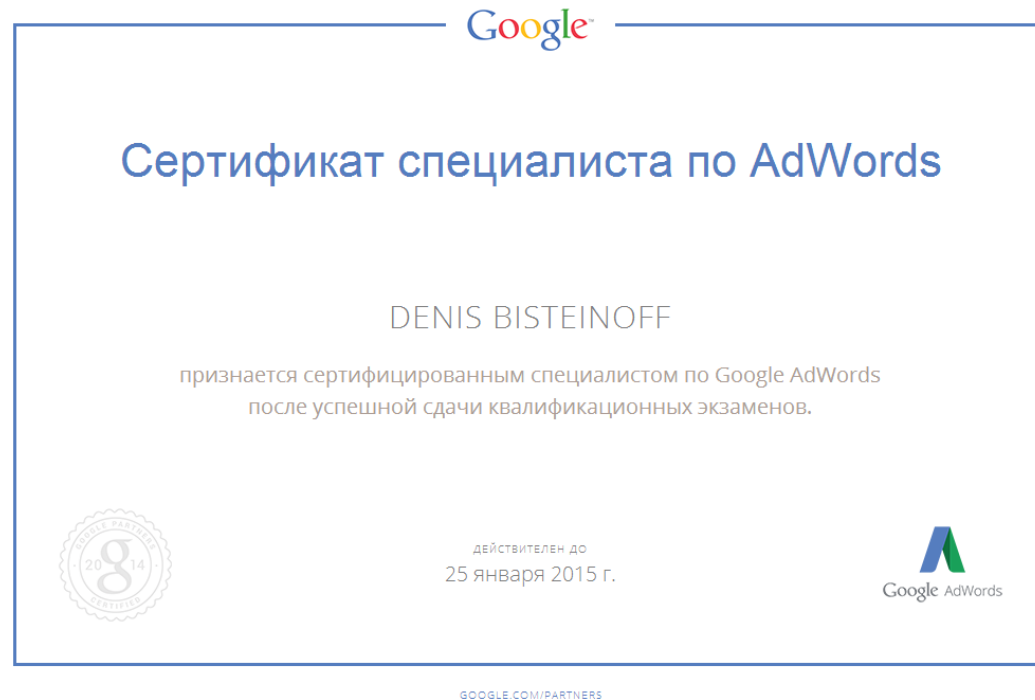
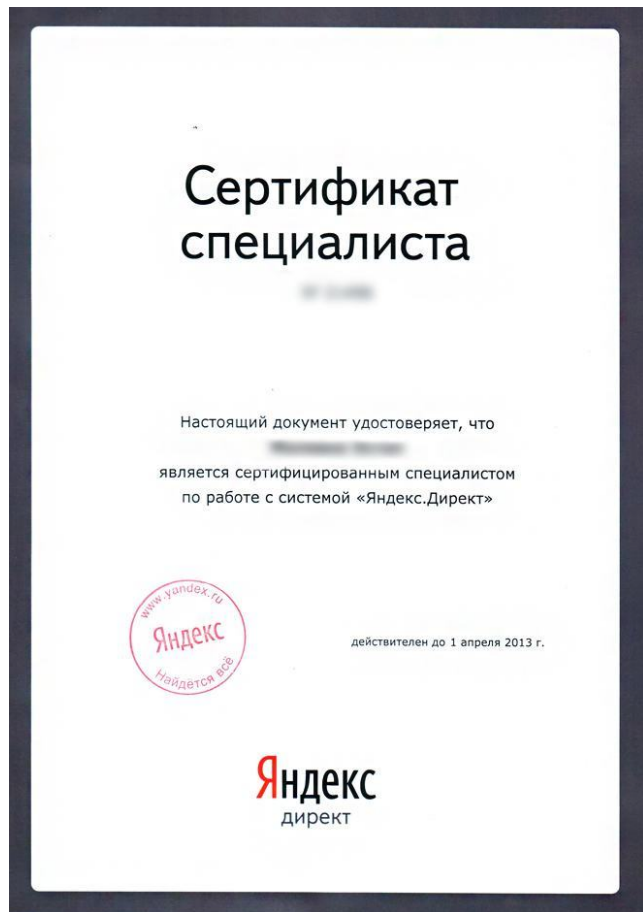
Чтобы вы гарантированно усвоили весь материал, **Вы получаете куратора на весь период обучения** (60 дней) + **еще месяц после окончания** обучения (30 дней).



ВАЖНО! ОБУЧЕНИЕ НА РЕАЛЬНОМ ПРОЕКТЕ



ПОМОЩЬ В ПОЛУЧЕНИИ СЕРТИФИКАТОВ GOOGLE И ЯНДЕКС



ЕДИНОМЫШЛЕННИКАМИ В TELEGRAM

The screenshot shows a Telegram chat interface. At the top, a message from 'Алексей vk.com/id94880079' is displayed in a white bubble. The text of the message is: 'форма заявки не выскакивает, там будет стоимость. выбрать дату заказать.' followed by the time '20:50'. Below this, another message from the same sender is shown: 'Сайт будет работать только через SEO. Это полноценный сайт будет.' with the time '20:51'. A yellow bar below the messages indicates '21 unread messages'. The next message is from 'Алексей vk.com/id94880079' with the text 'не лендос' and the time '20:51'. Below this is a screenshot of a website for 'Грузоперевозки по Санкт-Петербургу' (Freight transport in St. Petersburg). The website header includes the text 'оперативно - надежно - выгодно' (operational - reliable - profitable). At the bottom of the website screenshot, there is a navigation bar with four buttons: 'Город отправления' (Origin city), 'Город назначения' (Destination city), 'Укажите вес' (Specify weight), and 'Узнать стоимость' (Find out the cost). The 'Узнать стоимость' button is highlighted in yellow. Two red arrows point from the 'Город назначения' button to the text 'там будет стоимость' in the first message. At the bottom of the chat, a partial message from 'Алексей vk.com/id94880079' is visible, showing a profile picture and the name 'Евгений Богданов'.

Алексей vk.com/id94880079
форма заявки не выскакивает, там будет стоимость. выбрать дату заказать. 20:50

Сайт будет работать только через SEO. Это полноценный сайт будет. 20:51

21 unread messages

Алексей vk.com/id94880079
не лендос 20:51

Грузоперевозки по Санкт-Петербургу
оперативно - надежно - выгодно

Город отправления | Город назначения | Укажите вес | Узнать стоимость

Алексей vk.com/id94880079
Евгений Богданов
Photo

РЕЗУЛЬТАТЫ ПО ОКОНЧАНИЮ КУРСА ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТА, ФРИЛАНСЕРА

- Прокачаете знания, повысите квалификацию;
- Разберетесь во всех тонкостях привлечения трафика;
- Увеличите доход (получите ощутимую прибавку к зарплате или выйдете на стабильный заработок);
- Лучшие ученики попадут на стажировку в Convert Monster и другие агентства.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПО ОКОНЧАНИЮ КУРСА ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦА БИЗНЕСА

- Разберетесь во всех тонкостях работы с трафиком;
- Выберите качественных подрядчиков или наймете (прокачаете) сотрудников;
- Агентства (сотрудники) будут заинтересованы в увеличении вашей прибыли;
- Получите сотни новых клиентов в свой бизнес и увеличите ДОХОД.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПО ОКОНЧАНИЮ КУРСА ДЛЯ АРБИТРАЖНИКА

- Увеличите качество рекламных материалов;
- Увеличите прибыльность;
- Научитесь быстро масштабировать офферы;
- Автоматизируете оптимизацию рекламных материалов;
- Найдете прямых рекламодателей

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 1. Создание медиаплана (Вводное)

- Основные показатели KPI
- Базовые ключевые слова
- Минус-слова
- Медиаплан для поиска
- Медиаплан для контекста
- Оценка прибыли

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 2. Конкурентный анализ рынка

- Анализ ключевых слов
- Анализ текстов объявлений
- Анализ бюджетов
- Анализ УТП
- Анализ форумов и блогов
- Тайный клиент
- Сводная таблица по идеальному предложению

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 3. Сбор семантического ядра

- Мозговой штурм
- Анализ сайтов конкурентов
- Метод СВЧ
- Эхо
- Автоматизация

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 4. Создание текстов объявлений

- Факторы принятия решения о покупке
- Основы копирайтинга
- Скрипты для поисковых кампаний
- Скрипты для площадок
- Расширения объявлений

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 5. Настройка поисковой рекламы Яндекс.Директ

- Принцип аукциона
- UTM метки
- Загрузка при помощи Excel
- Работа с Direct Commander
- Основные настройки
- Ставки
- А / Б тесты

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 6. Настройка поисковой рекламы Google Adwords

- Шаблон быстрого переноса рекламных кампаний
- Показатель качества
- Работа с Adwords Editor
- Основные настройки
- Шаблон быстрого переноса рекламных кампаний
- Расширение рекламных объявлений
- А / Б тесты

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 7. Работа с РСЯ

- Сбор семантического ядра для площадок
- Виды таргетинга
- Быстрая загрузка рекламы
- А / Б тесты
- Ретаргетинг

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 8. Работа с КМС

- Медиапланирование
- Сбор семантического ядра для площадок
- Виды таргетинга
- Быстрая загрузка рекламы
- Ретаргетинг
- А / Б тесты

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 9. Основные отчеты контекстной рекламы

- Работа с отчетами
- Аналитика отчетов

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 10. Настройка счетчиков Метрики и Analytics. Базовые отчеты для анализа

- Основные показатели
- Настройка целей
- Отчеты по эффективности работы
- Группировки
- UTM метки

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 11. Настройка счетчика Analytics.

- Основные показатели
- Настройка целей
- Импорт данных в Google Analytics
- Создание фильтров
- Создание представлений

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 12. Продвинутое фишки Google Adwords и Яндекс.Директ

- Отчет по ошибкам
- Отчет по кампаниям
- Отчет по времени покупки
- Отчет по ссылкам
- Отчет по средней позиции
- Отчет по объявлениям
- Отчет по регионам

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 13. Работа с фидами и автоматизация

- Яндекс Маркет
- Google Merchant Center
- Price Labs
- Ставки
- Интеграция с фидом
- Функции K50
- Автоматизация создания рекламных кампаний
- Настройка ставок

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 14. Подготовка рекламы Вконтакте

- Разработка карты персонажа
- Парсинг групп
- Стратегии поиска определенной целевой аудитории

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 15. Запуск и автоматизация Вконтакте

- Структура рекламного аккаунта
- Объявления
- Загрузка кампаний
- Тестирование
- Ретаргетинги
- Оптимизация

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 16. Запуск рекламы Facebook

- Поиск аудиторий
- Загрузка кампаний
- Стратегии рекламы
- Форматы рекламных объявлений
- Первичная оптимизация

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 17. Продвинутые методы таргетинга

- Сложный ретаргетинг
- Похожие аудитории
- Power Editor
- Поиск узких аудиторий
- Реклама в Instagram
- Продвижение постов ВКонтакте

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 18. MyTarget

- Рекламный кабинет
- ОК Target
- Стратегии показов
- Ретаргетинг

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 19. Сквозная аналитика

- Модели атрибуции
- Оценка вкладов рекламы на основе Google Analytics
- Настройка ROI Stat
- Отслеживание KPI

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 20. Продвинутые методы рекламы)

Яндекс.Директ

- display.yandex.ru
- Аудитории
- Реклама приложений
- Скликивание
- Конкурентная борьба
- Глубокая минусовка

Google Adwords

- Gmail реклама
- Кросс Минусовка
- Реклама приложений
- Межстраничные баннеры

ПОДРОБНАЯ ПРОГРАММА КУРСА

ЗАНЯТИЕ 21. Зарубежный трафик

- Adroll
- Progmatic платформы
- Зарубежные PPC Фиды
- Email PPC
- Боты, скликивания и накрутки
- Raven Tools

ОТЗЫВЫ О КУРСАХ



Антон Липчанский 9 сен 2016 в 12:05

Курс конечно убойный!! 👍👍👍 Скажу без прекарас, под конец начал выдыхаться - темп приличный такой, что хочется идти к финишу все быстрее (здесь главное, чтобы дышалки на дистанцию хватило 😊). Все то, что дают - практически применяю и реализовываю на практике - результаты просто сногшибательные. Хотя тематика и закрытая (медицинская), руководство четко сказало: **МЫ ЕЩЕ НЕ ВИДИЛИ, ЧТОБЫ С РЕСУРСОВ ИНТЕРНЕТА ПРИХОДИЛИ ЗАЯВКИ...** 😊. И несмотря на то, что шаг вообще-то казался рисковый (первый раз) - теперь четко понимаешь, что все зависит от тебя: как спарсишь поисковые запросы, какие каналы будешь использовать, в конце концов дошло и что такое конкурентный анализ и нафига он вообще нужен))). А сколько вкусностей таит в себе сегментация аудитории - подумать страшно - и это все хочется побыстрее реализовать и оценить эффект. Вообще советую- не пожалеее денег. По крайней мере таких курсов я еще не встречал - все вокруг да около, а здесь дают - прочный фундамент знаний, позволяющий выстроить небоскреб маркетинговых исследований. Но надо учесть, что и за Вас никто не сделает работы, а ее много! Переформулировав фразу К. Маркса скажу так: «В интернет-маркетинге нет широкой столбовой дороги, и только тот может достигнуть её сияющих вершин, кто, не страшась усталости, карабкается по её каменистым тропам.» Всей команде Convert Monster удачи и процветания - Бог даст, еще свидимся! 🙏

ОТЗЫВЫ О КУРСАХ



Василий Масловский 5 янв 2017 в 7:15

Добрый день всем!

Ребятам из Convertmonster огромное спасибо за обучение. Хотя я не был совсем новичком в интернет-маркетинге, не смотря на это курс оказался мега полезным. Особенно понравились занятия про seo, контент-маркетинг и аналитику. Курс не простой, но очень интересный. Думаю, что он полезен не только интернет-маркетологам (как исполнителям), но и руководителям, для понимания процессов.

Спасибо за разбор домашних заданий и ответы на вопросы – именно это отличает качественное обучения от обычного просмотра "пиратской" версии курса. Отдельное спасибо моим кураторам – Анастасии и Антону.

Из результатов – стоимость клика в Я.Директ и G.Adwords снизилась в среднем на 10 р. – в итоге экономим около 50 000 р. на контексте по сравнению с предыдущими рекламными кампаниями.

ОТЗЫВЫ О КУРСАХ



Иван

19.08.15

Антон привет.

Вчера был на мастер классе у тебя. У нас 900 лидов в день по эдвордсу. С нуля. По вашему курсу.

Подбор и оформление кредитов. Филкос.

Может я вам отзыв напишу хороший в обмен на вебинар по вепдиректу?

Я сам не смогу смотреть, уезжаю отдыхать, а вот ассистенту дал бы посмотреть.

Что скажешь?



Антон

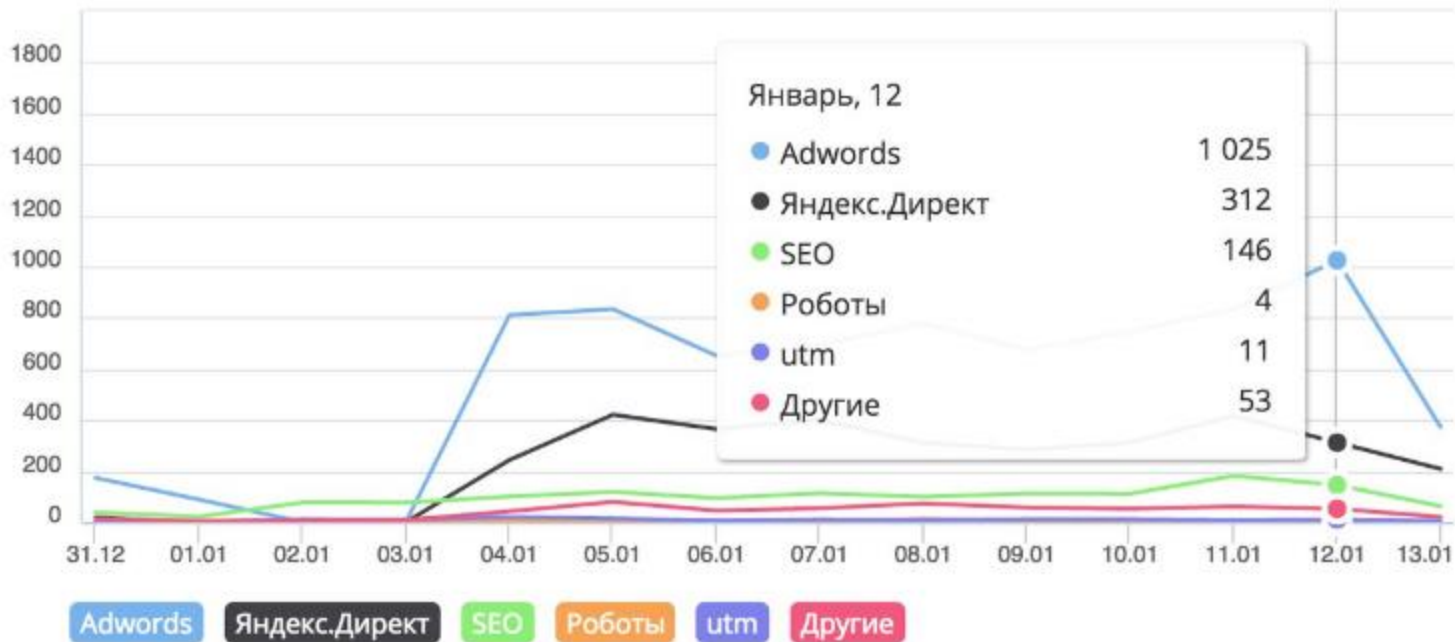
19.08.15

Ну давай, только со скринами

ОТЗЫВЫ О КУРСАХ

Популярные каналы за 2 недели

Визиты Заявки Продажи Выручка Расходы



АБСОЛЮТНАЯ ГАРАНТИЯ

- Информация не актуальна?
- Методика не сработала?
- Хотя что-то не понравилось?

**100% гарантия возврата денег
в течение 30 дней**

СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ НА КУРС

~~66 000 руб.~~

14 950 руб. без куратора

24 950 руб. с куратором

При условии:

- предоплата 1 000 руб. сегодня
- полная оплата до 21 января

ЕСЛИ КУРС НЕ ПОДХОДИТ

Аудит Google Adwords (занятие 2 часа)

~~2700~~ 990 руб

**А ЕСЛИ ХОТИТЕ, ЧТОБЫ МЫ
СДЕЛАЛИ ЗА ВАС!**

Оставьте заявку на настройку рекламы
в агентстве