

«ШКОЛ МНОГО, НО УЧАТ НЕ ВЕЗДЕ!

При многообразии обучающих курсов и программ, далеко не каждая школа дает реальные знания и возможность применения в действии.

В Target school студенты получают не только рабочие знания о продвижении бизнес-проекта в социальных сетях, но и под руководством опытных кураторов применяют их «на деле».

Согласитесь, важно иметь наставника, который ответит на вопрос, подскажет и направит в нужном направлении.

Target school – это не просто обучающая платформа, это рабочие группы, чаты практикующих таргетологов, zoom-конференции и сообщество единомышленников.

Для тех, кто хочет научиться, наработать кейс, отточить навыки и выпускнуться полноценным специалистом, который на «ты» с рекламным кабинетом.

Target school – отличная возможность с нуля получить новую высокооплачиваемую профессию не выходя из дома, которая доступна каждому.

КОНСТАНТИН МАЛЕНТЬЕВ,
создатель Taplink

АНАСТАСИЯ ЛУШНИКОВА

ТАРГЕТОЛОГ

КАК УДАЛЕННАЯ ПРОФЕССИЯ



ПРАКТИКУМ
ПО ОСВОЕНИЮ
ПРОФЕССИИ С НУЛЯ



МОСКВА
2020

УДК 659.1
ББК 76.006.5
Л87

Художественное оформление
А. Шуклина

В оформлении обложки использована иллюстрация:
© MaDedee / Shutterstock.com
Используется по лицензии от Shutterstock.com

Во внутреннем оформлении используются иллюстрации
из архива автора

Л87 **Лушникова, Анастасия Васильевна.**
Таргетолог как удаленная профессия : практикум по освоению профессии с нуля / Анастасия Лушникова. — Москва : Эксмо, 2020. — 272 с.

ISBN 978-5-04-163115-4

Сегодня предприниматели всё чаще отказываются от офисов, а бизнес перетекает в онлайн. Поэтому удалённые сотрудники — это удобно! Собственникам не нужно платить за офис, приобретать дополнительную технику и перекусы для кофе-таймов. Соответственно, намного меньше ответственности. А удалённому сотруднику продуктивнее и эффективнее работать и создавать своё рабочее пространство. Потому что таргетолог — это человек, который не только настраивает галочки в рекламном кабинете, а имеет творческий подход, способен мыслить нестандартно и умеет тестировать гипотезы. В этом отличие от офисных сотрудников, которые сидят в четырёх стенах. Например, есть гипотеза, что в 00:00 обновляются алгоритмы и реклама, запущенная в это время, лучше откручивается. Любой предприниматель и специалист, работающий офлайн с 8 до 17, не станет запускать её в 00:00 и отключать в 6:00, чтобы протестировать. Он может быть в этом не заинтересован. А у того, кто работает удалённо, есть мотивация. Для него важен результат, поэтому он станет подбирать оптимальные стратегии.

УДК 659.1
ББК 76.006.5

ISBN 978-5-04-163115-4

© Лушникова А., 2020
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2020

Содержание

Введение. От автора	7
Подготовительные работы	12
Глава 1. ФОРМУЛА ЖИЗНЕННОГО БАЛАНСА	16
Глава 2. ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ	25
Глава 3. КАК РАБОТАТЬ МЕНЬШЕ, НО ЛУЧШЕ?	31
Глава 4. ЛИЧНЫЙ БРЕНД ТАРГЕТОЛОГА.	45
Глава 5. ЛИЧНОЕ МЕДИАПРОСТРАНСТВО.	58
Глава 6. INSTAGRAM ДЛЯ БИЗНЕСА	61
Глава 7. ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ ВЫСОКОЙ КОНВЕРСИИ	70
Глава 8. КТО ТАКОЙ ТАРГЕТОЛОГ	74
Глава 9. ДЛЯ КОГО РАБОТАЕТ ТАРГЕТОЛОГ?	77
Глава 10. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ	88
Настройка таргетинговой рекламы для таргетолога . . .	104
Глава 11. 21 ОШИБКА НОВИЧКОВ ПРИ ЗАПУСКЕ РЕКЛАМЫ В INSTAGRAM.	108
Глава 12. СТРАТЕГИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ.	117
Глава 13. КАКОЙ БЮДЖЕТ ЗАКЛАДЫВАТЬ НА РЕКЛАМУ? . .	122
Глава 14. РЕКЛАМНЫЙ КАБИНЕТ	128
Глава 15. НАСТРОЙКА АУДИТОРИЙ.	181
Глава 16. ТАРГЕТИНГ И РЕТАРГЕТИНГ	196
Глава 17. ПИКСЕЛЬ И СОБЫТИЯ. ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА.	200

Глава 18. ВОРОНКА ПРОДАЖ ТАРГЕТОЛОГА	207
Глава 19. ЛИД-МАГНИТ	212
Глава 20. EMAIL-МАРКЕТИНГ.	236
Глава 21. МЕССЕНДЖЕРЫ И ЧАТ-БОТЫ	239
Анализ результата	242
Глава 22. ОПТИМИЗАЦИЯ И МАСШТАБИРОВАНИЕ. ФОРМУЛЫ РАСЧЕТА	247
Глава 23. ПОЛЕЗНЫЕ СЕРВИСЫ И ПРИЛОЖЕНИЯ ТАРГЕТОЛОГА.	253
Глава 24. ГДЕ ЕЩЕ ИСКАТЬ ЗАКАЗЫ И КЛИЕНТОВ?	255
Словарь таргетолога	259

Введение. От автора

Волны накатывают одна за другой, облизывая влажные камни, и разбиваются у твоих ног в шипящую, как аспирин, пену. На горизонте, где небо сливается с морем, маячат паруса виндсерфов. Ветер пахнет солью и свободой.

Где ты? На Бали? В Таиланде? Или, может быть, в Майами?

Тррр-Тррр-Тррр!

Ты с трудом разлепляешь склеенные намертво сном ресницы, параллельно шаря рукой по кровати в поисках телефона. Это был всего лишь сон. Увы, ты не загораешь на солнечном побережье, а в очередной раз просыпаешься в тесной однушке на окраине Москвы.

Тебе с трудом удастся выдернуть себя из кровати. Что делать? Кофе сам себя не сварит, а без него проснуться просто нереально. Вчера ты до трех часов ночи «пилила» отчеты, а сегодня в девять уже должна быть на планерке. Ничего, до отпуска всего месяц и путевка в Египет 3*, на которую ты копила полгода, грет сердце... Совсем не так, как раскаленные тела москвичей в метро в час пик. По дороге забегаешь в «Мак» за второй порцией кофе, ведь до сих пор не до конца проснулась.

Быстро семенишь в сторону унылого офисного здания в 15 минутах от метро, прихлебывая в такт шагам допинг из бумажного стакан-

чика и щурясь от мерзкой мороси. День обещает быть мутным, как вода в осенних лужах у тебя под ногами.

А я уже забыла, как просыпаться по будильнику в шесть-семь утра и что такое утренняя толкучка в общественном транспорте. В ранние часы я могу позволить себе спокойно нежиться в теплой постели. И ехать мне никуда не нужно: открыла ноутбук — и уже на работе.

Хотите так же?

Добро пожаловать в мир удаленной работы.

Есть множество задач, которые вы можете выполнять из любой точки мира, имея лишь портативный гаджет и доступ в Интернет.

Исследование J'son & Partners Consulting показало, что к 2020 году 20% рабочих мест в России будут виртуальными. 40% работодателей уже перешло на удаленное взаимодействие с сотрудниками.

Рынок широк. Вы можете найти себя в области smm, освоить веб-дизайн или писать тексты на заказ.

Одна из востребованных удаленных профессий — таргетолог. Это специалист, который помогает проектам зарабатывать больше, обладает бесценным навыком привлечения клиентов. Доход здесь зависит только от желания человека работать и его навыков.

Таргетолог выполняет свои функции удаленно и не привязан к месту. Его задача — это продвижение платными способами компаний в социальных сетях. Бесплатные методы отнимают уйму времени и рано или поздно перестают работать. Вот почему бизнесу таргетологи просто необходимы.

Не буду описывать мир розовых мечтаний и честно скажу: справиться с этой работой под силу не каждому.

Есть как минимум три жирных минуса, которые может ощутить на себе любой удаленный сотрудник, и в частности таргетолог.

1. Стабильность. Ее нет.

Здесь доход напрямую зависит от того, как много вы поработали и насколько хорошо. Если потрудились на совесть, вы можете положить в карман 100 000 или 500 000 ₽, а если надеялись на чудо и ничего не делали, ваш заработок будет равен 0 ₽.

2. Нет возможности переложить работу и ответственность за результат на кого-то другого.

— Тамара, почему отчет до сих пор не готов?

— А это не моя задача. За отчет отвечала Лена.

— Елена?

— Я поручила эту задачу Максиму, передала ему всю необходимую информацию, но он не справился. Из-за этого мы не можем предоставить отчет.

Такой диалог можно услышать на любом совещании. Я — не я, и хата не моя. Перекидывание ответственности, спихивание своей работы на подчиненных или коллег, поиски крайнего — все это останется в офисах, дышащих бюрократией. Для таргетолога есть только он и заказчик. А еще планы, которые нужно будет составлять самостоятельно, и дедлайны, которые придется соблюдать.

3. Плакаться в жилетку некому.

Вы либо берете и зарабатываете, либо целыми днями смотрите сериалы или скроллите ленту в соцсетях. Плакаться «у меня ничего не получается» таргетологу нет ровным счетом никакого смысла. Нужно учиться, тестировать, находить решения и снова учиться.

Если для вас эти недостатки критичны, ничего страшного. Просто завтра вам придется встать по будильнику и пойти на свою порядком надоевшую работу, которая уже не приносит ни удовольствия, ни желанных сумм на счету.

Нет, вы можете даже любить свою профессию, но существуют и другие ограничения наемных сотрудников, которые не дадут вам жить полной жизнью:

1. Пребывание в офисе с 9:00 до 18:00.

При этом неважно, есть у вас работа или нет... Если заняться вам нечем, придется целый день сидеть и плевать в потолок. Хотя вместо этого вы могли прочесть книгу по психологии общения, посмотреть вебинар по тайм-менеджменту, встретиться с подругой, пройтись по магазинам или посетить выставку современного искусства.

2. Отпуск всего 30 дней.

Целых 30. Это совсем неплохо. Но в таких условиях у вас вряд ли получится перезимовать в теплой стране или отправиться в кругосветку. Ну и конечно, ваши свободные четыре недели будут распланированы заранее, и рвануть на край света по зову сердца тоже не выйдет.

3. Обязательное выполнение поставленных задач.

Ваш функционал строго определен должностными инструкциями. Вам нужно делать «один, два, три» сегодня, завтра и до скончания веков.

4. Нельзя выбирать заказчиков.

Вы вынуждены работать с теми, кто не подходит вам по темпераменту и не вписывается в вашу систему ценностей, но платит деньги вашему работодателю.

Если вы таргетолог, то:

Работаете тогда, когда вам удобно, спите столько, сколько душа желает!

Можете выполнять любые задачи в путешествиях.

Постоянно развиваетесь и учитесь новому, чтобы быть в тренде.

Имеете возможность решать, с кем хотите работать.

Таргетолог — сам себе хозяин.

У вас есть реальная перспектива построить карьеру, уделяя при этом время семье. Видеть, как растут ваши детки. Раз и навсегда решить проблемы с больничными, утренниками, собраниями.