

## «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 выпуститься 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



А Н А С Т А С И Я   Л У Ш Н И К О В А

# ТАРГЕТОЛОГ

## КАК УДАЛЕННАЯ ПРОФЕССИЯ



ПРАКТИКУМ  
ПО ОСВОЕНИЮ  
ПРОФЕССИИ С НУЛЯ

ℓ  
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 онлайн 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
<b>Подготовительные работы . . . . .</b>	<b>12</b>
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
<b>Настройка таргетинговой рекламы для таргетолога . . . . .</b>	<b>104</b>
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
<b>Анализ результата . . . . .</b>	<b>242</b>
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

**В**олны 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 удается выдернуть себя из кровати. Что делать? Кофе сам себя не сварит, а без него проснуться просто нереально. Вчера ты до трех часов ночи «пишила» 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, греет 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 призыван 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 заработка 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.