



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA FOUNDATION



Դաս 3 Ռազմավարական մտածողություն հաղորդակցության մեջ

«Օգտակար հաղորդակցություններ»
դասընթաց Գենադի Զախարով CAYLA
2020 թ

EFFECTIVE
COMMUNICATION COURSE
(OCTOBER - NOVEMBER 2020)



Գենադի

Աշխատող
Բալի Շմալտի թիմի կորպորատիվ
ուսուցիչ՝ իսպանական մեդիա,
ռազմավարություն,
ապրանքային սարավարում

Ես ինտերնետ մարքեթինգի
մասնագետ եմ՝ 5 տարվա փորձով: Ես
ստեղծել, վերապատրաստել և
ղեկավարել եմ ինտերնետ
շուկայավարների թիմեր՝ 4-ից 30
հոգուց:
Նա է վերնի Կապիտալ, ՍԱՐՍԱՓԵԼԻ,
Շոկոլոնտանիք,
Ես աշխատել եմ Wikimedia-ի նման
ընկերությունների հետ: Աշխատել
համալսարանում
և անհատական խորհրդատվություններ
Ես թվային մարքեթինգ եմ սովորեցրել
ավելի քան 200 հոգու առցանց
դասընթացներում:

Դասընթաց թեմա

Դասընթացը կենտրոնանում է գլոբալ հետկորոնավիրուսային տնտեսության թվային և օֆլայն տարածության վրա առաջնորդների կողմից դրված նպատակներին հասնելու համար ռազմավարու կապի և թյունները տեխնոլոգիաների նկարագրված են

- Դաս 1. Թվային միջավայրում հաղորդակցության հիմունքները
- Դաս 2. Անձնական ապրանքանիշ
- **Դաս 3. Ռազմավարական մտածողությունը հաղորդակցության մեջ**
- Դաս 4. Խոչընդոտների հաղթահարում
- Դաս 5. Լույսի շեղում

3 դաս.

Ռազմավարական մտածողությունը հաղորդակցության մեջ

1. Նախագծի դիրքը
2. Համագործակցություն
3. Ստրատեգիա Պլանավորում
4. Բովանդակության պլան

Նախագծի դիրքը

Հաղորդակցության հիմնական հարցն է՝ ԻՆՉՈ՞Ւ ԴՈՒ:
Մենք ստեղծում ենք մեր նախագիծը շուկայի մրցակիցներից

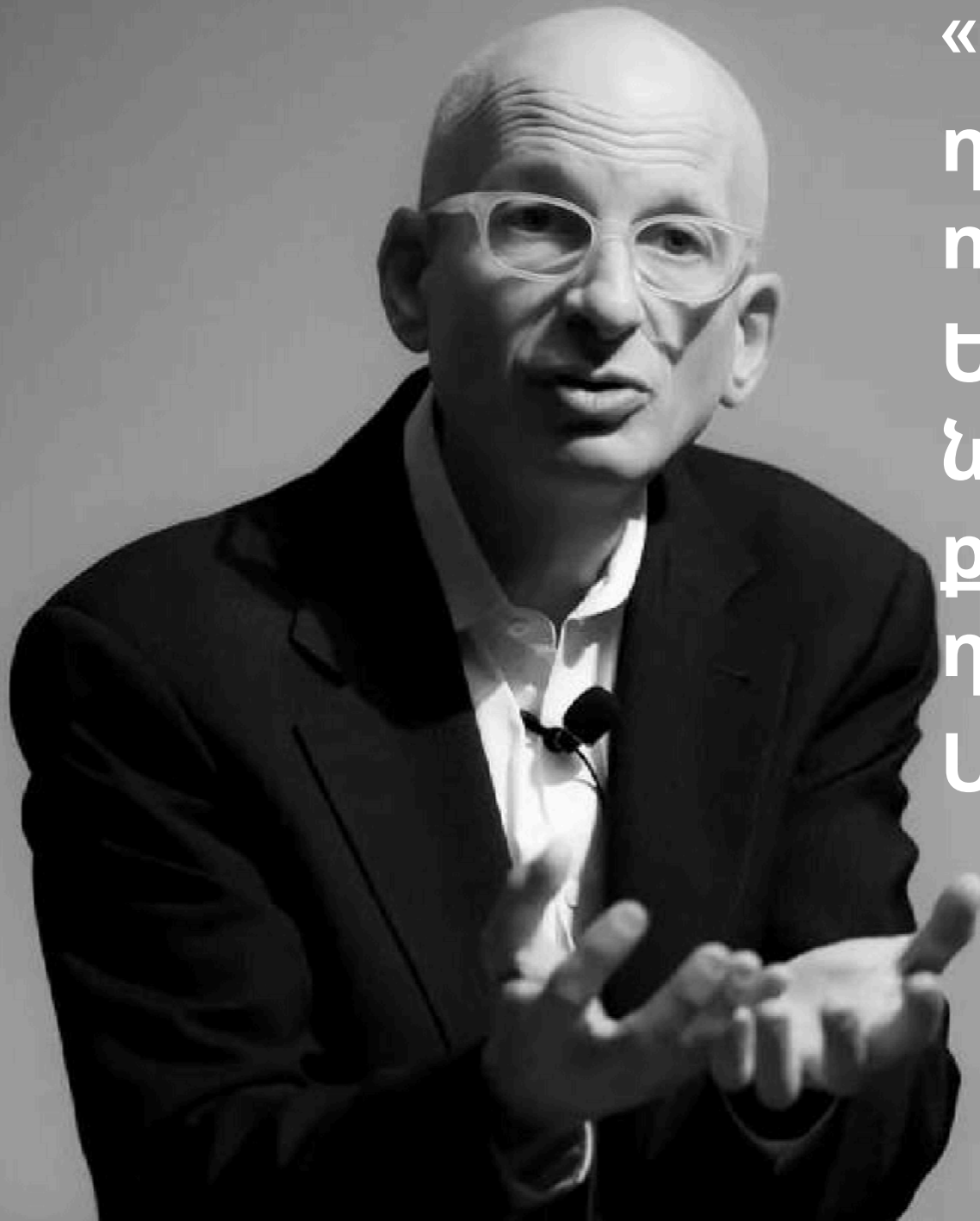


Պաշտոն - ինչու դու:

Դիրքորոշում նշանակում է թիրախային լսարանի մտքում ձևավորել ապրանքանիշի անհրաժեշտ իմիջ, որն ավելի լավն է դարձնում կերպարը, քան մրցակիցները:

Պատասխանիր հետեւյալ հարցերին:

«Ինչո՞ւ չես վստահում նրանց ու ուրիշին չես ընտրում: .. Ինչու դու? Ինչու՞ ոչ նրանք: Ինչն է ավելի լավ, քան մյուսները»:



«Եթե դուք ձեր
դիրքորոշումը վերցնեք
ոչ մի պաշտոն»

Եթե դուք չեք կարող
նկարագրել այն ոչ ավելի,
քան ութ բառով, դուք
դուրս եք
Սահմանել ժամեր

Ամերիկացի գործարար և տնտեսագետ

Մտք գիտակցություն

Հիշել

3-5 լավագույն

**ապրանքանիշերի շարքում
Տարբերվելու համար**

Յուրահատուկ լինել

Մենակ լինելը!

Պաշտոն - բաղադրիչներ

Դիրք իրավասու կորպորատիվ բլոկի
կողմից և «ինչու՞ դու»: հարցի շատ
լավ պատասխանից

պետք է սկսել

Դուք չեք կարող կապ հաստատել տեղանքից

Ես քեզ չեմ ճանաչում:

Ես չգիտեմ ձեր ընկերությանը: Ես չգիտեմ ձեր

արտադրանքը:

Ես չգիտեմ ձեր արժեքները: Ես չգիտեմ, թե ովքեր

են ձեր հաճախորդները:

Ի՞նչ քո ձեր ընկերության պատմու
Ես չգիտեմ. թյունը

Ես չգիտեմ, թե ինչ հեղինակություն ունեք:

Էլ ի՞նչ եք ուզում վաճառել:

"I don't care who you are.

*If you're cold calling me,
it's going directly to voicemail.*

*If I can't find you easily online,
I'll know nothing about you.*

*If you're not top-of-mind,
you won't make my short list.*

*If your content isn't helpful,
you're excluded from the game.*

*If you're not a thought leader,
then you're just as a commodity.*

Now, do you really believe you can sell to me?"



Moral: Sales **end before** your salesman calls - because I've changed the buying process.

- в долгую**
- вызывает доверие**
- глагольная составляющая**
- запоминается (вирус)**
- звучное (на нужных языках)**
- красивое**
- короткое**
- однозначное, понятное, считывается**
- переводится хорошо**
- позитивное**
- правильные ассоциации**
- привлекательное**
- просто пишется**
- просто произносится**
- регистрируемое**
- современное**
- соответствует целевой аудитории**
- уникальное**
- эстетичное**

Լավ անունների ցանկ

Այն կարող է որոշիչ գործոն լինել ձեր Ձեր ընկերության լավ անունը հաջողակ է նախագծի, ապրանքանիշի կամ դիրքի

համար

Նախագծի դիրքը

1. բնօրինակ (մրցակիցները չեն կարող ասել/չեն կարող անել)
2. պարզ (հաճախորդը հասկանում է, թե ինչ ես ասում)
3. ճշմարտություն (մի ստիր, մի չափազանցիր)
4. կարևոր (մենք խոսում ենք հաճախորդի համար կարևոր բաների մասին.
արդյունք, ոչ թե գործընթաց)
5. զգացմունքային
6. հուսալի (հաճախորդը վստահում է ձեզ!)
7. կարճ (երկար տեքստերը հնարավոր չէ լսել/ընթերցել և կրկնել չի մնացել)
8. Հիշվող (ճշգրիտ կամ մոտ ճշգրիտ պատասխանի տեքստին):
կարող է կրկնվել)

Խոսնակ դիրք



1. Դու ես
2. Ի՞նչ մասնագիտությամբ եք զբաղվում:
3. Ում համար? (Ձեր որոշումներն իմն եննպատակային, ձեր արտադրանքի հետ Ո՞ւմ համար են ձեր ծառայությունները):
4. Ի՞նչ կարիքներ են լուծում ձեր արտադրանքը: Ո՞ւմ հետ եք մրցում: Ինչո՞վ եք դուր տարբերվում ձեր մրցակիցներից:
5. Այսպիսով, ո՞րն է ձեր առավելությունը:
6. Հաճախորդը ձեզ հետ զրույցի ընթացքում
7. Ո՞րն է հատուկ առավելությունը:

Բարձրախոսի դիրքի օրինակ

1. Ո՞վ է Իգոր Մանը

2. Օլկիմ – բիզնես դասախոս

3. Ում համար՝ ձեռնարկատերերի, մենեջերների և շուկայավարների...

4. Ի՞նչ կարիք կա-... բարելավում են մարքեթինգը և դրա ցանկանում է բարձրացնել արդյունավետությունը

5. Հակասասխոսներ

Ես հասակակից եմ, լավ կարդացած եմ և գիտեմ իմ և իմ

հաճախորդների փորձից ուրախ է կիսվել

6. Տարբերությունն այն է, որ ես մի քանի բիզնեսի պրակտիկանտ եմ

7. Այսպիսով, դուք, ձեր մարքեթինգը և դուք

այն ամենով, ինչ ես գիտեմ՝ ձեր ընկերությունները բարելավելու համար

Համագործակցության ռազմավարություն

Ստեղծեք բիզնես հաղորդակցություն առաջադեմ համագործակցության ռազմավարությամբ: Մի շփոթեք ռազմավարությունը մարտավարության հետ:

Տարբերությունը մարտավարության և ռազմավարության միջև Պարզելու համար դիմենք հին հույներին.

**Մարտավարությունը
դրված նպատակներին
հասնելու միջոց է, որը
համապատասխանում է
ընդհանուր
ռազմավարությանը և
դրա մաս է կազմում:**

**Ռազմավարությունը
«հրամանատարության
արվեստ է»,
երկարաժամկետ
ռազմական պլանավորում
ընդհանուր
սպասարկման պլան:**

ռազմավարություն - գլոբալ առաքելություն / մարտավարության մասին -
գլխավոր էջում

ռազմավարություն - ընդհանուր/ մարտավարություն -
հատուկ առաջադրանքներ

ռազմավարություն - նախապատրաստում և
պլանավորում/ մարտավարություն - գործողություններ

ռազմավարություն - ապագա/
մարտավարություն - հիմա



Ճգնաժամային հաղորդակցություն

Մի օգտագործեք
ճգնաժամը փող
աշխատելու համար
Ինչքան հնարավոր է շատ
անվճար տարածեք
Ջգուշացեք թեմայում
տիրող աղմուկից Մի
խուճապի մատնվեք
Հաճախորդներին/
գործընկերներին
օգնեք որքան կարող եք
Առցանց դասընթաց
Ավելի դրական Փնտրեք
նոր հնարավորություններ

Ձեր գործողությունները, ձեր ընտրությունները, քո անունը



- Ձեր կատարած ցանկացած գործողություն ձերն է

ձեր գիտակցված ընտրությունը

- Ձեզ անհարմար է զգում ճնշման տակ **երե համաձայն ես հանգամանքներին, դու ազատ ես**

դուք պատասխանատու եք ձեր

ընտրությունների և արդյունքների համար

- Խոստում ենք տվել՝ կկատարենք

- Միշտ տվեք սպասվածից ավելին, նույնիսկ դժվարին իրավիճակում. ժամանակին

կունենա հատկանիշներ, որոնք չունեն մրցակիցները

Ինչո՞ւ ոչինչ չենք անում:

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. нехватка денег | 9. не хватает «рук» |
| 2. нехватка знаний | 10. невыгодно |
| 3. недостаток опыта | 11. «страшно» |
| 4. неудобное время | 12. обязательства |
| 5. нет времени | 13. нет поддержки |
| 6. нет полномочий | 14. нет настроения |
| 7. бюрократия | 15. другие приоритеты |
| 8. нет драйвера | 16. нет мотивации |

1. Лень
2. Лень
3. Лень

Ինչո՞ւ ոչինչ չենք անում:

**Պլանավորման
բացակայություն!**

Պլանավորում

Պլանավորեք ձեր անձնական ապրանքանիշի, նախագծի զարգացումը և հարաբերությունները հանդիսատեսի հետ, մի կարծեք, որ ձեր գլխում է այդ ամենը

Kanban-ը տախտակներ են

Ծրագրի պլանավորման կառավարման ամենատարածված մեթոդներից մեկը kanban վահանակներն են:

Կանխանում առաջադրանքները

բաժանվում են փուլերի՝ ըստ

պատրաստվածության աստիճանի.

«Պլանավորված», «Ընթացքի մեջ»,

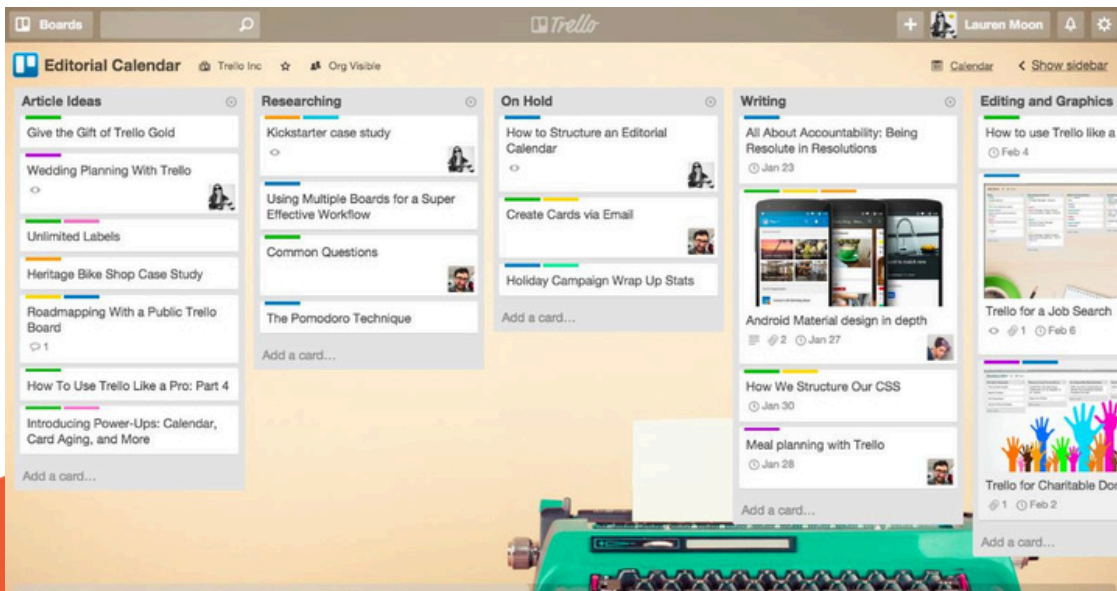
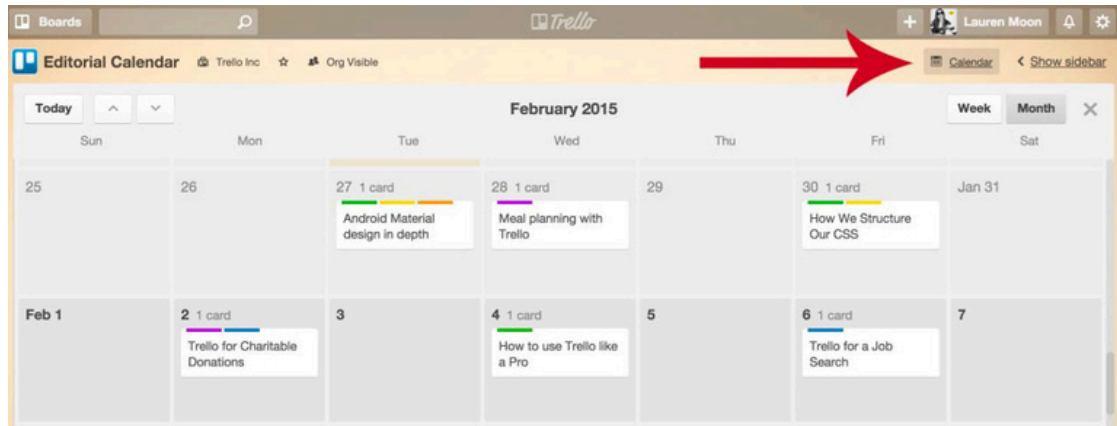
«Հետաձգված» և «Կատարված» և այլն:

առաջադրանքները տախտակի մի մասում արված է, և այն սկսելուց հետո այն առաջ է շարժվում հաջորդ մասում:

Աշխատանքային ընթացքը ներկայացված

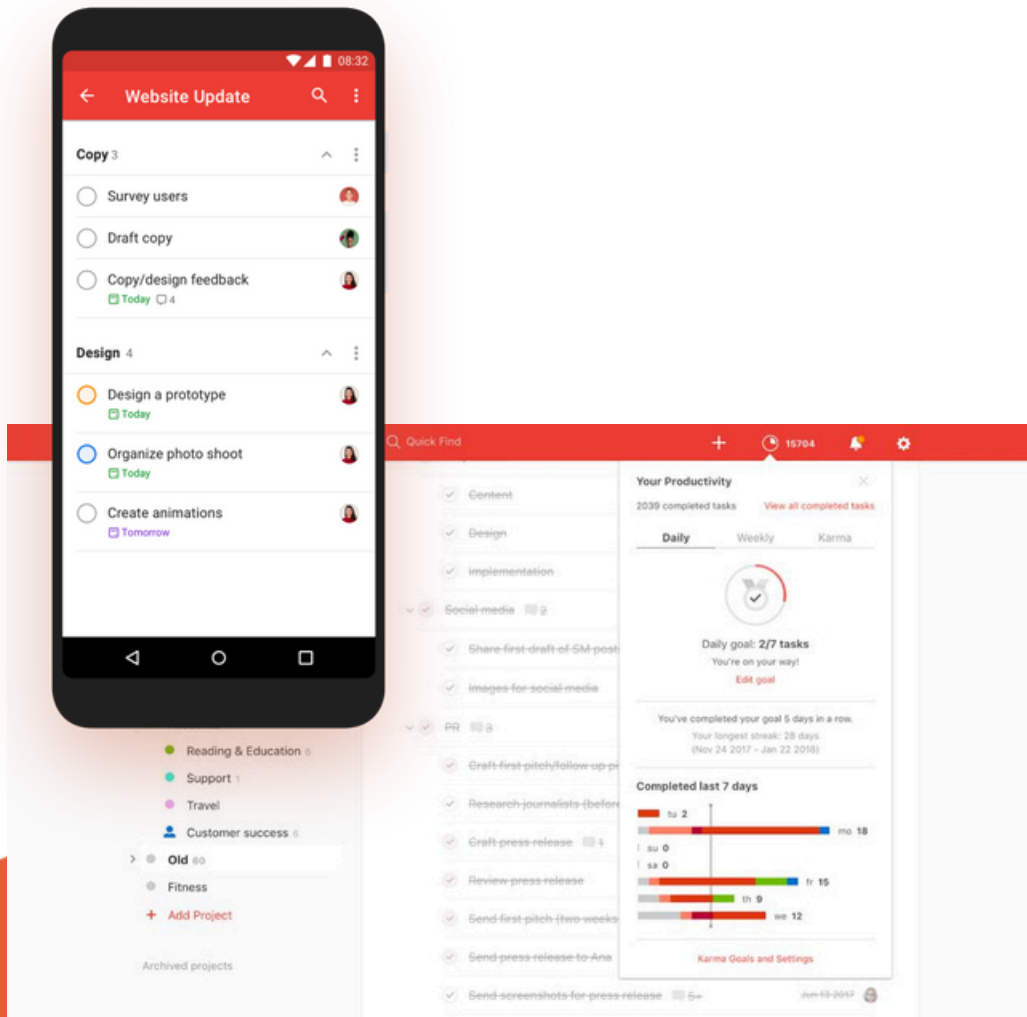
է տեսողական դիագրամում:





Անվճար Kanban տախտակներ. Trello

շատերը նվազագույն ժամանակով թույլ է տալիս կազմակերպել աշխատանք առաջադրանքների և նախագծերի վրա: Trello-ում դուք կարող եք պլանավորել նյութեր, հավաքել թիմ և նշանակել կատարողներ, նախապատրաստում հանգրվաններ, ապագա ծրագրեր դուք կարող եք ստեղծել գաղափարների էսքիզներ և վերահսկել պատրաստի նյութերը:



Աշխատանքային պլանավորում -

Թողոխտ

Todoist-ը վեբ ծառայության և առաջադրանքների կառավարման ծրագիր է: Առաջադրանքները կարող են պարունակել ցանկացած տեսակի գրառում:

Տեղադրել առաջադրանքները նախագծերում, տեսակավորել ըստ զտիչների, պիտակել, խմբագրել և կարող է արտահանվել:

Այլընտրանքներ՝ TickTick, Notion, Any.do

Բովանդակության պլան

Մենք նախօրոք մտածում ենք.

Ինքնազարգացման ռազմավարություն

բովանդակության պլանավորման միջոցով

Բովանդակության պլան

Սա տվյալ պահին նախապես պատրաստված հրապարակման կամ ավարտված հրապարակումների հնարավոր թեմաների ցանկն է:

Բովանդակությունը

նախատեսված է

թույլ է տալիս պլանավորել գործունեությունը տարածության մեջ և ցույց տալ ընթացքի մեջ գտնվող նախագծի զարգացման տեսակետը:

МЕСЯЦ НАБОРА НА САЙТ-ПРОДАВЕЦ								
Группа ВКонтакте								
		5	6	7	8	9	10	11
126	1 неделя	инф	мифы о фрилансе	контент-менеджмент	Финансы	Переговоры с клиентами	Гимнастика (физ.)	Настрой на работу
127		развл	картинка		Кто автор	интересная инфографика	Приколы в рекламе	результат розыгрыша
128		рекл	1. конференция 2. розыгрыш	конференция	1. конференция 2. пост на сайт	конференция	конференция	статья
129			12	13	14	15	16	17
130	2 неделя	инф	подводка к сайту продавцу: цельность	что-то про презентации. ПО	Упражнение, стиль	фриланс и семья	Словарь копирайтера	Личная продуктивность
131		развл	Конфликтология	загадка-тест		фриланс юмор	Стихотворения	результат розыгрыша
132		рекл	1. конференция 2. розыгрыш	конференция	1. конференция 2. пост на сайт	конференция	конференция	статья
133			19	20	21	22	23	24
134	3 неделя	инф	Грамотность	Правила написания текстов	Упражнения по копирайтингу	подводка к сайту продавцу	Целевая аудитория	подводка к сайту продавцу
135		развл	Доброе утро	Приколы в рекламе	Кто автор	Цитаты		По SEO результат розыгрыша

Բովանդակության տեսակներով Ստրատեգիա



- Բովանդակությունը կարելի է բաժանել 4 կատեգորիայի՝ 1. Գովազդային բովանդակություն 2. Տեղեկատվական բովանդակություն 3. Զվարճացիր 4. UGC (գրավիչ)



ПОДБОРКИ



РЕЦЕНЗИИ



ИНФОГРАФИКИ



ЛАЙФХАКИ



ГРАФИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ



ЧЕК-ЛИСТЫ



ОБЗОР ТРЕНДОВ



МАСТЕР-КЛАССЫ

ЛОНГРИДЫ



Տեղեկատվական բովանդակություն օրինակներ

Բովանդակությունը տեղեկատվություն է արտադրանքի և այն արդյունաբերության մասին, որին ծառայում է:

Հիմնական խնդիրը ապրանքի շուրջ

տեղեկատվական ֆոն ստեղծելն է:



ОБЗОР
ПРОДУКТА



СРАВНЕНИЕ
ПРОДУКТОВ



ТЕСТ
ПРОДУКТА



ПРИМЕРЫ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ПРОДУКТА



BACKSTAGE



НОВОСТИ
КОМПАНИИ



СКРИНКАСТЫ



КЕЙСЫ



ПРОДУКТОВЫЕ ПОДБОРКИ



ИСТОРИЯ
КОМПАНИИ



СПЕЦИАЛЬНЫЕ
АКЦИИ ДЛЯ
ПОДПИСЧИКОВ



ПЕРСОНЫ
КОМПАНИИ



ТРЕЙЛЕР КОМПАНИИ / ПРОДУКТА

Պրոմո բովանդակության օրինակներ

Շահույթը ցանկացած բիզնեսի գլխավոր նպատակն է, շատ ապրանքների վերջնական նպատակը շահութաբեր բիզնես դառնալն է, ուստի հատուկ ուշադրություն պետք է դարձնել գովազդային բովանդակությանը:

Սոցիալական ցանցերում նախագիծ մշակելիս անհրաժեշտ է հավատարիմ մնալ առաջընթացի մեկնարկից առաջ դրված նպատակներին:



ЛАЙФСТАЙЛ-
КОНТЕНТ



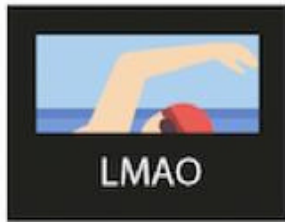
ПОЗДРАВЛЕНИЯ



ИГРЫ / ЗАГАДКИ



МОТИВАТОРЫ



МЕМЫ / ДЕМОТИВАТОРЫ

Ժամանցային բովանդակության համար օրինակներ

Սոցիալական ցանցերը կոչված են ուրախացնելու մարդկանց:
Օգտատերերը ցանկանում են ընդմիջել առօրյա կյանքի եռուզեռից:
Փորձեք աջակցել նրանց այս կերպ և նրանց էմոցիոնալ կերպով կապել ձեր արտադրանքի գաղափարների հետ:
Բայց դարձրեք այն զվարճանքի մասի ոչինչ մի գնեք ծաղրածուներից չի կարող.



ВОПРОСЫ КЛИЕНТОВ



ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



LIVE-ТРАНСЛЯЦИИ



КОНКУРСЫ

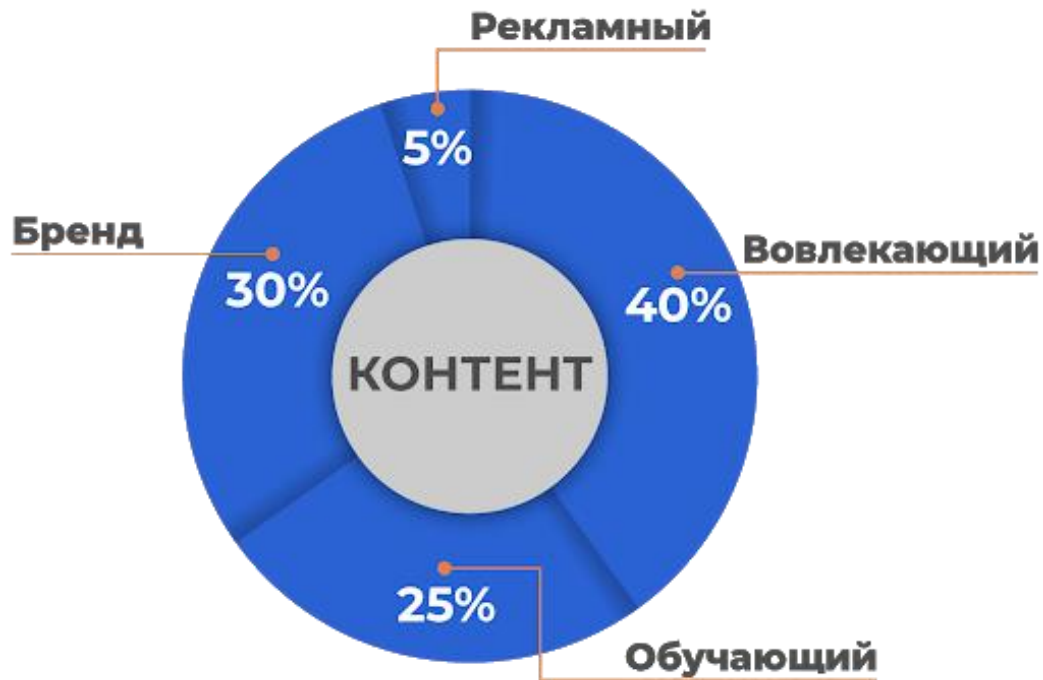


КОНСАЛТИНГОВЫЕ
АКЦИИ

UGC դեպի բովանդակություն օրինակներ

Բովանդակության ինտերակտիվությունը ժամանակի պահանջ է, որտեղ օգտագործողին հետաքրքրելու համար տրվում է 3-8 վայրկյան:

UGC-ն բովանդակության առաջնիւման հիմնական ոսկին է, օգտատերերի համարժեք փոխազդեցությունը ձեր արտադրանքի հետ սոցիալական ցանցերում:
պետք է հայտնվի.



Հաղորդակցության նպատակով բովանդակություն

հարակից մնացորդը

Բովանդակություն, որը դուք կարող եք կապել ձեր անձնական ապրանքանիշի կամ նախագծի հետ

Յուրաքանչյուր իրավիճակ եզակի է, և

հավասարակշռումը կատարվում է

կատարողականի համապարփակ

վերլուծության միջոցով և հիմնված է

ռազմավարության և KPI-ների վրա:

դուք պետք է հավասարակշռեք ձեր նպատակին համապատասխան:

Օգտագործման հրահանգներ

[ВСТАВИТЬ месяц + год]

ТЕМЫ:
Праздники
Рекламная кампания
Продукт 1
Вебинар
Посты в блоге
Презентации
Запуск продукта 2
Эксперимент
Другой контент

ВОСКРЕСЕНЬЕ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА
		Запуск нового продукта		Синуть презу Отдых в блоге		
	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику	
ВОСКРЕСЕНЬЕ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА
		Реклама Ссылка на блог				
	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику	
ВОСКРЕСЕНЬЕ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА
				Пост про конец праздника		
	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику	РК к празднику		
ВОСКРЕСЕНЬЕ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА
		Эксперимент facebook	Эксперимент facebook	Эксперимент facebook		
ВОСКРЕСЕНЬЕ	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА

Social Media Content Calendar — RUS.en.ru.xlsx Открыть в приложении «Microsoft Excel»

АККАУНТ	ДАТА	СООБЩЕНИЕ	ССЫЛКА	КАМПАНИЯ	ЧИСЛО СИМВОЛОВ
	18/1/20 20:45				0
	19/1/20 15:00				0
	20/1/20 09:15				0
	21/1/20 03:30				0
	21/1/20 21:45				0
	22/1/20 16:00				0
	23/1/20 10:15				0
	24/1/20 04:30				0
	24/1/20 22:45				0
	25/1/20 17:00				0
	26/1/20 11:15				0
	27/1/20 05:30				0
	27/1/20 23:45				0
	28/1/20 18:00				0
	29/1/20 12:15				0

Расписание по разным аккаунтам Ежемесячный планер Хранилище контента Twitter Facebook LinkedIn Instagram >>

Դասին կցվում է բովանդակության պլանի օրինակ՝ ուղեցույցով, որը պարունակում է ամսական օրացույց, բովանդակության պլան և բովանդակության թարմացման պլաններ Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram և Pinterest համակարգերի համար:

Անհրաժեշտության դեպքում

աշխատեք նախագծի հետ ցանկացած պլանավորման ժամանակ կարող եք հարմարվել

առաջադրանքին:

Առցանց հաղորդակցման

գործիքներ

Հիմնական

գործիքներ.

- Հրապարակել բովանդակություն
- Օգտատերերի հետ հաղորդակցություն
- Հանդիսատեսի որոնում (վերլուծություն)
- Նպատակային գովազդ
- Վերլուծության գործիքներ

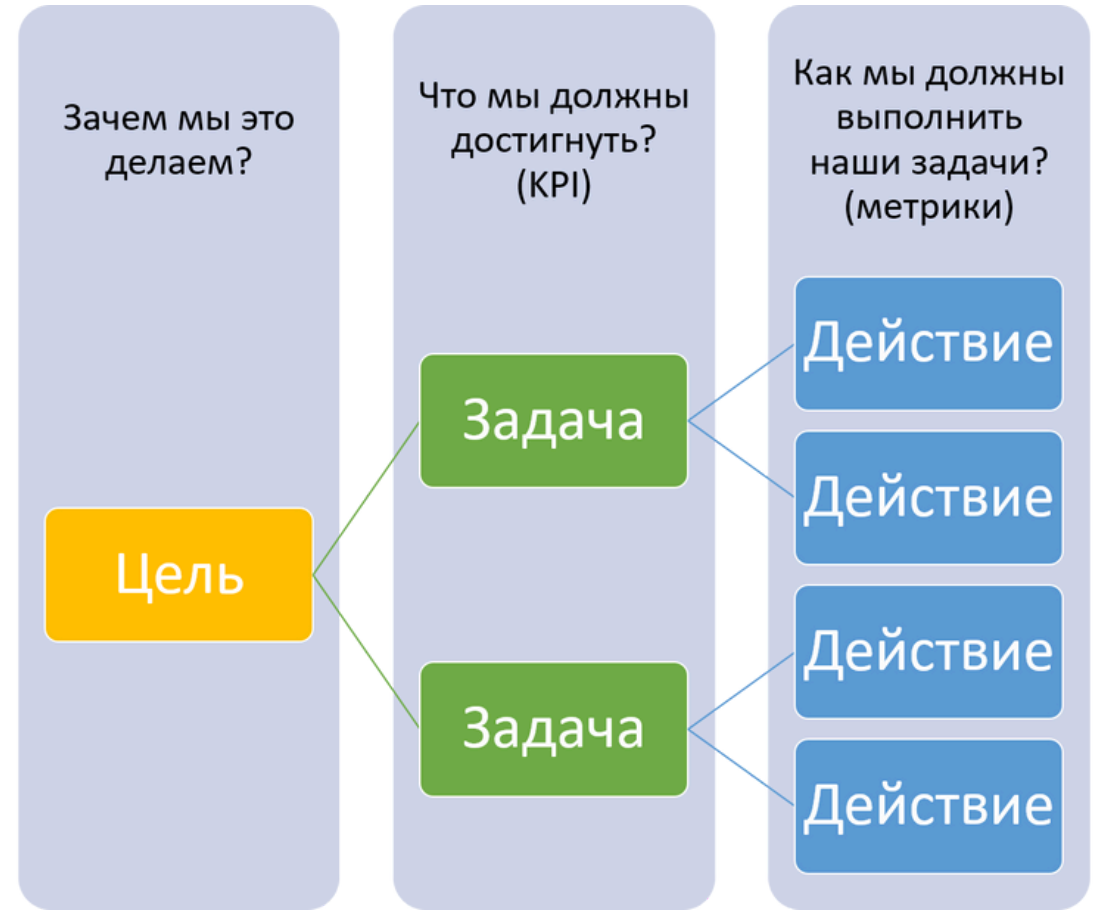
Արգելված տեսակների

համար ներառում:

- Օգտատերերի անձնական կյանքի նկատմամբ ոտնձգություն (անհատ սպամ հաղորդագրություններում)
- Ադաստիրու (բոտերի ֆերմա)
- Տեղափոխման ծառայություններ

Գործողության պլան

- Ստեղծեք զարգացման պլան՝ հիմնվելով հաջորդ ամսվա ձեր նպատակների վրա:
- Նոր գործիքների, վարկածների, հաղորդակցման մեթոդների փորձարկում փոխել և ներմուծել նոր մեխանիկա պետք է ներառի
- Գործողությունների լավ գրված պլանը նախագիծը բարելավելն է, ձեր մակարդակը և լրացուցիչ եկամուտը բարձրացնելը:
- Պլան կազմեք, կառչեք դրան մի թողեք Սա ձեր ապագա գրանցումն է և ձեր առաջընթացի ամփոփումը անելու կարողություն. Իսկ եզրակացությունից հետո հայտնվում է նոր պլան.



Օգտակար կետեր

Օգտակար նյութեր թեմայի վերաբերյալ

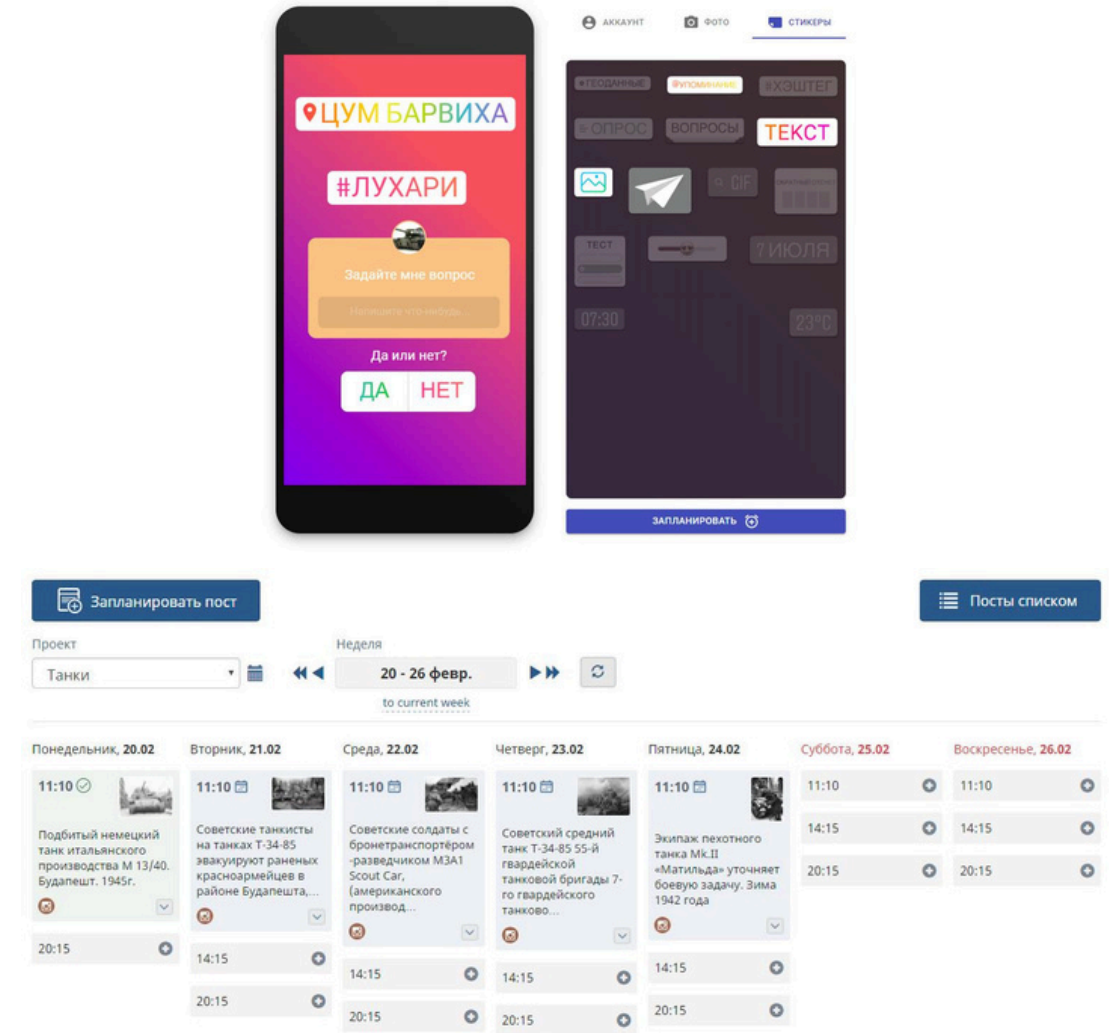
SmmPlanner

SMMplanner-ը վեբ-ծառայություն է՝ ավտոմատ կերպով VKontakte-ում, Odnoklassniki-ում, Twitter-ում, Facebook-ում, Instagram-ում, Pinterest-ում, Telegram-ում և Viber-ում տեղադրման և տեղադրման ժամանակացույց ստեղծելու համար: Բացի այդ, այն առաջարկում է հաղորդագրություններ ուղարկել սոցիալական ցանցի մի քանի հաշիվների:

Ծառայության թույլտվության ավգորիթմն օգտագործվում է առանց օգտագործողի գաղտնաբառերը սերվերում պահելու: Վստահված սերվերի միջոցով աշխատել ցանցերի հետ, որոնք մուտք են պահանջում մեկ IP հասցեից հասանելի:

<https://startpack.ru/application/smmplanner>

r



SMM պլանավորող՝ շիպսեր

Crello-ի խմբագիր Story constructor-ում; Վիդեո ֆայլի վերբեռնման չափը մինչև 150 ՄԲ է ավելացել է;

- Canva խմբագիր՝ հիմնական գրառման ստեղծման ձևի համար ավելացված;

Նախապես պատրաստված տեքստ հեշթեգներով կադրապարների արագ ավելացման համակարգեր;

- Սեղմվող կաշուն պիտակներ Instagram Stories-ի համար

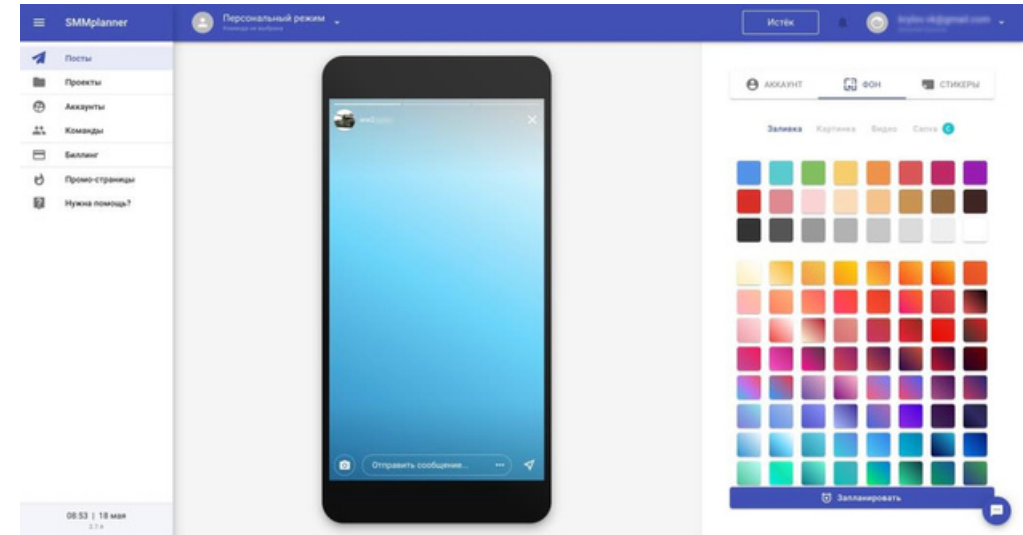
- վիդեո խմբագիր ծածկույթներով;

- Տեղադրել GIF բոլոր սոցիալական ցանցերում;

- Կաշուն պիտակներ Instagram Stories-ում լուսանկարների խմբագրում;

- Պլանավորված ջնջումով Instagram-ում առաջին կարծիքը;

- V Kontakte-ի գրառումները վիքի հոդվածներով ավելացնել youtube-ի տեսանյութեր:



Մասնագիտացված ավտոմատ հաղորդագրություն սպասարկում

- iconosquare – հիանալի է Instagram-ի վերլուծության համար
- FanpageKarma – Facebook-ի համար, հիանալի ծառայություններ, վերլուծություններ, շատ թանկ

- Տասնյակ այլ ծառայություններ, որտեղ ավտոմատ

տեղակայումը շարքի լրացուցիչ ծառայություն է



Сервис для SMM-агентств и специалистов. Позволяет создавать отложенные публикации в соцсетях и работать с контент-планом.



SMM-инструмент для работы с сервисом Instagram.



Сервис для планирования, публикации, совместной работы и аналитики в соцсетях для агентств, медиа, стартапов, интернет-магазинов, бизнесов, маркетологов и фрилансеров.



Сервис помогает найти контент для групп в социальных сетях и опубликовать его.



Аналитика аккаунтов всех соцсетей, проверка блогеров на накрутки, мониторинг комментариев и отложенный постинг.



SMM-платформа для автоматизации маркетинга в социальных сетях.

Ռազմավարություն և դիրքավորում.

Դիրքորոշում. Մտքերի համար պայքար. | Ռայս Ալ, Իշխան Ջեյ
~~Դասական ուղեցույց մարքեթինգի, գովազդի մասնագետների,~~
ինչպես նաև բիզնես առաջնորդների համար, ովքեր ցանկանում են
դառնալ մրցույթի հաղթողներ:

Թիվ 1. Ինչպես դառնալ լավագույնը այն, ինչ անում եք:

Գիրքը ստուգաթերթ է ձեր ապրանքանիշը խթանելու համար

Ֆիլիպ Կոտլեր «Մարքեթինգի հիմունքները»

Գիրքը թույլ է տալիս սկսնակներին չխեղդվել տեղեկատվության
անդունդում և հասկանալ մարքեթինգի սկզբունքները:

Բովանդակության պլանի ստեղծում

5 ծառայություններ, որոնք կօգնեն ձեզ գտնել ձեր ընկերության բլոգի թեմաները

- Բովանդակության պլանի ստեղծում
- Բովանդակության պլան 5 րոպեում
- Սոցիալական ցանցերի բովանդակության
- պլանի օրինակներ
- Բովանդակության շուկայավարում. 20 քայլ դեպի
- պայթյունավտանգ բովանդակություն Լավագույն 20 անվճար
ֆոնդային լուսանկարներ բոլորի համար, ովքեր աշխատում են
բովանդակության հետ

Տվյալների հավաքագրման գործիքներ

Կայքի տրաֆիկի և տրաֆիկի աղբյուրները

● <https://www.similarweb.com/> Խմբերը սոցիալական ցանցերում արդյունավետության վերլուծություն

● popsters.ru

Որոնման շուկայավարման վերլուծություն

● spywords.ru

● <https://keywordspy.com/>

● <https://ispionage.com/>

ԶԼՄ - ները

ԶԼՄ-ների վերահսկողություն.

● <https://integrum.ru/>

● <https://www.mlg.ru/>

Բլոգներով սոցիալական ցանցեր.

● <https://trends.google.com/trends/?geo=ԱՄՆ>

● <https://yandex.ru/blogs>

● <https://youscan.io/>

Շնորհակալություն ուշադրության համար:



Գեներալի Զախարով

մասնագետ:

Թվային մարքեթինգի մասին

Բաց կրթության նախագիծ.

<https://opensmm.asia/>

Կապվեք ինձ հետ:

[Facebook](#)

[Instagram](#) [Vkontakte](#)

[Telegram](#) [Իմ էլ](#)



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA
FOUNDATION

