

IT-AGENCY

**План
обучения
джедаев**

Это список базовых знаний по интернет-маркетингу, который поделён на тематические блоки и этапы:

Этап 1 Материалы для самостоятельного изучения из открытых источников.

Этап 2 Материалы агентства и практические задания.

Этап 3 Углублённое изучение на практике.

Ссылки на все материалы доступны по адресу:

it-agency.ru/academy/jedi-plan/

Материалы с замком  доступны только сотрудникам агентства

Личная система

Этап 1 ~100 часов

1. Пройти [Соло на клавиатуре](#), чтобы печатать быстро и без ошибок даже в темноте. Будет полезно, если в тесте покажете скорость ниже 250 или допустите ошибок больше десяти. 80 ч
2. Разобраться в разнице между «[делать](#)» и «[сделать](#)», чтобы не путать процесс с результатом. 0,5 ч
3. Изучить технику пустого инбокса и начать применять её в жизни. Чтобы успевать больше за меньшее время. [Видео Максима Дорофеева, конспект Сергея Сичкаря](#). 5-7 ч
4. Изучить и начать применять [матрицу Эйзенхауэра](#), чтобы уметь расставлять приоритеты. 1 ч
5. Научиться правильно ставить задачи: [SMART, чек-лист хорошего списка задач](#). 1 ч
6. Пройти курс [Learning how to learn](#) на Coursera, чтобы учиться эффективнее. Конспекты: [раз](#) и [два](#). 6-10 ч
7. Научиться [любить и искать критику](#). [Три закона критики](#) от Ильяхова. 1 ч



Чтобы **сделать** задачу, где результат нечёткий, её надо **сдать**

Этап 2 ~10 часов

8. Внедрить в работу инструменты: [Slack](#), [LastPass](#), [ActiveCollab](#), [Confluence \(база знаний\)](#). 2-4 ч
9. Изучить [советы по оптимизации работы в Gmail](#) и применять на практике. 1 ч
10. Заполнить [таблицу с контрольными вопросами](#) на освоение техники пустого инбокса. Если меньше 80% — [освежить знания по технике](#). 5-8 ч

Этап 3

11. Начать вести свой [профессиональный блог](#). Михаил Калашников рассказывает, [почему важно писать, чтобы углублять опыт](#).
12. Изучать, как развиваются другие. Брать их приёмы, пробовать на себе, оставлять то, что работает. Из рекомендуемого: статья «[Мастерство](#)» от Ильяхова, серии статей Людвиг Быстроновского «[Дизайн дизайнера](#)», «[-30](#)», его же лекция «[Как устроить свою работу, чтоб было интересно](#)» и [другие лекции](#), рассказ Юрия Ветрова [о фоновых исследованиях, метод котелка](#) от Александра Трегуба, [мультихобби](#) Сергея Короля, серия советов Бюро Горбунова [об уровнях роста профессионалов, о мастерстве и перфекционизме](#).
13. Прокачивать рациональное мышление, чтобы выработать полезные мыслительные привычки. В помощь «[Гарри Поттер и методы рационального мышления](#)», [lesswrong.ru \(конспект Сергея Короля\)](#).
14. Читать как можно больше об устройстве мозга и работе сознания, чтобы понимать основы своего и чужого поведения. Можно начать с этих книг: «[Гибкое сознание](#)», [5 книг о мозге и сознании](#) от postnauka.ru, [подборка книг](#) от Людвиг Быстроновского.
15. Внедрить, поддерживать и развивать личную систему планирования задач, хранения знаний и учёта времени.
16. [Попробовать медитацию](#). Подходит не всем, поэтому пункт необязательный.

Общая система

Этап 1 ~33 часа

1. Всегда применять принцип «[исполнитель понимает задачу](#)». Для этого любую нетривиальную задачу начинать с [понимания задачи](#) или [мини-понимания](#). Ещё о понимании задачи [Максим Ильяхов](#) и [Сергей Король](#). 3–5 ч
2. Изучить технику ведения переговоров по Кемпу: прочитать и сделать конспект «[Сначала скажите „Нет“](#)», посмотреть [ролик Синельникова о двух основных принципах](#). 8–16 ч
3. Изучить базовые принципы управления проектами [ФФФ](#). 1–2 ч
4. Посмотреть [презентацию нашего подхода](#), чтобы понимать как было раньше, как теперь и почему именно так. 1 ч
5. Изучить [условия и специфику работы в агентстве](#). 0,5 ч
6. Посмотреть [семинар Севы про структуру управления в агентстве](#). 1 ч
7. Изучить «[Правила выживания](#)». 1 ч
8. Прочитать и сделать конспект книги «[Remote](#)» об особенностях работы в распределённых командах. 4–8 ч
9. Прочитать, [зачем нужны еженедельные планёрки на проектах](#). 0,5 ч
10. Знать и придерживаться [скайп-этикета](#). 0,5 ч
11. Иметь представление, как в агентстве [устроено привлечение, найм, интеграция и обучение](#) сотрудников. Ступени роста на [примере отдела дизайна](#). 2–3 ч
12. Изучить [алгоритм системного решения проблем](#) и стараться применять его. [Запись внутреннего семинара](#). 2 ч



Помогайте друг другу.

Учитесь конструктивно критиковать и воспринимать критику.

Несите людям радость и счастье.

Из «Правил выживания»

Этап 2 ~10 часов

13. Изучить [Карту агентства](#), чтобы понимать нашу инфраструктуру и отделы. 1 ч
14. Знать [с кем работаем и с кем не работаем](#). 1 ч
15. Прочитать «[Как готовиться и проводить еженедельные планёрки по проектам](#)». 1 ч
16. Изучить «[Что нужно знать не-менеджерам о работе с клиентами](#)». 1 ч
17. Быть готовым, что в агентстве все ваши решения будут [проверять на прочность](#). Учиться защищать собственные решения и не пропускать слабые решения других. 1 ч
18. Изучить [метод принятия решений в агентстве через внутреннее консультирование](#). 1 ч
19. Изучить [правила организации проектов в Collab](#) и всегда им следовать. 0,5 ч
20. Знать [правила постановки задач специалистам](#) и всегда их придерживаться. [Конкретный пример для работы с программистами](#). 1 ч
21. Проверить и настроить на своём проекте [все виды мониторингов и уведомлений](#). 1–2 ч
22. Изучить [раздел Агентство](#) в базе знаний. 1 ч

Тексты

Этап 1 ~25 часов

1. Придерживаться [минимальных правил текстовой гигиены](#). 1 ч
2. Иметь представление, что такое информационный стиль. [Статья Ильяхова, конспект и ссылки](#) от Севы 2–3 ч
3. Изучать [советы](#) Ильяхова. Сначала для начинающих и со звёздочкой. По несколько в неделю, сразу же применять на практике. 15–20 ч
4. Познакомиться с сервисом «[Главред](#)», добавить в закладки, проверять с его помощью все важные тексты и письма. 1 ч
5. Подписаться [на рассылку Главреда](#). Внимательно изучать каждое письмо и применять на практике. 10–30 мин в неделю
6. Прочитать выжимку книги «[Без воды. Как писать предложения и отчёты для первых лиц](#)». 1 ч

Этап 2 ~10 часов

7. Изучить [редполитику IT-Agency](#) и всегда ей следовать. 1–2 ч
8. Изучить [правила оформления текста в Google.Docs](#) и всегда их придерживаться. 1 ч
9. Изучить [полный конспект и раздатку курса Ильяхова](#). 4 ч
10. Изучить [базовый и продвинутый курсы Главреда](#). 6–10 ч
11. Выполнить [практические задания по информационному стилю](#). Результаты обсудить с ведущим. 6–8 ч

Этап 3

12. Пройти [курс Ильяхова](#) (сотрудникам агентство оплачивает 50%).
13. Совет от Ильяхова: [что и как читать начинающим редакторам](#).
14. Прочитать «[Пиши, сокращай](#)», чтобы сложить все знания по инфостилю в систему. 8–16 ч



Качество художественного текста определяется умением автора вызвать задуманную эмоцию, передать ощущение. Для этого он использует различные обороты и литературные украшения.

Качество информационного текста определяется тем, насколько он понятен читателю. Поэтому в информационном тексте следует избегать сложных оборотов и украшений. Сообщение должно быть ясным и понятным даже неподготовленному читателю.

Текст — самый узкий канал восприятия. Картинка или видео считаются намного проще и быстрее. Поэтому «облегченный» и честный текст чаще работает эффективней, чем перегруженный словами, которых можно было бы избежать. В информационном тексте главное — «мясо», то есть само сообщение. Остальное либо помогает, либо мешает его воспринять.

Яндекс.Директ

Этап 1 ~40 часов

1. Прочитать и сделать конспект «[Контекстная реклама](#)» Бабаева. 6–12 ч
2. Изучить [раздел помощи по Директу](#). Обязательно для сдачи сертификата и быстрого поиска ответов на вопросы в будущем. 4–6 ч
3. Изучить материалы Школы контекстной рекламы Яндекс: [второй набор](#), [третий набор](#). 16 ч
4. Разобраться с устройством аукциона: [статья в официальной справке, как рассчитывается цена клика](#), [разница между старым и новым аукционом](#) на блоге htraffic.ru, разница между аукционом Директ и AdWords от eLama (с 2:25 до 9:40). 2–4 ч
5. Посмотреть вебинар «[Правила создания успешной РК в Директе](#)» про принципы работы с контекстом. 40 мин
6. Пройти курс «[Как разместить рекламу в Директе](#)», чтобы понимать логику работы и основные этапы. Создать свою реальную РК. 2–3 ч
7. Изучить возможности [Директ Коммандера](#) и [Excel](#) для работы с РК. Уметь применять их на практике. 2–3 ч
8. Пройти [сертификацию по Директу](#). Ежегодно обновлять сертификацию. 1 ч

Этап 2 ~30 часов

9. Изучить [стандарты IT-Agency](#). 1–2 ч
10. Знать [рекламные возможности Директа](#) и пробовать их на своих проектах. 1–2 ч
11. Знать [аналитические продукты и инструменты Директа](#) и использовать их на своих проектах. 1–2 ч
12. Пройти все стандартные курсы Яндекса для агентств. [Доступны под агентским аккаунтом](#). 16 ч
13. Знать [правила работы с менеджерами Яндекса](#) и всегда им следовать. 0,5 ч
14. Прочитать «[Оптимизация контекстной рекламы](#)» Андрея Белоусова, выписать заинтересовавшие моменты, обсудить с ведущим. 4–6 ч
15. Изучить [раздел Директа в нашей базе знаний](#). 1–2 ч



Ложные обещания в рекламе — это плохо. Нельзя писать «доставка сегодня», если на самом деле доставка на следующий день, да ещё и после оплаты.

Из «Правил выживания»

Этап 3

16. Уметь проводить аудит контекста [с помощью чек-листа](#).
17. Изучить и попробовать [разные способы сбора семантики](#). Подробнее про [метод кластеризации семантического ядра](#).
18. Как сделать [отчёт по семантике Яндекс.Поиска](#) (ДРФ+вложенные фразы) своими руками.
19. Понимать логику пересчёта ставок и [уметь это делать с помощью Рулетки](#).
20. Изучить [проверенные в агентстве способы оптимизации РК](#). Пробовать на своих проектах.
21. Разбираться в [подстановочных параметрах в URL](#) и уметь их применять на практике.

Google AdWords

Этап 1 ~75 часов

1. Прочитать и сделать конспект [«Google AdWords. Исчерпывающее руководство»](#). 25–30 ч
2. Изучить [Руководство по AdWords](#), чтобы иметь общее представление и знать, где искать ответы на вопросы. 5 ч
3. Разобраться с устройством аукциона: [вводная статья](#), объяснение степени влияния на аукцион [позиции и рейтинга объявления, что такое показатель качества, принципы аукциона в КМС, разница между аукционом Директ и AdWords](#) от eLama (с 2:25 до 9:40). 2–4 ч
4. Пройти обучение [в онлайн-школе Google по работе с поисковыми кампаниями](#). Выполнить все домашние задания. 5–10 ч
5. Посмотреть [серию обучающих видео по работе с КМС](#). 0,5 ч
6. Изучить возможности [AdWords Editor](#). Уметь применять их на практике. 1–2 ч
7. Изучить материалы для подготовки к сертификации: [статьи на русском + видео на английском](#), запись [вебинаров по сертификации](#) и [по узким темам](#). 25–30 ч
8. Сдать [экзамены Google](#) по сертификации AdWords: «Основы рекламы» и «Поисковая реклама: углублённый уровень» — обязательно; экзамены по медийной и видео-рекламе — по желанию. Ежегодно пересдавать. 4 ч

Этап 2 ~4 часа

1. Изучить [стандарты IT-Agency](#). 1 ч
2. Знать [рекламные возможности AdWords](#) и пробовать их на своих проектах. 1 ч
3. Изучить [раздел AdWords в нашей базе знаний](#). 1–2 ч
4. Понимать, как [происходит оплата AdWords](#). 0,5 ч

Этап 3

5. Уметь [быстро минусовать слова](#).
6. Понимать и уметь [пересчитывать ставки руками](#).
7. Уметь проводить [анализ качества аккаунта с помощью pivot](#).
8. Изучить функционал [Экспериментов в кампаниях](#) для проведения сплит-тестов.



На что подписаться

1. «Знания» [в коллабе](#) и слаке, где сотрудники делятся информацией.
2. [Вконтакте](#), [фейсбук](#) и [телеграмм](#) IT-Agency.
3. [Советы Бюро, Бизнес-линч Студии, блог Мосигры, блог Авинаша Кошика](#), блоги о контекстной рекламе [Laborare](#) и [Htraffic.ru](#).
4. Блоги сотрудников: [Сева, Илья Ерошкин, Серёга Шабалин, Эльдар, Миша, Игорь, Паша Ясько, Виталья, Костя, Азат, Саша Лебединский](#).
5. Блоги [Людвиг, Бирмана, Тоговеровского, Ильяхова](#).
6. Официальные блоги [Google Analytics, AdWords, блог рекламных технологий Яндекса](#).

Другие рекламные каналы

~7 часов

1. Посмотреть презентацию Nitax «[Регулярный SMM для обычных кампаний](#)», чтобы иметь общее представление о принципах и этапах работы с соцсетями. 0,5 ч
2. Изучить инструкцию о том, [как писать запросы на рекламные площадки](#). 0,5 ч
3. Посмотреть [внутренний семинар о работе с Яндекс.Маркетом](#). 1 ч
4. Посмотреть пример [понимания стратегии рекламы в соцсетях](#), чтобы знать, что мы можем предложить клиентам. 0,5 ч
5. Пример [аудита рекламных активностей компании](#), чтобы понимать, как анализировать на что обращать внимание при анализе рекламы в соцсетях. 0,5 ч
6. Пример [понимания задачи на триггерную стратегию](#). 0,5 ч
7. Изучить [серию семинаров](#) о рекламе в пабликах ВКонтакте. 2 ч
8. Изучить [методы сегментации базы подписчиков](#). 0,5 ч
9. Требования к честным рассылкам от [Яндекс](#) и [Mail.ru](#). 0,5 ч

Яндекс.Метрика

Этап 1 ~20 часов

1. Изучить [основы работы с Метрикой](#). 2-4 ч
2. Посмотреть [серию официальных обучающих роликов](#). Практику отработать на реальном счётчике. 6-8 ч
3. Изучить [официальную справку](#). Обязательно для сдачи сертификата и быстрого поиска ответов на вопросы в будущем. 8-10 ч
4. Сдать [официальный экзамен по Метрике](#). Раз в год пересдавать. 1 ч

Этап 2 ~3 часа

5. Изучить официальные презентации по основным моментам работы со счётчиком: [Памятка](#), [«Веб-аналитика и повышение эффективности рекламных кампаний»](#), [«Метрика для Ecommerce»](#). 2-3 ч



Google Analytics

Этап 1 ~55 часов

1. Пройти [4 курса Google Analytics Academy](#), кроме Mobile App. Сдать итоговый экзамен по каждому. Это даёт хорошую базу. **25–30 ч**
2. Изучить [официальную справку](#). Обязательно для сдачи сертификата и быстрого поиска ответов на вопросы в будущем. **8–10 ч**
3. Разобраться [с регулярными выражениями](#). **2–3 ч**
4. Выборочно пройти [тренировочные тесты](#). **2–4 ч**
5. Решить 10 проблем из [google-analytics-iq-test-guide.pdf](#) в рамках подготовки к сертификации. **2 ч**
6. Сдать официальный [экзамен по Google Analytics](#). Раз в 2 года пересдавать. **2 ч**
7. Пройти [официальный курс по Google Tag Manager](#). **1 ч**
8. Изучить [подборку уроков по GTM](#). Попрактиковаться на собственном проекте. **5–10 ч**

Этап 2 ~10 часов

9. Изучить наши [алгоритмы установки событий и целей](#) и [шаблон таблицы событий](#). **2–3 ч**
10. Изучить функционал [Экспериментов](#). Использовать при сплит-тестах. **1 ч**
11. Прочитать [про работу с промо-кодами с помощью dimensions](#). **1 ч**
12. Изучить [раздел Analytics](#) в базе знаний. **1–2 ч**
13. Изучить [общие рекомендации по работе с GTM](#) + посмотреть два внутренних семинара: [теория](#) и [практика](#). **3–4 ч**
14. Изучить [раздел по GTM](#) в базе знаний. Настроить GTM на своём проекте или проверить корректность его работы, если уже установлен. **1–2 ч**



Построение отчётности

Этап 1 ~7 часов

[Базовые функции и операции в Excel](#), сводные таблицы для работы с семантическим ядром, построения медиапланов и сводных отчётов по рекламным каналам, покупкам и клиентам.

1. Посмотреть [презентацию нашего подхода к отчётности](#) + [выступление Севы про отчётность](#), чтобы понимать почему мы делаем именно так. 2-3 ч
2. Изучить [правила оформления таблиц](#) и всегда им следовать. 0,5 ч
3. Пройти курсы по Excel [1 уровня](#) и [2 уровня](#) в Специалисте или курс Уварова [«Excel для интернет-маркетинга»](#). 20-30 ч
4. Изучить бесплатные курсы Microsoft [«Обучение работе с Excel 2013»](#) и видеуроки [Планета Excel](#). Можно закрыть недостающие зоны из программы отдельно. 6-10 ч
5. Сотрудники агентства могут изучить работу со сводными таблицами [по внутреннему семинару Уварова](#). 2-4 ч

Этап 2 ~7 часов

Импорт и обработка данных, базы данных для работы с ручной и автоматической отчётностью, импорта данных из источников без API, оптимизации РК.

6. Изучить [правила построения ручной отчётности](#). 1-2 ч
7. Посмотреть, как делается [письмо к отчёту по эффективности](#). 1 ч
8. Изучить работу с Power Pivot, чтобы связывать таблицы в модели данных: [справка Microsoft](#) и [материалы по теме из внутреннего обучения Макса Уварова](#). 4-6 ч
9. Научиться подключать данные в Power Query из папок, интернета и CSV: [справка Microsoft](#) и [материалы по теме из внутреннего обучения Уварова](#). 4-6 ч
10. Изучить [введение в базы данных](#) и [Стенфордский курс от Jeniffer Widom](#) (лекции 1-7, 12). 6-8 ч
11. Изучить [правила построения автоматической отчётности](#). 2 ч
12. Изучить основы SQL: пройти курс [«SQL for marketers»](#) или [«Intro to SQL»](#), выполнить 20 первых заданий базового этапа [на онлайн-тренажёре](#). 10-16 ч
13. Научиться [самостоятельно писать вьюхи для отчётности](#). 2-4 ч
14. Изучить [процесс создания автоматической отчётности до целей](#). 2 ч
15. Как должен выглядеть [прототип отчётности](#). 0,5 ч
16. Изучить [материалы семинара по медиапланированию](#). 1 ч
17. Изучить [раздел Отчётность](#) в базе знаний. 1-2 ч

Этап 3

Продвинутые возможности Excel, Power BI, модули подмены контента на сайте для внедрения колл-трекинга и промо-кодов, работа с CRM.

18. Пройти курсы [3 уровня](#) и [4 уровня](#) в Специалисте. 16 ч
19. Изучить возможности Power BI: [краткое введение в предмет](#), [справочник](#) и [курс от Microsoft](#), [блок по теме на внутреннем обучении Уварова](#). 15–20 ч
20. Изучить [основы DAX](#) для работы с Power BI.
21. Изучить наш скрипт определения источников сайта [Sourcebuster JS](#).
22. Изучить наш модуль подмены контента [SB-Placer](#).
23. Примеры работы с промокодами: [промокоды на основании clientid](#), [какие данные можно получать](#), [как запустить промокоды на проекте](#).
24. Изучить [процесс экспорта-импорта заявок с сайта в CRM](#).
25. Иметь представление [о работе АТС и CRM](#). Знать, зачем и как [их связывать](#).
26. Пример [инструкции для менеджеров клиента](#) по простановке статусов заявок в CRM.
27. Как сделать [автоматизированную отчетность до денег с AmoCRM, OnlinePBX и Calltouch](#).
28. Изучить [сравнительную таблицу онлайн-консультантов](#), которых мы попробовали.

SEO

Этап 1 ~60 часов

1. Прочитать «[Оптимизация и продвижение сайта в поисковых системах](#)». 8–16 ч
2. Изучить «[Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google](#)». 2–3 ч
3. Изучить [рекомендации Яндекса для вебмастеров](#). 2–3 ч
4. Пройти курс «[Основные принципы индексирования](#)». Ответить на вопросы, выполнить задания в конце уроков. 2 ч
5. Пройти курс «[Основные принципы оптимизации сайта](#)». Ответить на вопросы, выполнить задания в конце уроков. 2 ч
6. Посмотреть лекции Школы вебмастеров Яндекса и пройти тесты: [Выбор стратегии поискового продвижения](#), [Как правильно составить структуру сайта](#), [Основные принципы ранжирования](#). 6–8 ч

Этап 2 ~20 часов

7. Изучить [введение в SEO](#). 1 ч
8. Познакомиться [с SEO-требованиями к текстам](#). 0,5 ч
9. Посмотреть, что значит [идеальное SEO](#). 1 ч
10. Изучить [раздел SEO](#) в базе знаний. 1 ч



Увеличивайте скорость воспроизведения видео в 1,5–2 раза. Слушать и воспринимать получается гораздо быстрее, чем рассказывать.

Разработка

Этап 1 ~40 часов

1. Пройти [вводные курсы по HTML и CSS](#). 15–30 ч
2. Пройти базовый курс по [javascript](#), чтобы разбираться в принципах работы скриптов и модулей подмены на наших сайтах. 6–10 ч
3. Изучить принципы работы плагина «60 секунд» и его [применение на практике](#). [Научиться ставить его через GTM](#). 2 ч

Этап 2 ~5 часов

4. Посмотреть [презентацию о том, чем занимается отдел веб-разработки](#). 0,5 ч
5. Познакомиться [со стандартами тех.поддержки сайтов](#). 0,5 ч
6. Изучить [правила постановки задач специалистам](#) и всегда им следовать. 0,5 ч
7. Изучить [регламент предварительной оценки задач](#). 0,5 ч
8. Изучить [инструкцию по бронированию времени специалистов](#) и всегда ей следовать. 0,5 ч
9. Изучить [процесс выполнения задач](#), чтобы понимать этапы работы. 0,5 ч
10. Изучить семинар «[Введение в веб-технологии: как пощупать их руками](#)». 2 ч

Этап 3

11. Понимать и использовать [чек-лист разработки лендинга](#).
12. Изучить [редакции Битрикса](#) и понимать, для чего нужна каждая.
13. Изучить [инструкцию по выбору хостинга](#) для проекта.



Английский

~2 часа



1. Прочитать статью Максима Ильяхова [о правильном подходе к изучению английского](#). 0,5 ч
2. Пройти [тест Cambridge English](#). 15 мин
3. Переключить все интерфейсы на английский. Операционную систему, все программы, браузер, почту, Google Analytics, Facebook. 0,5 ч
4. Составить личный план. Курсы? Сериалы? Специальные сервисы и приложения?
5. Начать заниматься регулярно.

Управление людьми

Этап 1 ~3 часа

1. [Уровни делегирования](#) человеческим языком. 0,5 ч
2. [Как давать обратную связь](#). 0,5 ч
3. Прочитать [конспект модуля про управление людьми](#) Школы менеджеров Стратоплан. 0,5 ч
4. Знать [кто такой ведущий и что он делает](#) . Чтобы понимать, как им стать. 0,5 ч
5. Знать и применять [алгоритм повышения сотрудников](#) . 1 ч

Этап 2 ~30 часов

6. Прочитать и сделать конспект «[Как найти своих людей: искусство подбора персонала](#)». 8–16 ч
7. Прочитать конспект тренинга «[Как проводить интервью](#)». 0,5 ч
8. [Конспект интервью Михаила Токовина](#) про жизнь без HR. Близок нашему подходу. 0,5 ч
9. Изучить [инструкцию по найму в агентство](#)  и всё что в драйве и в [базе знаний](#) . 2–3 ч
10. Прежде чем нанимать людей самостоятельно, нужно поучаствовать в 4–5 собеседованиях в качестве слушателя, провести 4–5 собеседований самостоятельно, но под контролем ведущего, проанализировать кандидатов вместе с ведущим. 10–15 ч

...и проектами

~50 часов

1. Изучить [алгоритм создания стратегии интернет-маркетинга](#). 1 ч
2. Посмотреть презентацию «[Менеджер-снежинка](#)». И стараться не быть таким менеджером. 0,5 ч
3. Прочитать и сделать конспект книги «[Цель: процесс непрерывного совершенствования](#)». 8–16 ч
4. Прочитать и сделать конспект книги «[Управленческие дилеммы: теория ограничений в действии](#)». 8–16 ч
5. Изучить [конспект курса ТOVERОВОГО об управлении проектами](#) и внедрить в личную систему. 2–3 ч
6. Пройти [курс ТOVERОВОГО](#) в Москве или удалённо (сотрудникам агентство оплачивает 50%). 15–20 ч
7. Посмотреть [краткий курс про управление проектами по стандарту PMI](#). 2–4 ч
8. Изучить [принципы создания стратегии проекта](#) . 2 ч



Прежде чем что-то делать, вы должны понимать, кому и зачем это надо.

Не принимайте задачи, цели которых не ясны или выглядят не совсем правильными.

Критерий правильности — результативность проекта: конверсия сайта, эффективность рекламы, количество звонков и продаж.

Мы зарабатываем только на долгосрочном успехе наших клиентов. Не пропускайте неправильные решения.

Из «Правил выживания»

Проектирование и дизайн

Этап 1 ~60 часов

1. Прочитать и сделать конспект «Добавьте в корзину». 8–16 ч
2. Прочитать и сделать конспект «Повышение эффективности интернет-рекламы». 8–16 ч
3. Прочитать и сделать конспект «Web-design for ROI». 8–16 ч
4. Изучить сайты из портфолио топ-студий. Можно начать со Студии Лебедева и AIC. 5–10 ч
5. Прочитать «Ководство» Лебедева. 6–12 ч
6. Изучить бизнес-линч (как правильно). По несколько выпусков в день.
7. Изучить «процесс» по сайтам и интерфейсам. По одному в день.
8. Посмотреть лекцию Артёма Горбунова о полезном действии или изучить её конспект. Прочитать внутренний документ о полезном действии. Описать полезное действие своего проекта. 2–3 ч
9. Прочитать список вопросов, которые задаёт Джейсон Фрайд, когда проверяет дизайн. Можно использовать при оценке собственного и чужого дизайна. 0,5 ч
10. Изучить наш подход к проектированию и дизайну, чтобы понимать почему работаем именно так. Посмотреть примеры наших лендингов и баннеров. 1–2 ч
11. Прочитать о нашем представлении о первом экране лендингов. 1 ч

Работа с клиентами

~40 часов

1. Прочитать и сделать конспект «[СПИН-продажи](#)». 8–16 ч
2. Посмотреть и сделать конспект [видео СПИН-продажи](#) Хью Лори ([на русском](#)). 2 ч
3. Прочитать и сделать [конспект «Советника, которому доверяют»](#) — основная книга по работе с клиентами. 8–16 ч
4. Посмотреть видео и сделать конспект [Правил общения с клиентами в Студии Лебедева](#). 2 ч
5. Прочитать и сделать конспект «[Договориться можно обо всём](#)». 8–16 ч
6. Прочитать адаптированный конспект «[Мастерство звонка](#)» Жигилий. 1 ч
7. Изучить [советы Синельникова по взаимоотношениям с клиентом](#). Один совет в день.
8. Прочитать и сделать конспект «[Мастерство презентации](#)». 8–16 ч
9. Изучить [правила коммуникации с клиентом](#), принятые в агентстве. 1 ч
10. Прочитать [о карточке переговоров](#). Использовать на планёрках, скайпах и встречах. 1 ч
11. Изучить [примеры воронок продаж](#). 1 ч

Этап 2 ~20 часов

12. Выбрать любой проект агентства, внимательно посмотреть 2 часа записей в Вебвизоре, написать список правок, улучшений и предложений, обсудить с ведущим проекта. 3–4 ч
13. Узнать, как работает отдел дизайна. 0,5 ч
14. Прочитать про распределение рабочего времени дизайнеров, чтобы понимать как они работают. 0,5 ч
15. Посмотреть семинар про введение в проектирование. 1 ч
16. Изучить примеры наших последних экранов. 1 ч
17. Изучить алгоритм создания лендинга. 1–2 ч
18. Изучить алгоритм создания текстового прототипа, посмотреть примеры там же. Подготовить свой текстовый прототип для любого ещё не запущенного проекта, который выбрать с ведущим. 8–10 ч
19. Изучить чек-лист проверки сайта перед запуском. Проверить свой проект. 1–2 ч
20. Изучить, как проверять работоспособность сайта на телефоне. Проверить на своём проекте. 1–2 ч
21. Изучить результаты сплит-тестов в базе знаний. 1–2 ч

Этап 3

22. Чтобы прокачиваться как дизайнер, можно изучать Знания дизайнера в базе знаний и посещать внутренние дизайнерские семинары.
23. Прочитать и сделать конспект «Искусство мыть слона» Влада Головача. 8–16 ч
24. Пройти курс «Дизайн в цифровой среде». 30–40 ч
25. Почитать про процесс дизайна в разных студиях.

И с отделами продаж

~5 часов

1. Изучить [лендинг продукта](#): за что отвечаем, почему занимаемся этим, кейсы. 0,5 ч
2. Изучить этапы работы с отделами продаж [на примере чек-листа](#). 0,5 ч
3. Разобраться, что делаем на этапе базового аудита: [понимание задачи](#), [анкета для клиента](#). 1 ч
4. Понимать, как выглядят отчёты по качеству работы менеджеров и уметь их читать: [шаблон оценочной таблицы](#), [регламент оценки](#). 1 ч
5. Понимать, как выглядят отчёты по АТС и уметь их читать: [список метрик и инструкция по созданию](#), [пример отчёта](#). 1 ч
6. Понимать, как выглядят отчёты по эффективности по менеджерам: [инструкция по чтению отчёта](#), [пример отчёта](#). 1 ч



Джедай в агентстве — это продвинутый интернет-маркетолог. Делает всю интернет-рекламу. Разбирается во всех смежных дисциплинах. А в одной из них — особенно хорошо.

Знания, собранные в этом плане обучения, полезны любому специалисту. Хороший специалист заимствует знания из разных областей, применяет их и удивляет окружающих.

План обучения постоянно дорабатывается. Вопросы и идеи присылайте Сергею Шабалину на shabalin@it-agency.ru

Февраль, 2017

it-agency.ru