

IT-AGENCY

**План
обучения
джедаев**

Джедай в агентстве — это продвинутый интернет-маркетолог, который отвечает за весь интернет-маркетинг на проекте: делает аудит и стратегию, запускает и ведёт рекламу, проектирует сайт, настраивает сквозную отчётность. В этом ему помогают сильные знания в интернет-маркетинге и смежных зонах.

В плане обучения мы собрали и систематизировали знания, которые помогут изучить разные области интернет-маркетинга и научиться применять их на практике.

Мы разделили знания по темам, а внутри каждой темы разбили их на три этапа

Этап 1. Материалы из открытых источников, которые нужно изучить самостоятельно.

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

Некоторые материалы доступны только сотрудникам агентства.

Новые статьи из Академии и открытые вакансии каждые две недели в нашей рассылке, подписывайтесь it-agency.ru/mail

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. Посмотреть видео Максима Дорофеева и 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, завести чек-лист хорошего списка задач. **1 ч.**
6. Пройти курс Learning how to learn на Coursera, чтобы учиться эффективнее. **6–10 ч.**
7. Научиться любить и искать критику. Три закона критики от Максима Ильяхова. **1 ч.**

Этап 2 ~10 часов

8. Внедрить в работу инструменты: Slack, LastPass, ActiveCollab, Базу знаний агентства. **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 результат меньше 80% — освежить знания по технике. **5–8 ч.**

Этап 3

11. Начать вести свой профессиональный блог.
12. Изучать, как развиваются другие. Брать их приёмы, пробовать на себе, оставлять то, что работает. Из рекомендуемого: статья «Мастерство» от Максима 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 мин.и-понимания. 3-5 ч.
2. Изучить технику ведения переговоров по Джиму 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. 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 док «Как готовиться и проводить еженедельные планёрки по проектам». 1 ч.
16. Изучить документ «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. 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. **2–3 ч.**
3. Изучать советы Максима 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 конспект 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 Максима 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 Максима Ильяхова (сотрудникам агентство оплачивает 50%).
13. Прочитать статью Максима Ильяхова: что и как читать начинающим редакторам.
14. Прочитать книгу «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 считываются 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.

Евгений Волков, дизайнер

Яндекс.Директ

Этап 1 ~40 часов

1. Прочитать и сделать конспект книги «Контекстная реклама». 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». 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. 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 книги «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. 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 в работе с Google.Adwords. 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. Раздел «Знания» в коллабе и слаке, где сотрудники делятся информацией.
2. [f](#) [vk](#) /itagency
3. [@itateam](#)
4. Советы Бюро, Бизнес-линч Студии, блог Мосигры, блог Авинаша Кошика, блог о рекламе laborare.info
5. Блоги сотрудников: Севы Устинова, Миши Стерликова, Игоря Посталенко, Кости Солодянникова и Паши Ясько.
6. Блоги Людвиг Быстроновского, Ильи Бирмана, Николая Товеровского, Максима Ильяхова.
7. Официальные блоги Google Analytics, AdWords, блог рекламных технологий Яндекса.

Другие рекламные каналы

~7 часов

1. Изучить инструкцию о том, как писать запросы на рекламные площадки. 0,5 ч.
2. Посмотреть внутренний семинар о работе с Яндекс.Маркетом. 1 ч.
3. Посмотреть пример понимания стратегии рекламы в соцсетях, чтобы знать, что мы можем предложить клиентам. 0,5 ч.
4. Пример аудита рекламных активностей компании, чтобы понимать, как анализировать на что обращать внимание при анализе рекламы в соцсетях. 0,5 ч.
5. Посмотреть пример понимания задачи на триггерную стратегию. 0,5 ч.
6. Изучить серию семинаров о рекламе в пабликах ВКонтакте. 2 ч.
7. Изучить методы сегментации базы подписчиков. 0,5 ч.
8. Посмотреть 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 и отработать практику на реальном счётчике. 6–8 ч.
3. Изучить официальную справку Метрики. 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, Ecommerce Analytics доступен только на английском. 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 Макса 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 Макса Уварова. 4–6 ч.
10. Изучить введение в базы данных и Стенфордский курс от Jennifer 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. Изучить 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 Макса 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. Посмотреть пример инструкции для менеджеров клиента по простановке статусов заявок в CRM.
27. Изучить как сделать автоматизированную отчётность 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 устройство поиска Яндекса по статьям. 4 ч.
3. Изучить «Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google». 2–3 ч.
4. Изучить рекомендации Яндекса для вебмастеров. 2–3 ч.
5. Пройти курс «Основные принципы индексирования». Ответить на вопросы, выполнить задания в конце уроков. 2 ч.
6. Пройти курс «Основные принципы оптимизации сайта». Ответить на вопросы, выполнить задания в конце уроков. 2 ч.
7. 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

8. Изучить введение в SEO. 1 ч.
9. Познакомиться с SEO-требованиями к текстам. 0,5 ч.
10. Посмотреть, что значит идеальное SEO. 1 ч.
11. Изучить раздел SEO в Базе знаний. 1 ч.

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. Прочитать про уровни делегирования человеческим языком. **0,5 ч.**
2. Прочитать документ «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 книги «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 Николая Товеровского об управлении проектами и внедрить в личную систему. **2–3 ч.**
6. Пройти курс Николая Товеровского (сотрудникам агентство оплачивает 50%). **15–20 ч.**
7. Посмотреть краткий курс про управление проектами по стандарту РМ1. **2–4 ч.**
8. Изучить принципы создания стратегии проекта. **2 ч.**



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

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 книгу и сделать конспект «Добавьте в корзину». 8–16 ч.
2. Прочитать книгу и сделать конспект «Повышение эффективности интернет-рекламы». 8–16 ч.
3. Прочитать книгу 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» Артемия 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. 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 книги «Мастерство звонка». 1 ч.
7. Изучить советы Ильи Синельникова по взаимоотношениям с клиентом. Один совет в день.
8. Прочитать и сделать конспект книги «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: посмотреть понимание задачи и анкету 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. 1 ч.



План обучения постоянно
дорабатывается. Вопросы и идеи
присылайте Захару Трубачеву
на ed@it-agency.ru

Январь 2018
it-agency.ru