

Techart

Консалтинговая
группа



Программа непрерывного образования «Текарт» edu.techart.ru
Сессия «Зима 2024–2025»

20.02.2025

Анализ маркетинговой деятельности конкурентов

techart.ru | promo.techart.ru

Регистраций: 110 (компаний – 94), в т.ч.:

- 30,9 % новых слушателей
- 38 топ-менеджера
- 52 постоянных (4+) слушателя программы
- 13 с вопросами и обратной связью

Ключевые компетенции «Текарт»



25
лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

14 000
выполненных проектов

38 500+
клиентов и партнеров в экосистеме «Текарт»

4 место
рейтинга «Маркетинговый консалтинг» RAEX

160
сотрудников в штате

ТОП 100
в рейтинге работодателей Headhunter*

* среди компаний до 250 сотрудников

Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

- Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т. д.), реклама**
- Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)
- Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео
- Маркетинговый анализ и стратегия
- Менеджмент и кадры

2
года работы программы непрерывного образования

5 000+
участников из 1 600 компаний

31
спикер

550
пользователей [платформы](#)

Что анализировать?

03

Предметом изучения могут выступать:

- Продукт или услуга.
- Позиционирование.
- УТП компании.
- Регионы присутствия.
- Цены.
- Программы лояльности.
- **Каналы продвижения.**
- И т.д.



Выбор основных направлений исследования в первую очередь зависит от поставленных целей и задач.

Как отбирать конкурентов?

Источники:

- Поисковая выдача Яндекс и Google по общим целевым запросам.
- Рейтинги, отраслевые ресурсы.
- Сайты-отзовики.
- Социальные сети.
- Опросы менеджеров по продажам / представителей компании.
- Мероприятия.
- Специальные сервисы ([BEI.RU](#), [Megaindex](#)).

solopharm.com ПОКАЗАТЬ

#	Донор	Соотношение, %
1	rlsnet.ru	3.57 %
2	vidal.ru	3.31 %
3	nzmp.net	29.92 %
4	evalarlab.com	31.59 %
5	ellara.ru	34.23 %
6	yotta-pharm.ru	36.9 %
7	elentra.ru	40.48 %
8	trekrezan.ru	28.17 %
9	biocord.ru	28.17 %
10	cznmos.ru	10.91 %

Отбираем 5-6 прямых конкурентов и 2-3 «косвенных».

Обратите внимание: большинство сервисов показывают конкурентов с точки зрения поисковых запросов, а не только бизнеса. Поэтому на этапе отбора необходимо оставлять только релевантные компании.

Основные направления для анализа

05

Сайт
конкурента

Поисковое
продвижение
(SEO)

Социальные
сети (SMM)

Контекстная
реклама

PR активность

Репутация

Email-маркетинг

Маркетплейсы

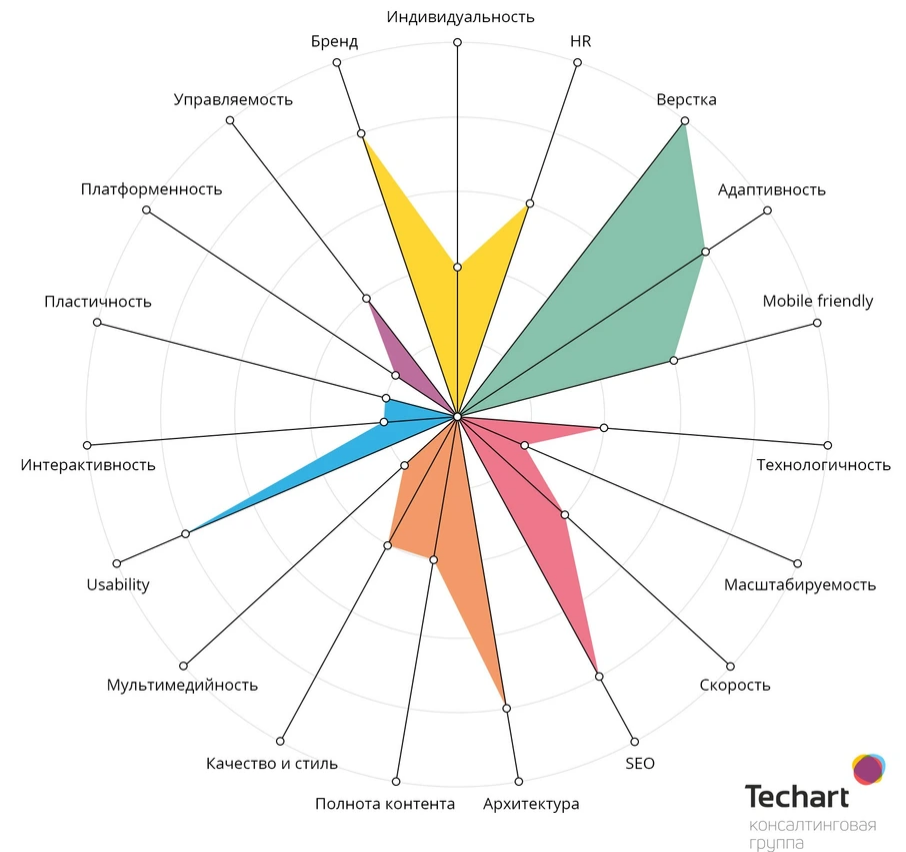
Анализ сайта

Для чего:

- направления для развития: новые разделы, функционал, контент и т.д.;
- поиск «слабых мест» своего ресурса.

Обращаем внимание на:

- Дизайн (современность, фирменный стиль, общее восприятие).
- Ассортимент и цены (наличие / отсутствие).
- Географию представительств компании.
- Структуру сайта (каталог, продуктовые страницы, наличие информационных разделов и т. д.).
- Продуктовые страницы (фото товара, цена, описание, видеообзоры, отзывы и т. п.).
- Способы связи с клиентами (онлайн-консультант, заказ, email, мессенджеры, телефон, чат-бот).
- Условия оплаты и доставки.
- Гарантии и программы лояльности.
- Ключевые сервисы (поиск по сайту, подбор продукта, фильтры, сортировки, калькуляторы и т. п.).
- Механики вовлечения пользователя (оставить отзыв, поделиться в социальных сетях, подписаться на рассылку, призывы к действию и т. п.).
- Личный кабинет (при наличии).

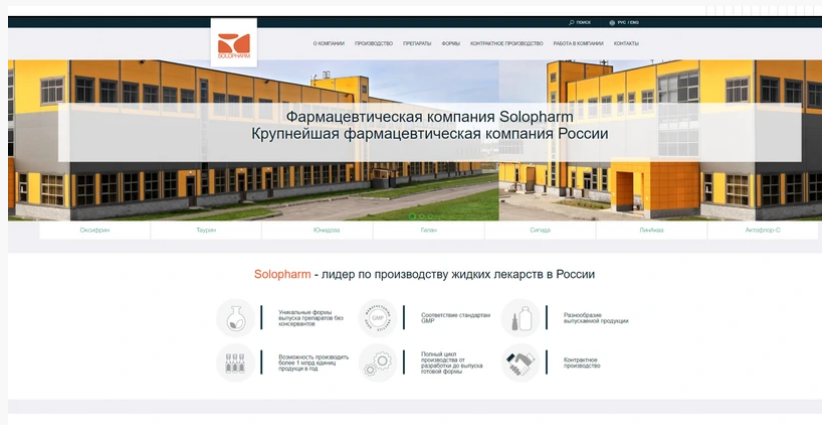


Для проведения данного анализа привлечение дополнительных сервисов необязательно.

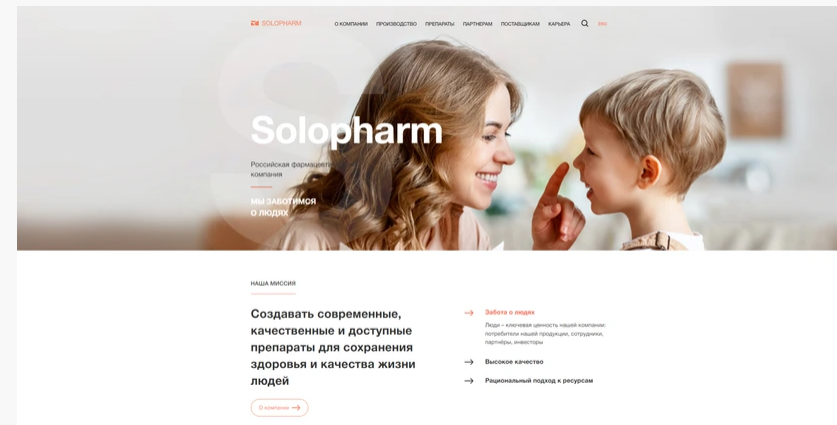
Анализ сайта. Полезные сервисы

История изменения сайта (архив) — [Archive.org](https://archive.org)

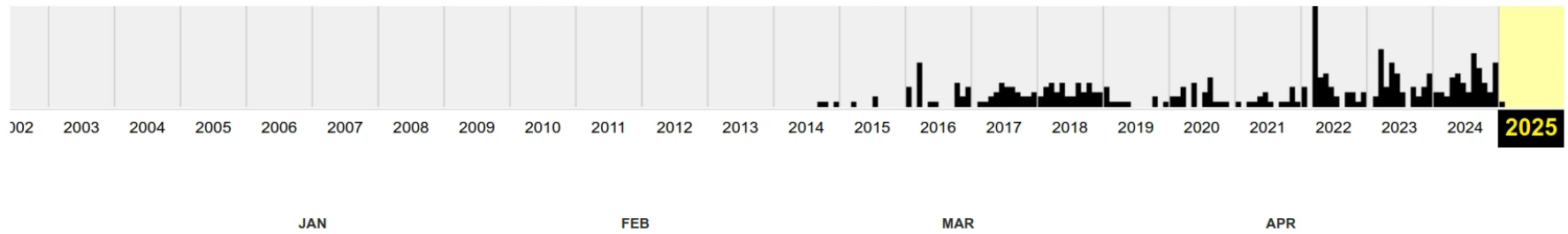
2017



2024



Saved **330 times** between [September 21, 2014](#) and [January 8, 2025](#).



Анализ сайта. Полезные сервисы

08

Технологии, используемые на проекте — [Builtwith](#)

TN.RU

Technology Profile Detailed Meta Products Performance Relationship Redirect

Analytics and Tracking

[View Global Trends](#)

LeadPlan

[LeadPlan Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using LeadPlan](#)

LeadPlan is a personalized widget service for increasing website conversion and collecting contacts.
Lead Generation

Yandex Metrika

[Yandex Metrika Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Yandex Metrika](#)

A free Russian tool for increasing the conversion of the site. Watch for key performance site, analyze visitor behavior, evaluate the impact of advertising campaigns.

Audience Measurement · Conversion Optimization

Google Analytics

[Google Analytics Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Analytics](#)

Google Analytics offers a host of compelling features and benefits for everyone from senior executives and advertising and marketing professionals to site owners and content developers.

Application Performance · Audience Measurement · Visitor Count Tracking

Google Universal Analytics

[Google Universal Analytics Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Universal Analytics](#)

The analytics.js JavaScript snippet is a new way to measure how users interact with your website. It is similar to the previous Google tracking code, ga.js, but offers more flexibility for developers to customize their implementations.

Google Analytics 4

[Google Analytics 4 Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Analytics 4](#)

Google Analytics 4 formerly known as App + Web is a new version of Google Analytics that was released in October 2020.

Widgets

[View Global Trends](#)

Bitrix24

[Bitrix24 Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Bitrix24](#)

Bitrix24 is a suite of social collaboration, communication and management tools.
Social Sharing

Google Tag Manager

[Google Tag Manager Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Tag Manager](#)

Tag management that lets you add and update website tags without changes to underlying website code.
Tag Management

reCAPTCHA

[reCAPTCHA Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using reCAPTCHA](#)

Anti-bot CAPTCHA widget from Google.

CAPTCHA

reCAPTCHA v2

[reCAPTCHA v2 Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using reCAPTCHA v2](#)

v2 of the Google reCAPTCHA system.

US Privacy User Signal Mechanism

[US Privacy User Signal Mechanism Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using US Privacy User Signal Mechanism](#)

The US Privacy API (USP API) is a lightweight API used to communicate signals represented in the US Privacy String.

Privacy Compliance

CrUX Dataset

[CrUX Dataset Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using CrUX Dataset](#)

CrUX is a data collection system that gathers information about how real users interact with websites. This website is included in the user experiences data gathered from Google Chrome and thus considered sufficiently popular on the Internet.

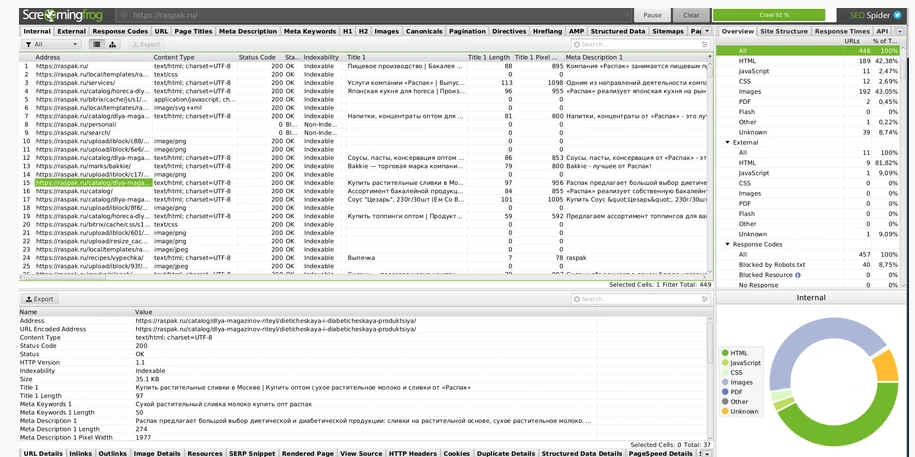
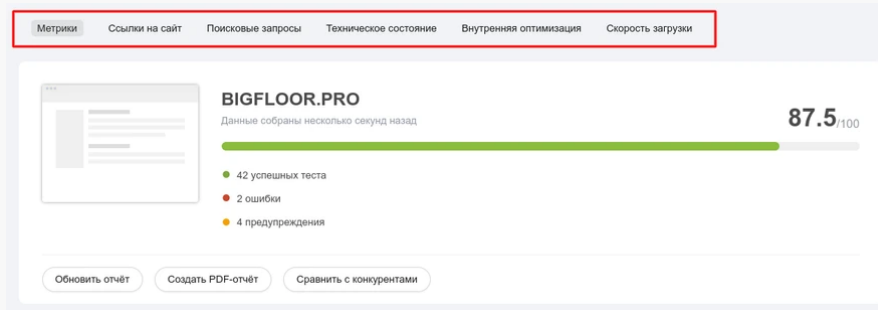
Поисковое продвижение (SEO)

09

1. Наличие базовой оптимизации сайта

- Технические файлы (robots.txt и sitemap.xml) – site.ru/robots.txt;
- Метатеги (title, description) и заголовки H1 - [Screaming Frog SEO Spider](#) + расширения (SEO meta in 1 click);
- Адаптивность верстки - [Mobile-friendly](#);
- Скорость загрузки страниц - [Pagespeed](#);
- Уникальность контента — [Text.Ru](#).

Универсальные сервисы:



Примеры ошибок:

- Одинаковые title на разных страницах.
- Пустые description.
- Горизонтальная прокрутка при изменении ширины экрана.
- Показатели производительности сайта (Pagespeed) в красной зоне.
- Неуникальный контент.

На 100% сказать, что конкурент проводит SEO продвижение в данный момент невозможно.

Однако по общим признакам можно с уверенностью сказать проводились ли работы по оптимизации.

Поисковое продвижение (SEO)

2. Позиции сайта

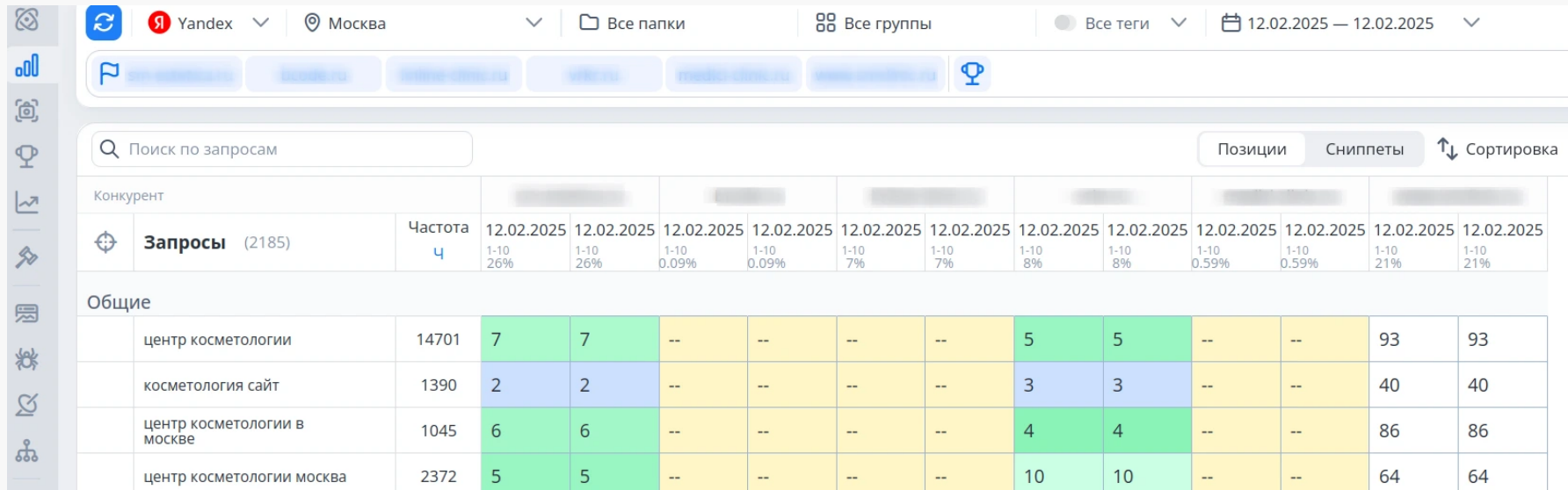
Оценить можно вручную:

- отобрать по несколько высоко-, средне и низкочастотных запросов разных направленностей (коммерческих и информационных);
- в режиме «Инкогнито» с предварительно настроенным регионом пользователя ввести запросы в поисковую строку;
- определить положение сайта.

Или используя сервисы:

- подбираем запросы;
- регистрируемся в сервисе, добавляем сайт и ядро;
- задаем параметры проверки;
- оцениваем результаты.

Примеры:  **Топвизор**[®]



The screenshot shows the Topvisor interface with the following details:

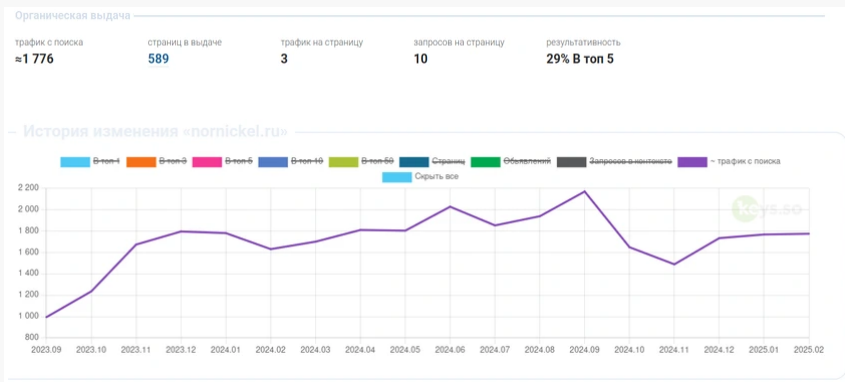
- Search engine: Yandex
- Location: Москва
- Search query: Поиск по запросам
- Table columns: Конкурент, Запросы (2185), Частота, and 14 date columns (12.02.2025).
- Table rows:

Конкурент	Запросы (2185)	Частота	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025	12.02.2025
центр косметологии	14701	7	7	--	--	--	--	5	5	--	--	93	93	
косметология сайт	1390	2	2	--	--	--	--	3	3	--	--	40	40	
центр косметологии в москве	1045	6	6	--	--	--	--	4	4	--	--	86	86	
центр косметологии москва	2372	5	5	--	--	--	--	10	10	--	--	64	64	

Поисковое продвижение (SEO)

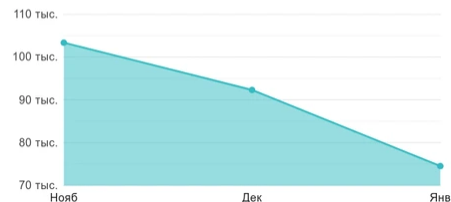
3. Оценка поискового трафика

- Открытые счетчики систем статистики ([Liveinternet](#)).
- Сервисы.

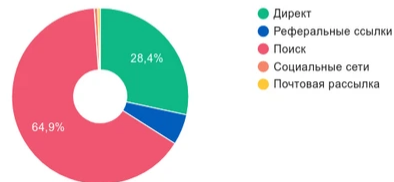


Динамика посещаемости от SimilarWeb

График посещаемости



Источники трафика



Поисковое продвижение (SEO)

Комплексная оценка сайта

- Посещаемость и источники.
- Видимость сайта по ключевым запросам и фразы, по которым переходят на сайт.
- Внешние ссылки.
- Метатеги, заголовки, популярные страницы.
- Сайты-конкуренты и другие параметры.

pr-cy.ru

be1.ru

similarweb.com

keys.so

Социальные сети (SMM)

Аудит групп конкурентов в социальных сетях помогает выработать грамотную стратегию своего представления: определиться с площадками, улучшить оформление, понять, на каком типе контента делать акцент, какой стиль общения предпочитает ваша целевая аудитория и т.д.

На что обращать внимание:

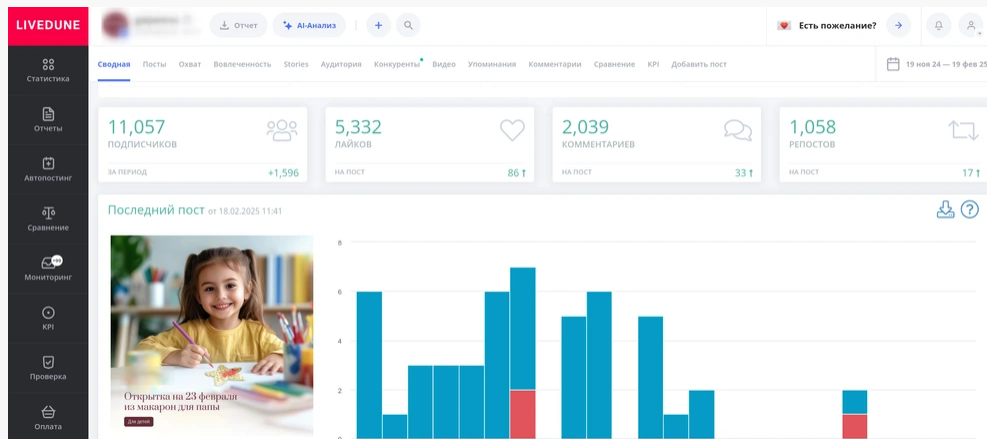
- Оформление страницы: название, описание, обложка, дополнительные ссылки.
- Аудитория: число подписчиков, портрет (пол, возраст, регион).
- Статистические показатели (охват, динамика подписчиков, активность аудитории).
- Публикуемый контент: частота постинга, форматы, темы, креативы.
- Механики вовлечения: призывы к действию, опросы, конкурсы.
- Коммуникация с аудиторией (частота, тональность).

Социальные сети (SMM)

Как проверять: вручную+сервисы.

Примеры сервисов: **LIVEDUNE**

- Тестовый период – 7 дней.
- Позволяет посмотреть не только общие параметры группы (подписчиков, посты, вовлеченность и т.д.), но и портрет аудитории (не по всем соц.сетям). Также помогает проанализировать и сравнить эффективность публикаций своих аккаунтов и аккаунтов конкурентов в социальных медиа более чем по 50 метрикам.
- Поддерживаемые сети: ВКонтакте, Одноклассники, Telegram, YouTube ...

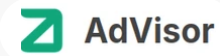
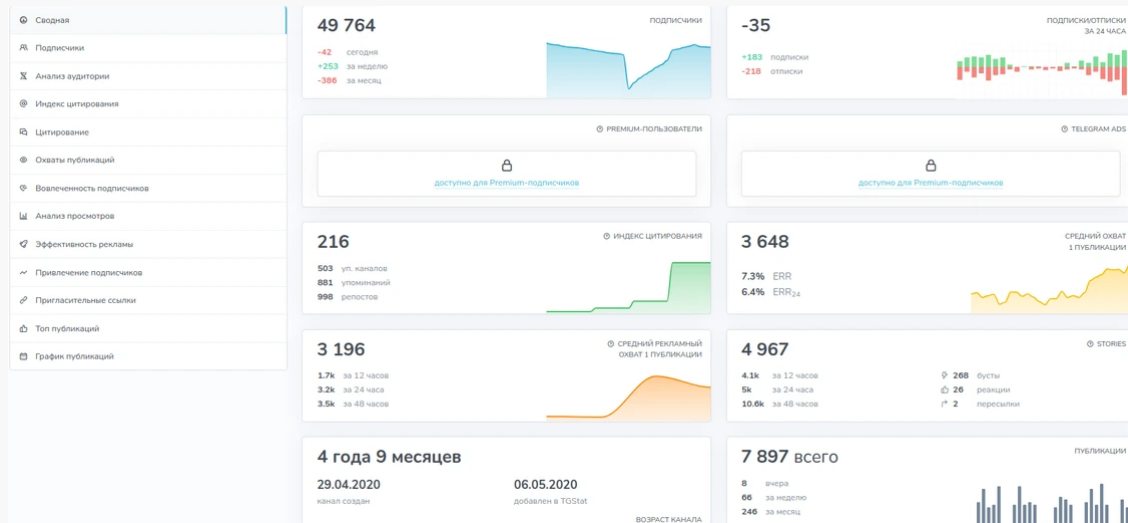


Социальные сети (SMM)

Примеры сервисов для анализа каналов и чатов в Telegram:



Комплексный анализ каналов и чатов



Аналитика рекламы

Поиск по рекламодателю или каналу

Укажите рекламодателя или канал:

Тип рекламных объявлений: CPA, CPM, Telegram Ads

Крок

Найти креативы

Сортировка по: Тематической сложности

1 https://t.me/revit_bim_news 675P

JUST ENGINEERING IT

При проектировании инженерных систем для ЦОД легко тонуть в рутине. Узнали, согласны?

На митапе JUST ENGINEERING IT эксперты КРОК расскажут, как решить эту проблему с помощью автоматизации.

Когда: 26 февраля, 19:00–21:15
Где: офис КРОК, Москва | онлайн

Что обсудим:

- какие наработки сделала наша BIM-команда за 2024 год;
- как мы победили коллизию при проектировании нескольких ЦОД;
- как автоматизация эволюционировала от простых макросов до сложных web-приложений;
- какие есть отрывы создания модели и оформления проекта для печати.

Участие бесплатное, регистрация по ссылке

Реклама. ЗАО Крок. ИНН 7701004101. erid

17 Фев 15:32

Контекстная реклама

Контекстная реклама — сложный инструмент для оценки с точки зрения анализа конкурентов:

- Проведение кампаний можно определить только на текущий момент или за непродолжительный период.
- Достоверных и при этом бесплатных источников получения полной информации не существует.



В результате аудита можно сделать вывод в первом приближении о том, использует ли сейчас конкурент этот маркетинговый канал. Частично можно оценить тексты рекламных объявлений и понять, чем конкурент привлекает пользователя.

Контекстная реклама

Как проверять:

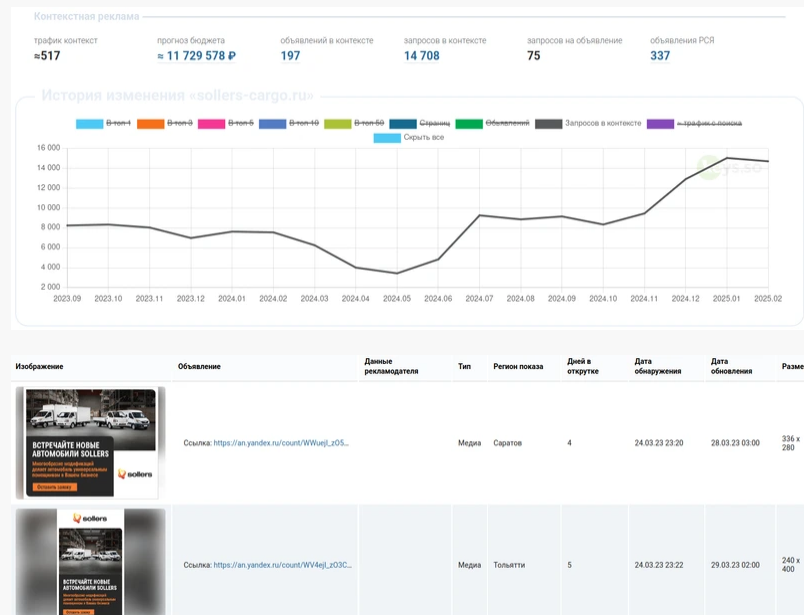
1. Вручную: составить список ключевых фраз (не забываем добавлять запросы с продуктами-конкурентами) и просмотреть рекламные объявления конкурентов в выдаче Яндекса.

После ввода нескольких целевых запросов одной тематики через небольшой промежуток времени вам будут показывать (например, на сервисах Яндекса) и объявления, размещенные в РСЯ (если конкурент использует данный вид рекламы).

2. Автоматизированные сервисы: [Spywords](#), [Keys.so](#)

Точность представляемых результатов во многих тематиках низкая.

В бесплатной версии сервисы показывают лишь часть отчета, в платной больше данных.



Запросы сайта sollers-cargo.ru в контексте

Wordstat Больше или равен ИЛИ

Применить Очистить В Y

от 1 до 25 из 14 708 записей

Запрос	Заголовок объявления	Текст объявления	URL объявления	Поз.	Блок	Wordstat	Wordstat*	Wordstat†	Слов	Объяв
ларгус лада	Фургон SOLLERS Argo для городских улиц. Перевозка грузов. Погрузочная высота 785 мм	Реклама! Грузовое пространство до 12 м ³ . Системы безопасности в базовой комплектации	https://sollers-cargo.ru/argo-models/tutm_so...	15	Остальные	461 674	22 972	405	2	5
лада ларгус	Фургон SOLLERS Argo для городских улиц. Перевозка грузов. Погрузочная высота 785 мм	Реклама! Грузовое пространство до 12 м ³ . Системы безопасности в базовой комплектации	https://sollers-cargo.ru/argo-models/tutm_so...	49	Остальные	461 674	22 972	22 567	2	3
ларгус	Фургон SOLLERS Argo для городских улиц. Перевозка грузов. Погрузочная высота 785 мм	Грузовое пространство до 12 м ³ . Системы безопасности в базовой комплектации	https://sollers-cargo.ru/argo-models/tutm_so...	57	Остальные	1 245 830	18 997	18 997	1	3

Оценить примерный бюджет по найденным фразам можно используя прогнозатор бюджета в Яндекс.Директ.

PR активности

Для чего:

- Определить площадки, с которыми работает конкурент.
- Уточнить инфоповоды.
- Оценить реакцию пользователей (при наличии возможности).
- Определить период активности.
- Оценить примерный бюджет.

Что смотрим:

- Публикации в СМИ, форумах, отраслевых изданиях и т.п.
- Участие в отраслевых выставках и социальных программах.
- Проведение мероприятий.
- Наличие спецпроектов.
- Раздел «Новости» на сайте.

На что обращаем внимание:

- Охват (при наличии открытых данных).
- Узнаваемость бренда (по Яндекс.Wordstat).
- Авторитетность и стоимость публикации на размещенном ресурсе.
- Тема публикации.
- Стилль подачи, объем и качество контента.
- Наличие ссылок.

PR активности

Как проверять:

1. Вручную: анализ поисковой выдачи по брендовым/продуктовым запросам; информация в разделе «Новости» на сайте.

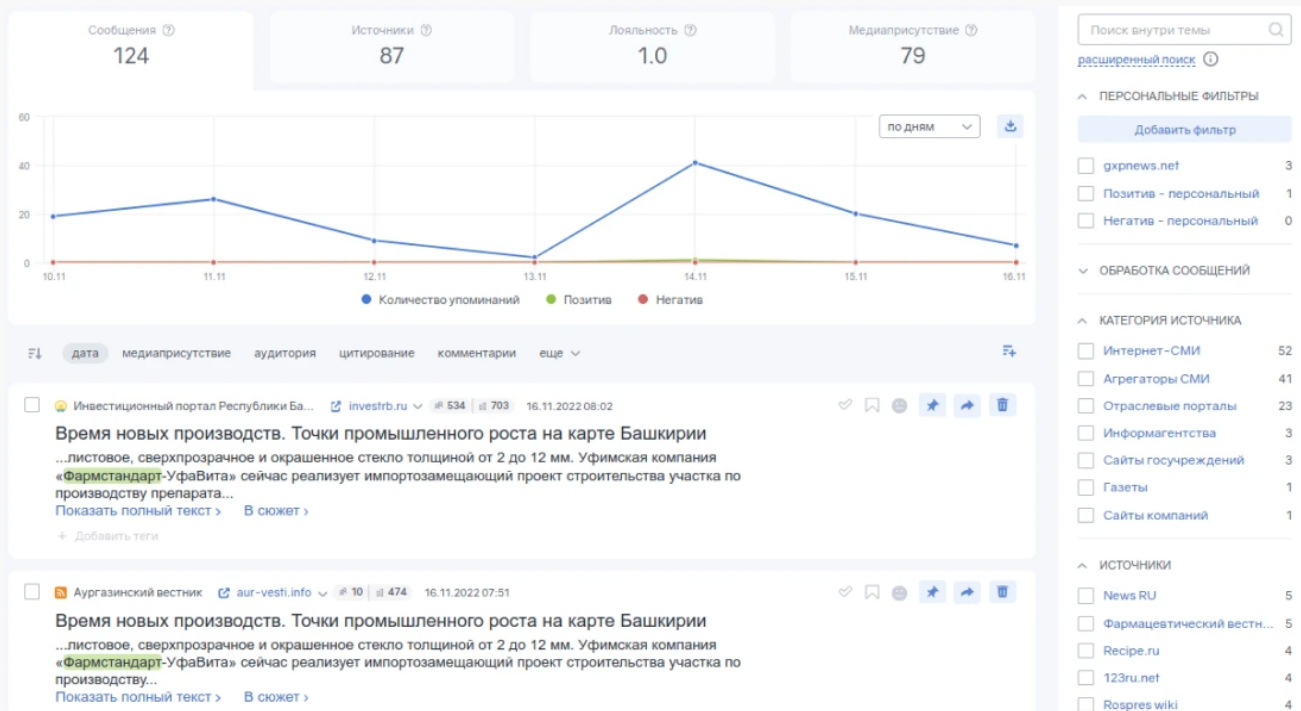
2. Автоматизированные сервисы:



Позволяют провести мониторинг упоминаний по заданным запросам (в том числе исторические) в социальных сетях, СМИ, блогах, форумах по текстам, картинкам, видео, геометкам, stories.

Автоматически определяют тональность и строят отчеты. Сервисы платные.

Пример дашборда Brand Analytics с упоминаниями в СМИ



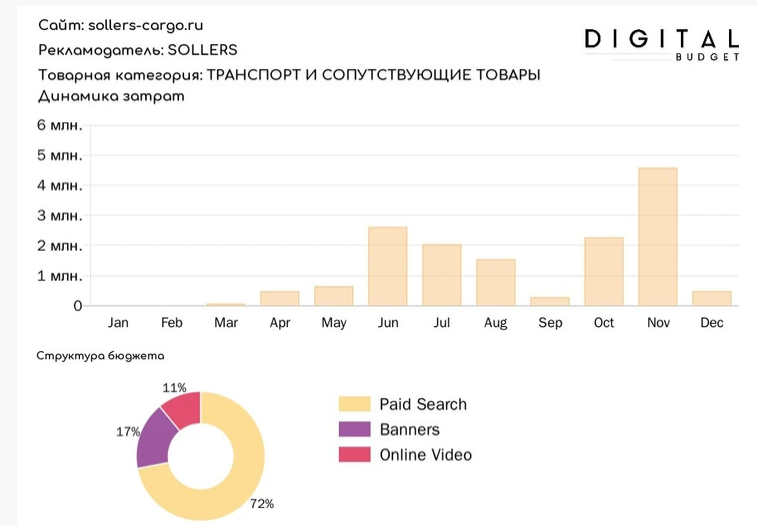
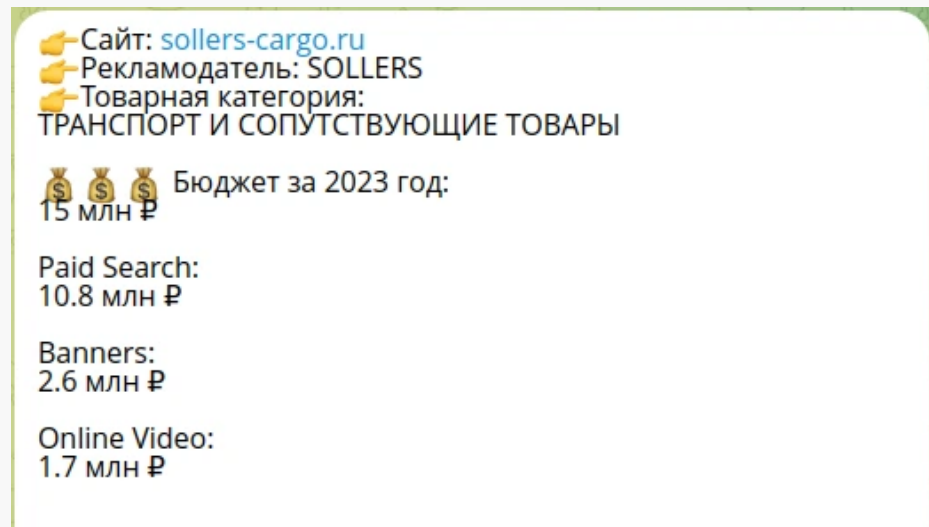
PR активности

Оценить примерный бюджет рекламных активностей:

1. Прогнозатор бюджета Яндекс (контекстная реклама+% при показах в РСЯ).
2. Запрос прайс-листа от площадок (PR).
3. Запрос предоставления коммерческого предложения в агентства.
4. Сторонние сервисы.

Например, DigitalBudget.ru — аналитика затрат на рекламу в интернете.

Бот в телеграм: @DigitalBudgetBot



Репутация

Для чего:

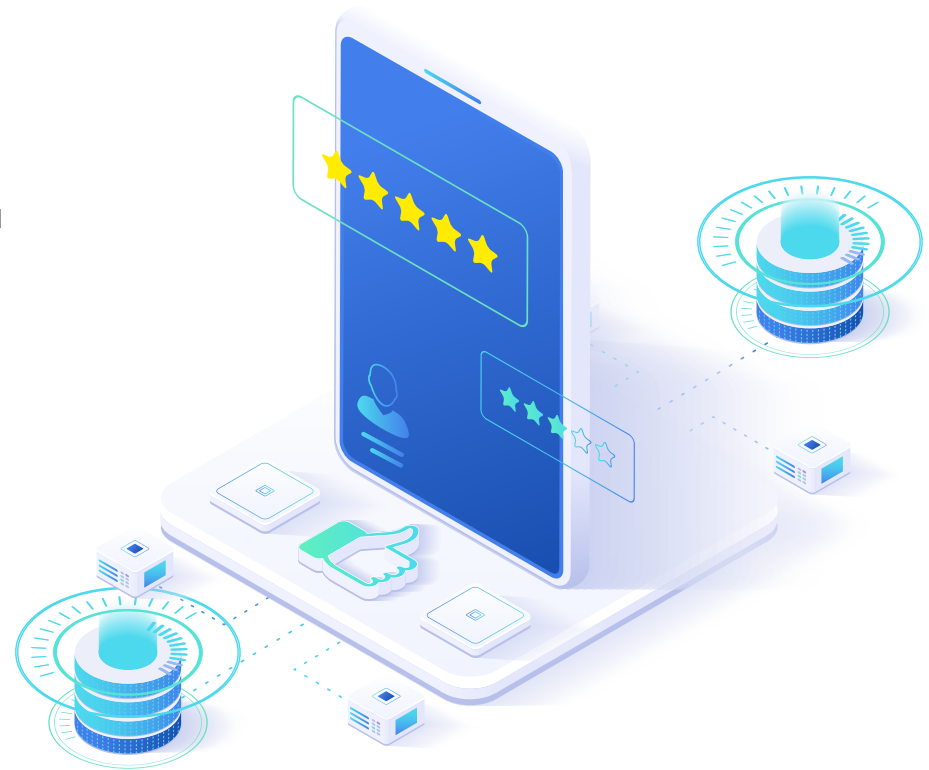
- Влияние на рост обращений.
- Улучшение продукта / услуги.
- Определить, работает ли конкурент в данном направлении или нет, на каких площадках.
- Определить стратегию конкурента.
- Скорректировать свою стратегию.

На какие отзывы смотрим (в зависимости от задачи):

- О компании.
- О продукции / услугах.
- О работодателе.

На что обращать внимание:

- Наличие отзывов и динамика их появления.
- Содержание отзыва.
- Ведется ли работа с отзывами от официального аккаунта бренда (как с отрицательными, так и положительными).
- Скорость ответа.
- Оценки отзыва.
- Тональность и полнота ответов.
- Решены ли проблемы/возражения клиентов.



Работа с отзывами

Как проверять:

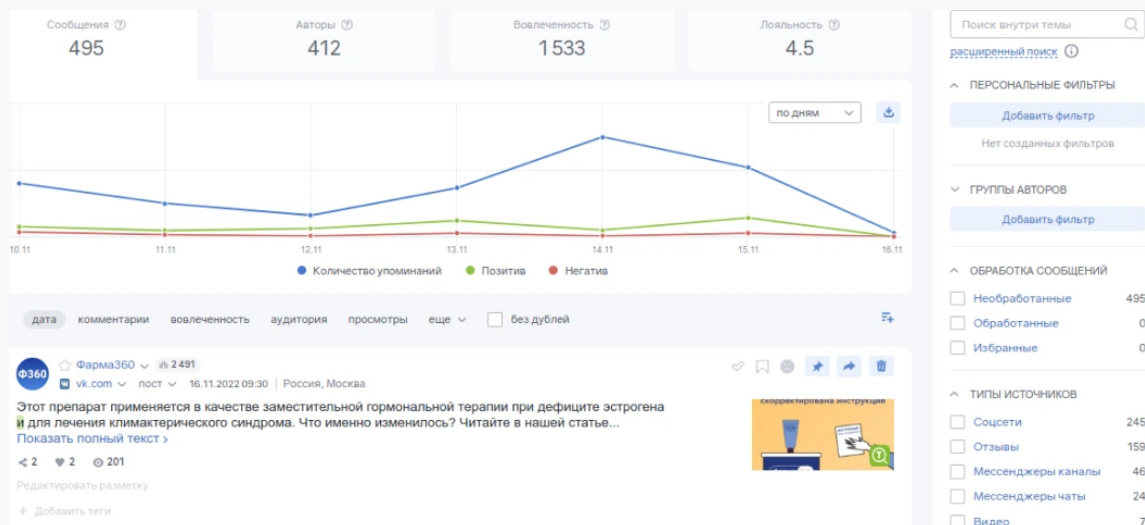
1. Вручную: подбираем релевантные площадки.

- Сайты-отзовики о продукции / услугах ([Otzovik](#), [Irecommend](#), и др.).
- Социальные сети ([ВКонтакте](#), [Telegram](#), [Одноклассники](#) и др.).
- Маркетплейсы ([Ozon](#), [Wildberries](#), [Яндекс Маркет](#) и др.).
- Сайты о работодателях ([Dreamjob](#), [Правда сотрудников](#) и др.).
- Тематические ресурсы ([Prodoctorov.ru](#), [Zoon.ru](#) и др.)

Оцениваем приблизительно по ранее упомянутым критериям.

2. Автоматизированные сервисы: [Br-analytics](#).

- Оценка более точная по ряду показателей.



Email-маркетинг

Начинаем с поиска формы подписки на сайте. Если она присутствует, то в самом начале аудита необходимо подписаться на рассылку.

На что обращать внимание:

- Как происходит сбор контактов:
 - расположение формы на сайте;
 - обычный запрос email-адреса или с предложением какой-то выгоды;
 - сколько полей требуется для обязательного заполнения;
 - какую дополнительную информацию запрашивают и т.п.
- Использует конкурент для проведения рассылки сторонний сервис или свою CRM. Определить можно, открыв исходный код письма или наведя курсор на ссылку в тексте.
- Настроены ли триггерные сообщения и каково их содержание (welcome-письмо, напоминание о брошенной корзине и т.п.)
- График отправки писем: как часто приходят письма, по каким дням недели, в какое время (можно ли определить закономерность).
- Дизайн писем, их верстку и адаптивность.

Email-маркетинг

И самое главное – контент:

- тема письма;
- объем текста;
- тематика писем;
- стиль изложения;
- наличие ссылок и призывов к действию.

Полную оценку можно выполнить самостоятельно, без использования сторонних платных сервисов.

⚠ Если форма подписки на рассылку отсутствует на сайте — это не означает, что конкурент не проводит активности в данном направлении.

Пример welcome-письма

Спасибо, что подписались на рассылку вебинаров



Предстоящие вебинары:

- 07.06 | 11.00 (МСК) - "Утепление наружных стен": [регистрация](#)
- 28.06 | 11.00 (МСК) - "Утепление полов и фундаментов": [регистрация](#)
- 16.07 | 11.00 (МСК) - "Звукоизоляция от пола до потолка": [регистрация](#)
- 09.08 | 11.00 (МСК) - "Разрушаем мифы о теплоизоляции": [регистрация](#)

Полный список обучений [по ссылке](#)



Ждем вас на мероприятиях!

Маркетплейсы

Анализ конкурентов на маркетплейсах поможет оценить нишу и тенденции рынка, улучшить ваши карточки и увеличить прибыль.

На что обращать внимание при оценке товарных карточек:

- Описание;
- Фотографии, инфографика, видео;
- Цена/ее изменения;
- Количество продаж;
- Рейтинг продавца;
- Уровень заполненности карточки;
- Тональность отзывов;
- Ответы на отзывы и вопросы покупателей от лица бренда.

Такие метрики бренда как: выручка; средняя цена; процент товаров с продажами; график продаж и многие другие можно оценить только с помощью внешних платных сервисов.



Маркетплейсы

Как проверять:

1. Вручную: данный метод крайне ограничен в силу сложности поиска карточек, выявления закономерностей и построения правильных выводов.

2. Автоматизированные сервисы: [Mpstats.io](https://mpstats.io) и др.

Сервисы позволяют выявить топ конкурентов, товаров по продажам, проанализировать каждый товар (по стоимости, выручке, остаткам, схеме работы и т.п.) в динамике и ряд других показателей. Главными недостатками являются короткий демо-доступ (от 1 часа до 1 дня) или его полное отсутствие.

Ниши с минимумом продавцов,
где можно начать продажи

Минимум конкурентов

Категория	Артикулов	Продавцов	Продаж	Выручка
Premium	296 шт.	13 шт.	457 шт.	3192471 Р
Сад и дача	1712 шт.	284 шт.	20066 ш	13742331 Р
Ювелирные изделия	2111 шт.	468 шт.	3520 шт	8144115 Р
Книги	217865 шт.	1182 шт.	378401	860538128 Р
Школа	7614шт.	1417 шт.	78362 ш	48337803 Р

Топ товаров в категории

График продаж	Изображение	SKU	Наименование	Продаж	Выручка	Дней в наличии	Упущенная выручка	Прогнозируемая выручка	% упущенной выру
		173782238	Электросамокат Ninebot KickScooter Max G30	67 шт.	3 014 389 Р	19 д.	1 903 824,61 Р	4 918 213,61 Р	38 %
		275886480	Беговая дорожка WalkingPad R2	38 шт.	1 560 268 Р	17 д.	1 284 926,57 Р	2 845 194,57 Р	45 %
		396735302	Гантели ZTOA KGS, 2 шт. по 15 кг, черный цвет	336 шт.	1 379 930 Р	30 д.	45 997,64 Р	1 425 927,64 Р	3 %
		300675159	Брусья Пресс 3 в 1 разборный Центр Спорт черный Absolute Champion. Турник для дома усиленный. Турник настенный. Турник разборный. Турник брусья настенный 3 в 1. Турник на стену 3в1.Турник«брусья»пресс	395 шт.	1 257 410 Р	30 д.	41 913,64 Р	1 299 323,64 Р	3 %

Исследование маркетинговой активности конкурентов — постоянный процесс

План анализа конкурентов состоит из нескольких этапов:

1. Определить цель и задачи.
2. Подобрать конкурентов для анализа.
3. Собрать информацию по заданным критериям.
4. Структурировать данные.
5. Сформировать отчёт.
6. Анализировать.

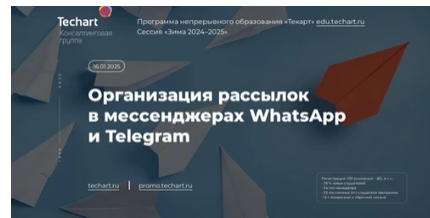


Суть — получать и интерпретировать инсайты.

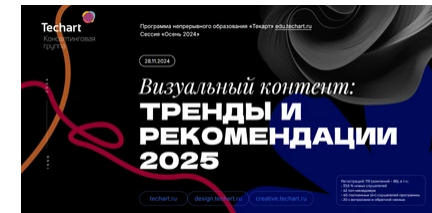
Наши материалы по теме



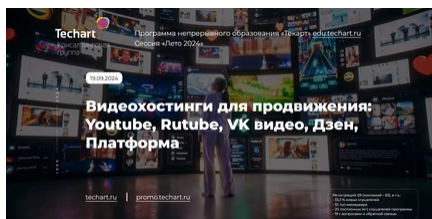
06.02.2025
[Продвижение в Telegram. Органические и рекламные возможности, рекомендации и кейсы](#)



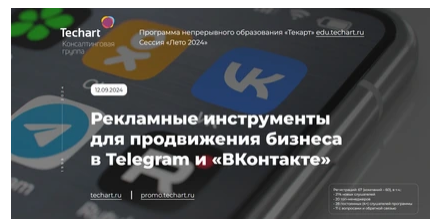
16.01.2025
[Организация рассылок в мессенджерах WhatsApp и Telegram](#)



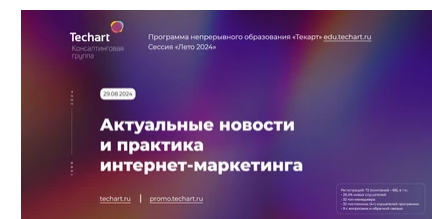
28.11.2024
[Визуальный контент: тренды и рекомендации 2025](#)



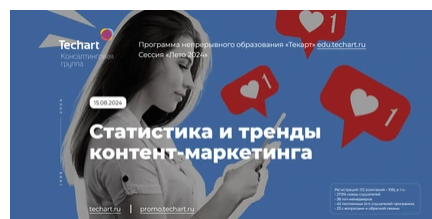
19.09.2024
[Видеохостинги для продвижения: Youtube, Rutube, VK видео, Дзен, Платформа](#)



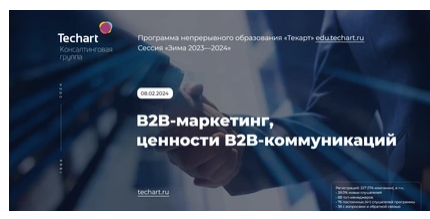
12.09.2024
[Рекламные инструменты для продвижения бизнеса в Telegram и «ВКонтакте»](#)



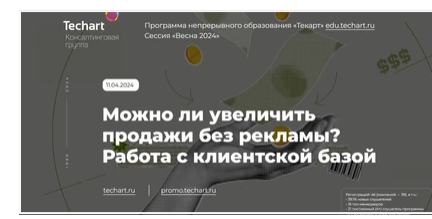
29.08.24
[Актуальные новости и практика интернет-маркетинга](#)



15.08.2024
[Статистика и тренды контент-маркетинга](#)



08.02.2024
[B2B-маркетинг, ценности B2B-коммуникаций](#)



11.04.2024
[Можно ли увеличить продажи без рекламы? Работа с клиентской базой](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь

**Мигулина Елена**директор практики
интегрированного маркетинга**Релевантные услуги «Текарт»:**

- [Проведение рекламных кампаний](#)
- [Продвижение в социальных сетях](#)
- [Управление репутацией](#)
- [Performance-маркетинг](#)
- [Веб-аналитика](#)

+7 495 790 75 91Консалтинговая группа «Текарт»
techart.ruИнтегрированный маркетинг и PR
promo.techart.ruIT-решения и веб-разработка
web.techart.ruДизайн-бюро
design.techart.ruКреативное агентство
creative.techart.ruФотоагентство
photo.techart.ruАналитика и бизнес-планирование
research.techart.ruРабота в «Текарт»
hr.techart.ruОбразовательная программа
edu.techart.ru[Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса»](#)[Канал информационной поддержки Edu.Techart](#)