

ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ BPM SOFT
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ



ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ BPM SOFT УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ

ФОРМАТ

- Практикум (онлайн)
- Корпоративный тренинг (онлайн или очный)

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ

2 дня по 4 часа с перерывами

БУДЕТ ИНТЕРЕСНО

- Пользователям «BPMSoft Управление маркетингом», которые начинают свою работу в системе;
- Партнерам и клиентам BPMSoft для повышения эффективности бизнеса и систематизации бизнес-процессов компании.

УЧАСТНИКИ УЗНАЮТ

- Возможности работы с клиентской базой;
- Возможности сегментации;
- Возможности каналов привлечения лидов;
- Обзор лендинга и веб-формы;
- Возможности проведения рекламных кампаний и массовых рассылок;
- Возможности настройки кампаний;
- Возможности управления мероприятиями;
- Возможности настройки маркетинговых планов и активностей.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Обучение посвящено обзору функциональных возможностей «BPMSoft Управление маркетингом». Во время занятий участники будут выполнять практические задания на выделенных демо-стендах. Чтобы одновременно работать с заданиями и следить за демонстрацией, рекомендуем использовать два монитора.

ПРОГРАММА

День 1.

ТЕМА	ПРИМЕРНАЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ
Введение: ▪ Приветствие, знакомство; ▪ Организационные вопросы; ▪ Подключение к демо-стендам.	20 минут
Обзор интерфейса и терминология платформы: ▪ Панель разделов; ▪ Командная строка; ▪ Коммуникационная панель; ▪ Настройка и работа с каналами ленты.	30 минут
Профиль клиента 360. Единая база контактов и контрагентов: ▪ Управление основной информацией контактов и контрагентов; ▪ Настройка канала коммуникации с контактом; ▪ Управление подпиской на рассылки Email; ▪ История взаимодействия; ▪ История привлечений.	35 минут
Сегментация контактов и контрагентов: ▪ Виды фильтров: Быстрые, стандартные, расширенные; ▪ Добавление пользовательских групп.	40 минут
Email-маркетинг. Часть 1 ▪ Категории Email: ○ Рассылка; ○ Триггерное письмо. ▪ Подготовка шаблона рассылки в дизайнера контента; ▪ Тестовое письмо; ▪ Способы наполнения аудитории рассылки; ▪ Настройка параметров рассылки; ▪ Обзор UTM-меток.	1 час 25 минут

День 2.

ТЕМА	ПРИМЕРНАЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ
Ответы на вопросы	10 минут
Email-маркетинг. Часть 2 ▪ Анализ результатов рассылки; ▪ Сплит-тестирование (А/В-тестирование); ▪ Репутация учетной записи при рассылках; ▪ Рекомендации по подготовке рассылки.	40 минут
Управление лидами: ▪ Возможности регистрации лидов из разных источников; ▪ Работа по референтному бизнес-процессу управления лидом; ▪ Добавление данных по потребностям клиента; ▪ Массовое изменение стадии лидов; ▪ Отображение информации о привлечении лида.	35 минут
Лендинг и веб-форма: ▪ Виды стандартных форм для создания лендинга или веб-формы; ▪ Обзор страницы лендинга и веб-формы.	15 минут
Управление мероприятиями: ▪ Планирование мероприятий; ▪ Формирование команды; ▪ Формирование и отслеживание финансовых показателей мероприятия; ▪ Способы наполнения аудитории мероприятия: ○ При помощи кампании; ○ Вручную. ▪ Отклики по участникам мероприятия.	15 минут
Управление маркетинговыми кампаниями: ▪ Создание новой кампании в дизайнера кампании; ▪ Обзор элементов дизайнера кампании; ▪ Мониторинг хода выполнения кампании; ▪ Журнал кампании.	1 час 20 минут

ТЕМА	ПРИМЕРНАЯ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ
Управление маркетинговыми планами: ▪ Планирование маркетинговых планов и активностей; ▪ Формирование и отслеживание финансовых показателей маркетингового плана и активностей; ▪ Оценка нагрузки сотрудников.	15 минут