Учиться у лучших: гостевые лекции «Яндекс» и Molinos

Цифровой маркетинг интересен любому человеку, будь то специалист или обычный пользователь, ведь с интернетом мы сталкиваемся каждый день. О стремлении к освоению профессиональных знаний в данной области свидетельствует и количество зарегистрированных на онлайн-курс Политеха «Цифровой маркетинг и социальные сети» (авторы – к.э.н., доцент ВШУБ Климин А.И., к.э.н., доцент ВШУБ Тихонов Д.В.), стартовавшего в сентябре.

Однако у студентов Политехнического университета есть возможность узнавать о последних новшествах маркетинга не только дистанционно, но и посещая открытые лектории. Один из таких состоялся 8 и 9 октября в Большом конференц-зале при организационной поддержке Высшей школы управления и бизнеса (ВШУБ) и маркетингового клуба «Клумба|Политех».

Актуальность тем выступлений для молодых специалистов была обусловлена важностью понимания особенностей digital-профессии, и у кого, как не у представителей компаний-лидеров можно было об этом узнать. Перед студентами выступили менеджер по работе с рекламными агентствами компании "Яндекс" Наталья Кудряшова и руководитель направления Performance Marketing агентства цифровых коммуникаций Molinos Нина Зеленко.

Как было отмечено на лекциях, сегодня недостаточно просто продвигать товар с помощью рекламных агентств или самостоятельно, важно разбираться в инструментах продвижения, чтобы понимать, как они влияют на получаемый результат. Грамотный предприниматель должен верно определять присутствие своего бизнеса в глобальной сети, а также знать, для чего предназначены различные инструменты цифрового маркетинга.

В рамках презентации спикеры рассказали про то, каким образом можно улучшать позиции собственного сайта в поисковой выдаче, что такое SEO и как оно работает. Полезными оказались и советы, которые давали спикеры относительно плюсов и минусов использования такого продвижения. На примере спортивной одежды студентам рассказали про работу еще одного удобного маркетингового инструмента - таргетинга, который показывает рекламное сообщение пользователям, анализируя их поведение в интернете, темы поисковых запросов и местоположение. Рассмотренные инструменты позволили студентам лучше понять, как проще находить покупателей и каким образом можно повлиять на совершение повторных покупок.