

Конкурсное задание

Компетенция

T10 Интернет-маркетинг

Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1. Формы участия в конкурсе
2. Задание для конкурса
3. Модули задания и необходимое время
4. Критерии оценки
5. Необходимые приложения

Количество часов на выполнение задания: 21 ч.

1. ФОРМЫ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

Индивидуальный конкурс.

2. ЗАДАНИЕ ДЛЯ КОНКУРСА

Конкурс организован по модульному принципу. Для каждого модуля участник получает задание в виде запроса заказчика с реальной (или смоделированной) ситуацией из области маркетинговых исследований и маркетинговых задач. Форма представления запроса варьируется в зависимости от заданий к модулю, как правило это запросы заказчика и сформулированная легенда, в соответствии с которой необходимо выполнить задание. Для выполнения каждого модуля предлагаются четкие временные рамки. Они устанавливаются таким образом, чтобы задачи были выполнены очень быстро при полной концентрации внимания.

Конкурсное задание состоит из 4 модулей и может выполняться как по модулю, так и в разной последовательности, в зависимости от поставленной задачи. Оценка происходит по модулю.

3. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Модули и время сведены в таблице 1

Таблица 1.

№ п/п	Наименование модуля	Рабочее время	Время на задание
1	Модуль А: Организация процессов в интернет-маркетинге. Анализ информационного пространства	09.00-13.00	4 часа
2	Модуль В: Анализ конкурентов. Организация процессов в интернет-маркетинге.	14.00-18.00	4 часа
3	Модуль С: Организация работы по привлечению трафика на площадки и конверсия его в целевые действия.	09.00- 13.00	4 часа
4	Модуль D: Организация работы в области статистики и аналитики в интернет-маркетинге	14.00-18.00	4 часа
5	Модуль Е: Рассылки, рекламные модули, УТП, лендинги	09.00- 14.00	5 часов

Заявка от заказчика:

Участнику предоставляется конкурсное задание со специально подготовленной заявкой от заказчика на сравнительный анализ конкурентной среды, разработке стратегии продвижения в социальных сетях, разработке уникального торгового предложения, разработке рекламных слоганов и рекламных модулей, привлечению трафика на площадки заказчика, разработка шаблонов и текстов e-mail-рассылок, аудит аккаунтов в социальных сетях, разработку контент-плана и выполнения ежедневных работ по нему, разработку технического задания для дизайнера для лендинга с определенным целевым действием, разработка и создание лендинга. Заявка может быть представлена как определенной компанией, промышленным предприятием и т.д., или основана на одной из категорий представленной в World Skills Russia:

1. Информационные и коммуникационные технологии.
2. Производство и инженерные технологии.
3. Строительство и строительные технологии.
4. Искусство и дизайн.
5. Транспорт и логистика.
6. Сфера услуг

Участнику необходимо изучить полученную от заказчика информацию, провести анализ его деятельности, торговых предложений, а также аудит его социальных сетей и (или) сайта. В соответствии с заданными критериями, а также на основании дополнительной информации, собранной участником, он определяет целевую аудиторию, каналы и способы продвижения, которые представит заказчику.

При защите выполненного задания участник должен обосновать аналитические выводы и причины своего выбора.

Участник готовит пакет документов в формате Word, Excel, PowerPoint и отправляет их заказчику на указанный электронный адрес.

Модуль А:

Анализ информационного пространства. Анализ конкурентов.

1. Составить аналитическую справку, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
2. Найти не менее 5 аналогичных проектов, составив аналитическую справку, в которой будет проведен анализ проектов не менее чем по 5 критериям.

3. Составить таблицу сравнительного анализа аналогичных проектов, на основании которой сделать не менее 5 выводов.
4. Выявить страницы/аккаунты этих проектов, провести сравнительный анализ, на основании которого также сделать не менее 5 выводов.
5. Защитить модуль А в формате выступления, подготовив для выступления краткую презентацию (время выступления не более 5 мин.)

Модуль В:

Стратегия продвижения

1. Создать стратегию продвижения в социальных сетях, которая будет включать следующие разделы:
 - Концепция продвижения;
 - Цели продвижения;
 - Задачи для достижения каждой цели, если их более одной (прирост новых пользователей, органический охват публикаций и т.д.);
 - Целевая аудитория;
 - Модели поведения аудитории и чем можно на нее влиять;
 - Основная идея в контенте;
 - Рубрикатор;
 - Предоставить не менее 3 тем для каждой рубрики;
 - Определить форматы постов и описать требования к ним;
 - Представить примеры для ведения аккаунтов/сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление;
2. Составить контент-план, учитывая правила разработки таких планов.
3. Подготовить презентацию для выступления перед Заказчиком.

Модуль С:

Целевая аудитория проекта

1. Выделить сегменты целевой аудитории проекта
2. Составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик:
 - фото типичного представителя
 - ФИО (придумать)

- пол
- возраст
- география проживания
- семейное положение
- образование
- доход
- профессиональная деятельность
- интересы
- стиль жизни

Модуль D:

Лендинг

1. Разработать лендинг на платформе <https://tilda.cc/ru/> или <https://ru.wix.com/>

Модуль E:

Рассылки

1. Придумать 5 тем любых возможных рассылок в рамках легенды с максимальным на ваш взгляд Open Rate;
2. Разработать и составить тексты писем в соответствие с темами;
3. Придумать 1 автоматическую рассылку и составить текст письма;
4. Придумать 1 периодическую рассылку и составить текст письма.
5. Придумать 1 триггерную рассылку и составить текст письма.
6. Придумать 1 служебную рассылку и составить текст письма.
7. Составить продающее письмо по теме «Лендинг» и отправить его на почту для сбора заданий.

Рекламные модули

Создать не менее 3 рекламных модулей для соцсетей с 3 вариантами креатива каждый.

УТП

Разработать 3 варианта УТП для заказчика.

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Этот раздел определяет критерии оценки и количество баллов (субъективных и объективных).

В основе схемы начисления баллов лежат критерии оценки, которые выводятся вместе с конкурсным заданием. Критерии оценки соответствуют заголовкам разделов. Схема начисления баллов отражает удельный вес критериев в соответствии со стандартами.

Общая сумма баллов для всех критериев оценки должна быть 100.

5. ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА

Конкурс проводится на русском языке (знание английского/немецкого) приветствуется. Вся документация, публичные презентации и общение с экспертами – на русском языке.

Участникам не разрешается приносить в зону соревнований какие-либо личные вещи (карты памяти, а также любые другие средства коммуникации), при этом может быть разрешено использование мобильных телефонов, если необходимо регистрироваться в определенных сервисах, необходимых для выполнения задания.

Необходимые оборудование, установки и материалы

Все оборудование и материалы будут предоставлены организаторами.