

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор НОЧУ ОДПО  
«Аktion-МЦФЭР»



**Д.А. Зацепин**  
«08» мая 2020 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
дополнительного профессионального образования (повышения квалификации)  
**«ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА. ПОШАГОВЫЙ АНТИКРИЗИСНЫЙ КУРС ДЛЯ  
МАЛЫХ И СРЕДНИХ КОМПАНИЙ»**  
(объем 120 академических часов)

г. Москва

## 1. ЦЕЛЬ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения программы слушатель будет:

### знать:

- какие возможности дает цифровизация малому и среднему бизнесу;
- как оцифровать ключевые бизнес-процессы в компании;
- как использовать на практике следующие инструменты: CRM-системы, автоматические воронки продаж, SMM, таргетинг, Google Analytics, KPI, Канбан, NPS, unit-экономику.

### уметь:

- настраивать CRM-систему;
- настраивать рекламные кампании в Facebook и Instagram;
- продвигать компанию в соцсетях;
- собирать аналитику по сайту и рекламным кампаниям с помощью Google analytics;
- повышать конверсию сайта и лендинга;
- измерять индекс NPS и работать над его улучшением;
- разрабатывать эффективную систему KPI;
- рассчитывать прибыльность бизнес-модели;
- применять гибкие методологии.

**2. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ** – постановление Минтруда России от 21.08.1998 г. № 37 «Об утверждении квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих» (в редакции от 12.02.2014); проект профессионального стандарта «Руководитель коммерческой (некоммерческой) организации» (проект утвержден приказом Минтруда России от 13.03.2014 б/н).

**3. ТРУДОЕМКОСТЬ И СРОК ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ** – 120 академических часов.

**4. ФОРМА ОБУЧЕНИЯ** – заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

## 5. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование дисциплин / модулей (в том числе практик)	Часы			Формы контроля
		Всего часов	Аудиторные	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6
1	Цифровые возможности вашего бизнеса	2	2	0	-
2	Логика продаж	24	8	16	-
3	Привлечение клиентов	38	16	22	-
4	Ваша команда	27	10	17	-
5	Управление продуктом	10	3	7	-
6	Финансы	12	4	8	-
7	Ваша суперсила	6	2	4	-
<i>A</i>	<i>Итоговая аттестация</i>	<i>1</i>	<i>-</i>	<i>1</i>	<i>зачет</i>
	<b>ИТОГО:</b>	<b>120</b>	<b>45</b>	<b>75</b>	<b>-</b>

## 6. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ

### 6.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО РАЗДЕЛАМ ПРОГРАММЫ

№ п/п	Наименование разделов	Часы			
		Всего часов	Аудиторные		Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	

1	2	3	4	5	6
<b>1.</b>	<b>Цифровые возможности вашего бизнеса</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>0</b>
1.1	Как кризис 2020 превратил цифровизацию из модного веяния в необходимость для стабильной работы компании	2	2	-	0
<b>2.</b>	<b>Логика продаж</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>16</b>
2.1	Лиды не пропадают, менеджеры под контролем: внедряем и настраиваем CRM-систему	12	4	-	8
2.2	Автоматизируем воронку продаж и делаем логичным и предсказуемым путь, который проходит ваш клиент	12	4	-	8
<b>3.</b>	<b>Привлечение клиентов</b>	<b>38</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	<b>22</b>
3.1	SMM как основной канал продвижения в кризис: создаем и прокачиваем коммерческий аккаунт в Instagram	10	4	-	6
3.2	Реклама в диджитал: выходим на вашу целевую аудиторию с наименьшими затратами с помощью таргетинга	10	4	-	6
3.3	Сколько вы теряете на привлечении клиентов в диджитал: анализируем с помощью Google Analytics	10	4	-	6
3.4	Повышаем конверсию сайта и начинаем получать больше заявок при тех же ресурсах	8	4	-	4
<b>4.</b>	<b>Ваша команда</b>	<b>27</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>17</b>
4.1	Как повысить продуктивность сотрудников с помощью цифровизации: вводим эффективные KPI	15	6	-	9
4.2	Как победить хаос в проектах и правильно распределить ресурсы: внедряем канбан-подход	12	4	-	8
<b>5.</b>	<b>Управление продуктом</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>7</b>
5.1	Как узнать истинное мнение клиентов о вашем продукте: рассчитываем индекс NPS	10	3	-	7
<b>6.</b>	<b>Финансы</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>8</b>
6.1	Что будет с вашим бизнесом завтра: оцениваем перспективы с помощью unit-экономики	12	4	-	8
<b>7.</b>	<b>Ваша суперсила</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>4</b>
7.1	Доступные технологии будущего - ваш козырь в конкурентной битве	6	2	-	4
	<b>ИТОГО:</b>	<b>119</b>	<b>45</b>	<b>-</b>	<b>74</b>

## 6.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ПРОГРАММЫ

**Тема 1.1.** Как кризис 2020 превратил цифровизацию из модного веяния в необходимость для стабильной работы компании.

Цифровизация уже не модный тренд, а необходимость. С чего начать цифровизацию бизнеса в кризисное время и какие ресурсы задействовать. Как не потерять миллионы, оцифровывая бизнес. Опыт практиков.

**Тема 2.1.** Лиды не пропадают, менеджеры под контролем: внедряем и настраиваем CRM-систему.

Как выбрать CRM и замотивировать команду. Начало работы и импорт контактов в CRM. Контакт-центр и автоматическая выгрузка контактов. Подключаем к CRM телефонию. Воронки продаж и организация работы сотрудников. Отчеты и аналитика в CRM. Инструменты для продвинутых: роботы, CRM-маркетинг и сквозная аналитика. Советы и ошибки практиков при внедрении CRM-системы. Опыт практиков.

**Тема 2.2.** Автоматизируем воронку продаж и делаем логичным и предсказуемым путь, который проходит ваш клиент.

Что такое автоворонка продаж и чем она отличается от классической воронки. Частые ошибки при автоматизации воронки продаж и метрики, на которые стоит ориентироваться. Структура автоматической воронки продаж. Собираем контакты пользователей. Коммуникации с клиентом: кому, что и когда отправлять. Популярные механики, которые поднимут ваши продажи. Как работать с оттоком. Как выбрать техническое решение и какие платформы использовать. Как прокачать коммуникации с клиентами: возможности для роста. Опыт практиков.

**Тема 3.1.** SMM как основной канал продвижения в кризис: создаем и прокачиваем коммерческий аккаунт в Instagram.

Как кризис повлиял на продвижение в соцсетях: главные тренды. Обзор популярных площадок. Настраиваем профиль компании в Instagram. Работа с контентом в Instagram. Бесплатное продвижение в Instagram. Умная лента в Instagram. Продвижение в Instagram за деньги. Опыт практиков.

**Тема 3.2.** Реклама в диджитал: выходим на вашу целевую аудиторию с наименьшими затратами с помощью таргетинга.

Почему таргетинг особенно актуален в условиях кризиса и как оценить его эффективность. Связываем аккаунты Instagram и Facebook и знакомимся с рекламным кабинетом. Выбираем цель продвижения. Настраиваем аудиторию и выбираем место размещения. Как составить рекламное объявление. Как настроить сплит-тестирование и динамический таргетинг. Что показывать вашей аудитории в креативах: must-have алгоритм от основателя компаний Qlean и Qmarketing. Опыт практиков: в какую рекламу вкладываются успешные управленцы и какие площадки они считают неэффективными.

**Тема 3.3.** Сколько вы теряете на привлечении клиентов в диджитал: анализируем с помощью Google Analytics.

Диджитал-аналитика и ее основные метрики. Источники трафика. Инструменты в веб-аналитике. Создаем UTM-метки. Первоначальная настройка и интерфейс Google Analytics. Связываем Google Analytics с вашим сайтом двумя способами. Сегментируем пользователей. Отчеты в Google Analytics. Цели и события в Google Analytics. Настраиваем события с помощью Google Tag Manager. Опыт практиков.

**Тема 3.4.** Повышаем конверсию сайта и начинаем получать больше заявок при тех же ресурсах.

С чего начать разработку сайта. Как сделать сайт продающим и решить конфликт между маркетологами и продавцами. Структура эффективного лендинга и правила создания УТП. Триггеры доверия. Зачем нужен блог компании и где искать идеи для публикаций. А/В-тестирование и типичные ошибки на сайтах. Опыт и советы практиков. Как повышают конверсию компании "220 Вольт", Qlean, The Cave.

**Тема 4.1.** Как повысить продуктивность сотрудников с помощью цифровизации: вводим эффективные KPI.

Система KPI - простой цифровой двойник компании. Типичные ошибки управленцев и четыре подхода к построению системы KPI. Описываем бизнес-процессы. Определяем критерии замера. Устанавливаем личные, командные и кросс-функциональные KPI. Устанавливаем периодичность выплат и пересмотра KPI. Что делать с KPI в условиях кризиса. Опыт и советы практиков по введению системы KPI.

**Тема 4.2.** Как победить хаос в проектах и правильно распределить ресурсы: внедряем канбан-подход.

Что такое гибкие методологии и как они помогут упорядочить ваш бизнес. В чем особенности методологии Канбан. Ошибки при внедрении методологии Канбан. Пошагово внедряем Канбан в компании. Канбан-доски. Команда. Метрики успеха. Опыт практиков.

**Тема 5.1.** Как узнать истинное мнение клиентов о вашем продукте: рассчитываем индекс NPS.

Что такое NPS и зачем его измерять. Проводим опрос и собираем обратную связь. Делим клиентов на категории и вычисляем индекс NPS. Интерпретируем результаты и работаем над улучшением показателя. NPS и ваши сотрудники. Опыт компаний.

**Тема 6.1.** Что будет с вашим бизнесом завтра: оцениваем перспективы с помощью unit-экономики.

Как рассчитать эффективность бизнеса и расходы на привлечение клиентов. Пример расчета. Рассчитываем прибыльность бизнес-юнита с помощью электронной таблицы с формулами. Как использовать расчет и что делать, если ваша unit-экономика убыточная. Опыт практиков: финансовые показатели для руководителя.

**Тема 7.1.** Доступные технологии будущего - ваш козырь в конкурентной битве.

Большие данные: какую информацию о клиентах вы можете собирать уже сейчас и как ее использовать. Искусственный интеллект и машинное обучение. Компьютерное зрение и дополненная реальность. RPA-решения: какие операции в малом и среднем бизнесе могут заменить роботы. Интернет вещей.

## **7. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ**

В процессе обучения с целью проверки качества освоения материала и закрепления пройденных тем слушателю предлагается задание для самоконтроля – тестирование из 10 вопросов, относящихся к материалам пройденного раздела. Доступ к материалам следующего раздела слушатель получает после того, как ответит на все вопросы задания для самоконтроля.

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ - РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

1. В. Кулагин, А. Сухаревски, Ю. Мефферт «Digital @ Scale Настольная книга по цифровизации бизнеса». М.: Альпина Паблишер, 2019.
2. MIT Sloan Management Review «Цифровизация. Практические рекомендации по переводу бизнеса на цифровые технологии». М.: Альпина Паблишер, 2019.
3. П. Вайл., С. Ворнер «Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения». М.: Альпина Паблишер, 2019.
4. А. Рязанцев «Как внедрить CRM - систему за 50 дней». М.: Омега-Л, 2017.
5. П. Гринберг «CRM со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет». М.: Символ-Плюс, 2006.
6. Создание отдела продаж с Битрикс24.CRM. М.: 1С-Битрикс, 2017.
7. И. Манн, А. Турусина и Е. Уколова «Инструменты маркетинга для отдела продаж. «Оружие» для менеджеров по продажам до встречи с клиентами, на встрече и после встречи с ними». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.
8. А. Деревницкий «Персонализация продаж. Как найти путь к сердцу каждого клиента». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
9. Д. Халилов, «Маркетинг в социальных сетях». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
10. С. Щербаков «Таргетированная реклама. Точно в яблочко». СПб.: Питер, 2018.
11. Ф. Барден «Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
12. А. Воронюк, А. полищук «Актуальный интернет-маркетинг». Киев: ІРІО, 2018.
13. Э. Энж, С. Спенсер, Р. Фишкин, Д. Стрикчиола «SEO. Искусство раскрутки сайтов». СПб.: БХВ-Петербург, 2017
14. Б. Клифтон «Google Analytics для профессионалов». М.: Вильямс, 2017.
15. К. Смит «Конверсия: Как превратить лиды в продажи». М.: Альпина Паблишер, 2016.
16. М. Ильяхов, Л. Сарычева «Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст». М.: Альпина Паблишер, 2020.
17. М. Вишнякова «KPI. Внедрение и применение». СПб.: Питер, 2019
18. Б. Марр «Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер». М.: Лаборатория знаний, 2018.
19. И. Валинуров «Рекрутинг на 100%». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
20. Д. Сمارт, Р. Стрит «Кто. Решите вашу проблему номер 1». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017
21. Э. Голдратт, Д. Кокс «Цель. Процесс непрерывного улучшения». Минск, Попурри, 2020.
22. Д. Андерсон «Канбан. Альтернативный путь в Agile». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
23. Д. Шоул. «Первоклассный сервис как конкурентное преимущество». М.: Альпина Паблишер, 2017.
24. К. Бланшар, Ш. Боулз «Горячие поклонники. Революционный подход к обслуживанию клиентов». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

25. Ф. Райхельд, Р. Марки «Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
26. П. Власковиц, Б. Купер «Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
27. М. Ньюмейер «Переворот бренда. Почему вашей компанией управляют клиенты - и как на этом заработать». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.
28. К. Сьюэлл, П. Браун «Клиенты на всю жизнь». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
29. Б. Фрэнкс «Революция в аналитике. Как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики». М.: Альпина Паблишер, 2020.
30. В. Андреас «BIG DATA. Вся технология в одной книге». М.: Эксмо, 2018.
31. «Генеральный Директор. Персональный журнал руководителя» // Электронный журнал «Генеральный Директор». <http://e.gd.ru/>
32. «Коммерческий директор. Профессиональный журнал коммерсанта». // Электронный журнал «Коммерческий директор». <http://e.kom-dir.ru/>

## **9. ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

Оценка качества освоения программы осуществляется по результатам прохождения итоговой аттестации. Аттестованным считается слушатель, ответивший правильно не менее, чем на 17 вопросов.

Тестирование проводится на платформе дистанционного обучения, результат подсчитывается автоматически. Тест состоит из вопросов, случайным образом выбираемых системой дистанционного обучения из общего числа утвержденных вопросов, так чтобы в тесте были представлены вопросы по всем темам. Ответ не зачитывается при выборе неверного варианта ответа, а также при одновременном указании правильного и неправильного вариантов.

Слушателям, освоившим образовательную программу и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации (установленного образца).

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ ПРОГРАММЫ** – программа реализуется с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения.

## **11. СОСТАВИТЕЛИ:**

1. Дмитрий Масленников, технологический предприниматель, специалист в области развития цифровых корпоративных инноваций, основатель компании Disruptive.vc.
2. Ольга Зиновьева, основатель и CEO сервиса доставки еды Elementaree.
3. Павел Ковшаров, основатель сети семейных парков приключений Замания.
4. Сергей Кулешов, заместитель генерального директора «1С-Битрикс».
5. Максим Димитров, основатель The Cave, "Футужама".
6. Алексей Гальцев, генеральный директор компании "Гальцевы и Фон Герц".
7. Наталия Пекшева, генеральный директор компании "Цвет диванов".
8. Александр Горник, CEO Mindbox.
9. Филипп Вольнов, Growth Hacking специалист компании Mindbox.
10. Максим Журило, сооснователь спортивных проектов IRONSTAR, ROSA RUN и школ I Love Running и I Love Supersport.
11. Дамир Халилов, владелец и генеральный директор первого в России SMM-агентства GreenPR. Автор книги-бестселлера "Маркетинг в социальных сетях".
12. Юлия Данилова, директор по маркетингу сети "Стильпарк".
13. Роман Кумар Виас, сооснователь Qlean, основатель агентства Qmarketing.
14. Роман Цветков, коммерческий директор маркетинговой группы Completo.
15. Андрей Гавриков, совладелец и генеральный директор маркетинговой группы Completo, представитель Нидерландского Института Маркетинга (NIMA) в России.
16. Владимир Давыдов, совладелец маркетинговой группы Completo, бренда одежды со сменными стикерами StickPeek, учебного центра "Маркетинговое образование".
17. Алексей Федоров, совладелец и управляющий партнер группы компаний «220 Вольт», председатель Совета по развитию электронной торговли ТПП РФ.
18. Илья Балахнин, генеральный директор Paper Planers, преподаватель MBA, вице-президент по инновациям Международной ассоциации IABC.

19. Елена Воробьева, руководитель проектного офиса компании ИТКМ. Внедряла процессный подход к управлению в компаниях «Первый ОФД», Omnicomm, «Российские космические системы».
20. Юлия Юрченко, директор по развитию сервиса WANT.