

Маркетинг в образовании

Александр Рылов,
директор по продуктовой
стратегии UNIWEB

Коммуникации в образовании. Нативная реклама как часть PR-стратегии



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



МОСКОВСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
САЛОН ОБРАЗОВАНИЯ

#ММСО2016

- Что из себя представляет продукт, и в чем его уникальность?
- Кто целевая аудитория, и какие у нее боли и потребности?
- Как наш продукт может закрыть боли и потребности аудитории?

КОМПЛЕКСНЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СЕРВИС ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РОСТА

- Качественный контент
- Общение с преподавателем
- Персональный помощник
- Официальный документ

Мы создаем вокруг пользователя такую образовательную среду, в которой он обязательно достигнет намеченного результата и удовлетворит свои потребности в карьерном и профессиональном росте.

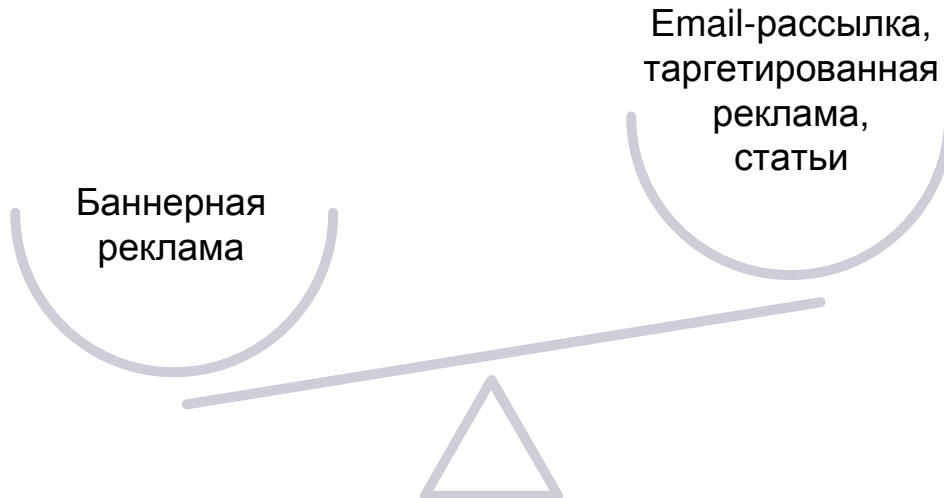


Тенденция

Чем больше у человека зарплата, чем выше уровень его образования – тем чаще он получает дополнительное проф. образование.

КАКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ КОММУНИКАЦИИ ВЫБРАТЬ?

Кейс: продвижение программы iMBA



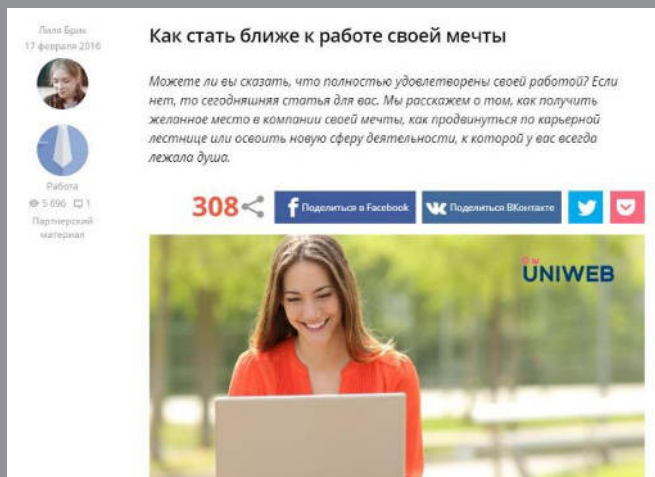


70% людей предпочитают получать информацию о продукте через контент, а не посредством стандартной рекламы.

Какие задачи решает?

1. Для пользователя — закрыть пробелы в знании и повысить уровень экспертности
2. Для бренда — вовлечь в коммуникацию и составить знание о продукте

Кейс с Лайфхакером: «Как стать ближе к работе своей мечты»



Лидия Брина
17 февраля 2016

Работа
3 696
1
Партнерский материал

Как стать ближе к работе своей мечты

Можете ли вы сказать, что полностью удовлетворены своей работой? Если нет, то сегодняшняя статья для вас. Мы расскажем о том, как получить желанное место в компании своей мечты, как продвинуться по карьерной лестнице или освоить новую сферу деятельности, к которой у вас всегда лежала душа.


308

Поделиться в Facebook

Поделиться ВКонтакте

Twitter

Telegram



5 691 просмотров

1 562 перешли на сайт

46 заявок на обучение

10% конверсия из заявок
в покупки

| | Натив | Контекст |
|----------------------------------|---------------|---------------|
| Потребление | 70 000 рублей | 70 000 рублей |
| Лиды | 3% | 10% |
| Стоимость перехода | 44 рубля | 46 рублей |
| Стоимость лида | 2 100 рублей | 700 рублей |
| Знание о продукте, экспертиза | ✓ | ✗ |
| Узнаваемость бренда | ✓ | ✗ |
| Отложенный спрос | ✓ | ✗ |

КОММУНИКАЦИИ В ОБРАЗОВАНИИ: ИНСТРУКЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ

1. Пробовать разные каналы и инструменты
2. Анализировать эффективность
и делать точечный упор на то, что работает
3. Не апеллировать к общим ценностям
4. Обмениваться опытом успеха и неудач

A vertical blue ribbon graphic on the left side of the slide, with a pointed bottom edge.

Спасибо за внимание!