8 (495) 698-63-64
8 (800) 234-55-22
seminar@finkont.ru
www.finkont.ru

Сайт образовательного проекта как инструмент коммуникации с целевой аудиторией: обязательные требования, возможности построения экосистемы

На образовательном рынке, как и на любом другом конкурентном рынке, выигрывает тот, кто сумеет надолго привлечь потребителя. В цифровую эпоху основным инструментом формирования долгосрочной лояльности клиента является сайт образовательного проекта, построенный по принципу экосистемы. Разработка структуры сайта вместе с подготовкой контента сайта образовательного проекта позволит разработать уникальную концепцию продвижения и привлечь мотивированных потребителей, нацеленных на долгосрочное взаимодействие с конкретной организацией.

Дата проведения: Открытая дата

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Онлайн-трансляция

Срок обучения: 3 дня

Продолжительность обучения: 24часа

Для участников предусмотрено: Методический материал.

Документ по окончании обучения: По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 24 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

Для кого предназначен

Руководителей и специалистов отделов маркетинга, PR, рекламы, пресс-служб, отделов ответственных за набор слушателей на образовательные проекты, подразделений, оказывающих дополнительные услуги; отвечающих за подготовку и размещение информации на сайте организации.

Цель обучения

Научиться разрабатывать требования к структуре сайта для обеспечения эффективных наборов слушателей на образовательные проекты.

Результат обучения

В результате обучения слушатели:

- Научатся разрабатывать стратегию представления образовательного проекта внешней среде через цифровые сервисы.
- Научатся планировать маркетинговые мероприятия для продвижения образовательного проекта через сайт.
- Научатся разрабатывать концепцию работы с целевой аудиторией образовательного проекта.
- Научатся выстраивать систему эффективного взаимодействия с-пользователями через сайт образовательного проекта.
- Научатся разрабатывать информационное наполнение сайта с учетом обязательных требований.-
- Научатся разрабатывать структуру сайта образовательного проекта (ТЗ для разработчиков).

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

Программа обучения

День-1.

Использование современных тенденций на-рынке образовательных услуг для развития организации.

- Потребитель: глобальные изменения в-поведении.
- Обострение конкуренции на-рынке образовательных услуг: изменение условий работы, рост разнообразия предложения, усиление борьбы за-потребителя.
- Влияние цифровизации экономики на-развитие образовательного проекта организации.
- Факторы конкурентоспособности образовательного проекта в-современных условиях.

Стратегия представления образовательного проекта внешней среде через цифровые сервисы. Маркетинговые мероприятия. Концепция работы с-целевой аудиторией.

- Структура участников процесса, их-взаимосвязи, цели, роли, права и-ответственность, ресурсная поддержка, пути разрешения конфликта интересов, ключевые точки контроля.
- Технологии и-инструменты работы с-целевой аудиторией.
- Что и-при каких условиях эффективнее: разовые мероприятия или долгосрочное взаимодействие?
- Особенности организации сетевого сотрудничества с-партнерами из-бизнеса и-образования.
- Пути формирования и-поддержания интереса к-образовательному проекту у-целевой аудитории.
- Организация работы с-элементами digital-стратегии:
  - Рыночная составляющая-— определение потребностей целевой аудитории и-способов их-удовлетворения
  - Коммуникационная составляющая: подготовка сообщения для целевой аудитории.
  - Креативная составляющая-— выбор способов донесения сообщения до-целевой аудитории.
  - Медийная составляющая-— выбор носителей сообщения для коммуникации с-целевой аудиторией.
  - План маркетинговых коммуникаций-— подготовка дорожной карты мероприятий.
  - Взаимосвязь сайта, бренда и-имиджа образовательного проекта.
  - Источники репутационных угроз.
  - Доступные стратегии интернет-маркетинга
  - Условия эффективности деятельности сайта: аудит сайта, поисковая оптимизация (SEO), web-аналитика.
  - Аудит сети Internet на-выявление присутствия информации об-образовательном проекте.

День-2.

Сайт образовательного проекта: система взаимодействия с-пользователем.

- Потенциальный информационный маркетплейс.
  - Миссия и-цели сайта образовательного проекта.
  - Эргономичность дизайна.
  - Юзабилити.
  - Баланс дизайна и-содержания сайта.
  - Требования к-структуре сайта с-позиции целевой аудитории.
  - Сайт и-фирменный стиль как инструмент формирования узнаваемого бренда.
  - Сайт-— витрина образовательного учреждения.
  - Сайт-— способ доставки сервисов пользователям.
  - Сайт как основа экосистемы образовательного проекта.
- Управление потребительской лояльностью.
  - Гибкость и-скорость в-управлении контентом.
  - Подготовка ответов на-ключевые вопросы: Кому? Что? Зачем? Кто? Как? Где? Когда?
  - Факторы привлечения и-удержания внимания потребителя.
  - Техники формирования потребительской лояльности: как привлечь пользователя на-сайт и-превратить в-клиента.
  - Как убедить клиента задержаться.
  - Как сделать так, чтобы посещение сайта у-клиента вошло в-привычку.

День-3.

Информационное наполнение сайта. Практикум.

- Как составить структуру сайта образовательного проекта (ТЗ-для разработчиков).
- Организация системы взаимодействия с-пользователем.
- Обязательные требования к-наполнению образовательного сайта
- Подготовка контента: авторы и-инфоповоды.
- Виды контента.
- Требования к-контенту сайта.
- Соответствие требованиям поисковых систем.

- Возможные последствия за-нарушения требований и-ответственность.
- Правила копирайтинга.
- Направления работы с-контентом: наполнение, анализ, оптимизация.
- Грамотное использование информации о-мероприятиях в-долгосрочном продвижении.
- Работа сайта на-достижение особых стратегических целей образовательного проекта

Преподаватели

ЯКОВЛЕВА Наталья Юрьевна

Бизнес-консультант, эксперт в области маркетинга, интернет-маркетинга и PR.
Работа с проектами, обучение и консультации компаний: МФЦ, Ленэнерго, СПбГПУ, Пулково, Альфа-банк, Северо-Западный медицинский центр, сеть магазинов «Максидом», ДодоПицца, Worldclass, ДЛТ (ЦУМ), СПБ Реновация, строительный холдинг ЛСР, сеть магазинов «Лента» и др.

Приглашенный лектор (спецкурсы, семинары, открытые лекции): НГУ, СПбГУ, СПбГПУ, ИТМО,

Head of PR образовательных проектов, руководила пресс-службой Новосибирского госуниверситета.

Специализируется на маркетинговых стратегиях. Помогает крупным B2B-компаниям выстраивать систему аналитики.