Н. А. Скокова

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор Д. П. Гавра

ПРОДВИЖЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: ИНТЕГРАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ И КОММУНИКАЦИЙ В ОНЛАЙН СРЕДЕ

Потребность общества в непрерывном образовании способствует развитию сферы дополнительных образовательных услуг, что приводит к необходимости выбора оптимальных инструментов продвижения компании в этой сфере. Классическими и в то же время ключевыми инструментами являются PR и реклама, которые в современном коммуникационном пространстве существенно изменились, особенно в онлайн среде.

Наиболее эффективными PR-инструментами являются корпоративный сайт, блоги и социальные сети. Среди корпоративных сайтов выделяют одностраничные сайты (landing page). Они позволяют разрабатывать кастомный дизайн, интегрироваться с социальными сетями, рассылками, сервисами: автообзвонами (infobot.pro), чат-ботами или системами автоматизированного маркетинга (carrotquest.ru), которые отслеживают действия клиента на сайте и самостоятельно ведут его к целевому действию. Более того, подключение back-end платформы (например, GetCourse) позволит приобрести функционал обычного сайта и проводить дистанционное обучение. Блоги популяризуют информацию среди большого количества членов целевой группы, выступая дополнительным стимулятором поддержания интереса. Социальные сети дают возможность интегрироваться с сервисами оплаты и рассылок, а также использовать алгоритмы умной ленты для большего охвата.

К наиболее эффективному виду рекламы в онлайн среде относят рекламу в социальных сетях. Рекламные кабинеты позволяют использовать промо-посты, таргетинг и ретаргетинг с применением технологий look alike (похожие аудитории), а также комплексные рекламные платформы (Mytarget).

Это только часть инструментов, которые уже доступны благодаря интеграции технологий и коммуникаций. Кроме того, применение технологии Agile (гибкого управления) позволяет оперативно тестировать комбинации инструментов и вносить изменения в процесс продвижения, автоматизация которого способна оказывать существенное влияние на снижение издержек организации с точки зрения вложения финансовых и человеческих ресурсов.