



Проект в образовательной нише

SMM

turboit.com.ua



TURBO IT

SMM

На сегодня в Украине насчитывается более 164 компаний, предоставляющих образовательные услуги за рубежом. С каждым годом конкуренция в данной отрасли ужесточается, поэтому необходимо задействовать все инструменты для узнаваемости бренда и привлечения новых клиентов уже сейчас.

turboit.com.ua

Задача

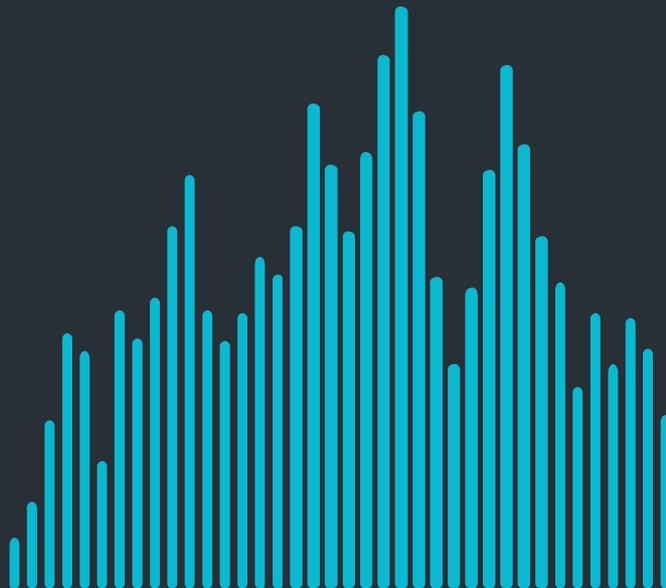
В течении 5 месяцев создать надежные социальные каналы для компании, привлечь целевую аудиторию в сообщества и вывести из нее более 20 студентов для обучения в Академии на 2014 год.

Проблема:

На момент начала работы у компании не было ни единого социального канала, узнаваемость бренда в Украине полностью отсутствовала.

Что было решено сделать:

Поскольку компания не имела ни единого представительства в социальных сетях, первоначальная задача стояла в выборе площадок, где могла быть сконцентрирована целевая аудитория.



АКАДЕМИЯ SMM

4



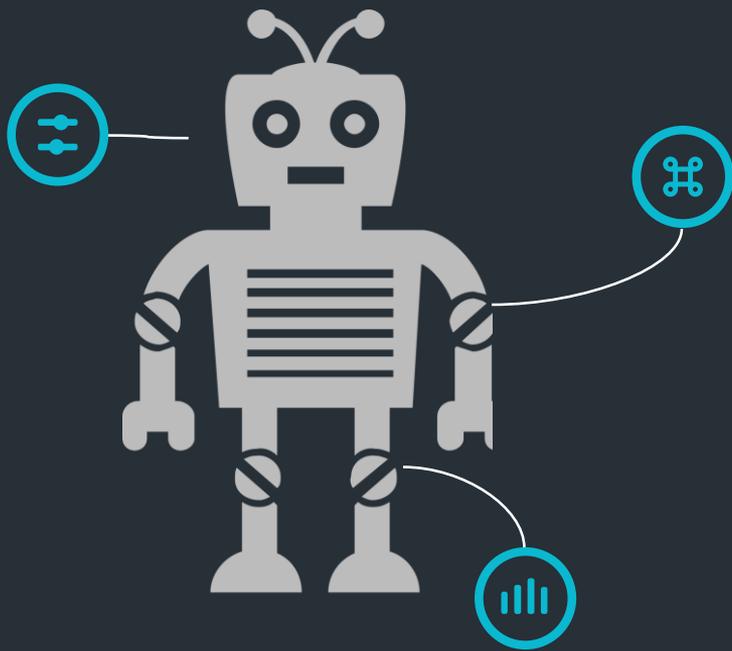
Было решено создать представительства в:

Facebook. В данной социальной сети основной посыл направлялся на аудиторию 45 – 50 лет, т.е. родителей потенциальных абитуриентов.

ВКонтакте. В данной социальной сети основной посыл направлялся на аудиторию 16 – 25, т.е. на самих потенциальных абитуриентов, школьников, оканчивающих 11 класс и выпускников ВУЗов, которые хотели получить второе высшее образование в Европе.

YouTube. Данный канал использовался для предоставления видео-информации об Академии. Были задействованы такие инструменты, как отзывы студентов об Академии, интервью с преподавателями Академии, видео-материалы об Академии и досуге студентов. Материалы с YouTube так же транслировались на две предыдущие социальные площадки.





- Создание и оформление сообществ.
- Наполнение сообществ контентом.
- Привлечение подписчиков.
- Запуск тизерной рекламы в ВК и ФБ, ведущей на сайт.
- Продвижение публикаций о начале вступительного сезона.
- Создание видео-материалов.
- Модерация сообществ и работа с аудиторией.



Контент условно мы разделили на несколько разделов, в соответствии с которыми потом готовились статьи для постинга. Разделы были: информационного, рекламного и развлекательного характера.

Пример:

1. Плюсы европейского образования.
2. Особенности учебы в Польше.
3. Словарный запас, учим польский.
4. Новости и акции сайта заказчика.
5. Об академии А. Гейштора
6. Life story студентов, которые учатся или уже получили образование в Академии. После того, как сообщества были оформлены и наполнены, мы приступили к привлечению подписчиков.

АКАДЕМИЯ

Результаты

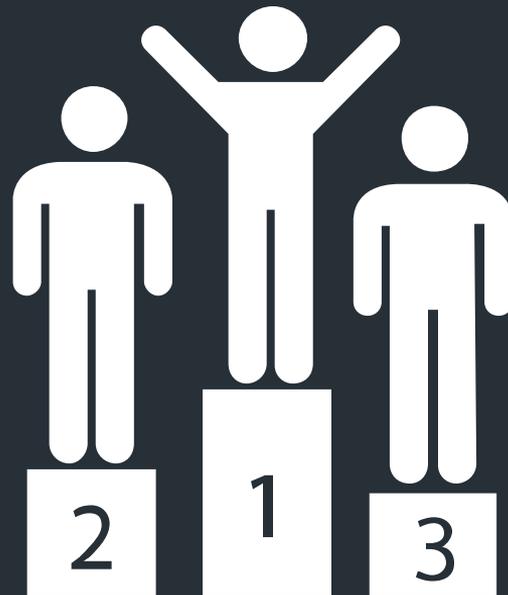
Что мы получили:

Активный прирост целевой аудитории. На момент завершения вступительной компании мы имели продвинутые группы с активными пользователями.

В социальных сетях велось активное обсуждение процесса поступления, сбора документов для поступления, пользователи задавали сопутствующие вопросы об Академии.

Итог:

Клиент получил **25 реальных студентов**, которые поступили в Академию на обучение.





Спасибо!

Будем рады работать с Вами.

+38 (096) 95-12345 Олег

+38 (099) 434-73-53 Игорь

Email: info@turboit.com.ua