



III Конференция
«Маркетинг образовательных услуг»
18 и 19 мая, Москва
Begin Group

Блогосфера и социальные сети: зачем и с чем туда идти ВУЗу



Sterno.ru

Цели и задачи



Цели и задачи

Репутация:

- ВУЗа
- ректора
- научной школы
- диплома

- Сообщить о себе
- Создать хорошее впечатление
- Ответить на вопросы

- Найти проблемы
- Найти союзников

Журналисты,
эксперты,
чиновники

Абитуриенты,
родители

Студенты,
аспиранты,
преподаватели

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

Места и методы

- Комменты на сайтах СМИ
 - Экспертные блоги
 - Образовательные форумы
 - Дискуссии в ЖЖ и Фейсбуке
- 

- ВКонтакте
- Образовательные форумы
- Дискуссии в ЖЖ и Фейсбуке

- Их блоги (в ЖЖ, во ВКонтакте, в Фейсбуке)
 - Твиттер
 - Группа ВУЗа во Вконтакте
 - Форум ВУЗа?
- 

а они это все читают тоже...

Журналисты,
эксперты,
чиновники

Абитуриенты,
родители

Студенты,
аспиранты,
преподаватели

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

Места и методы

- Комменты на сайтах СМИ
- Экспертные блоги
- Образовательные форумы
- Дискуссии в ЖЖ и Фейсбуке

- ВКонтакте
- Образовательные форумы
- Дискуссии в ЖЖ и Фейсбуке

- Их блоги (в ЖЖ, во ВКонтакте, в Фейсбуке)
- Твиттер
- Группа ВУЗа во ВКонтакте
- Форум ВУЗа?

- НАЙТИ ВСЕ КОММЕНТАРИИ И ВСЕ ДИСКУССИИ И ВЕЗДЕ ОТВЕТИТЬ?

Места и методы

- ОТ КАКОГО ЛОГИНА?
- КАК ПОДПИСАТЬСЯ?
- КТО ЗАМЕТИТ КОММЕНТАРИЙ В ДИСКУССИИ НА 1000 КОММЕНТАРИЕВ?
- КТО ЕМУ ПОВЕРИТ?
- КАК ОТВЕТИТЬ, ЧТОБЫ НЕ НАПОРТИТЬ?
- КАК НАЙТИ ВСЕ ДИСКУССИИ?
- СКОЛЬКО ЧЕЛОВЕК ПОНАДОБИТСЯ, ЧТОБЫ ВСЕ ЭТО ДЕЛАТЬ?

ОТ КАКОГО ЛОГИНА?

- Вы должны быть уже там.
- Заведите блог в ЖЖ и группу ВКонтакте. Логина ЖЖ хватит, чтобы отвечать везде.
- Пополняйте его хотя бы раз в неделю.
- Не рассчитывайте, что его будут читать. Но старайтесь.
- Чтобы отвечать в «чужих» местах, нужен блог с накопленной репутацией.
- НЕ ОТВЕЧАЙТЕ ВИРТУАЛАМИ

А ЕСЛИ ЕГО НЕТ?

- Если вам пришлось зарегистрировать аккаунт только для ответа – подпишите комментарий полным именем и должностью.
- Даже если вы вступили в дискуссию с существующего логина – подпишите полный комментарий полностью. Особенно в экспертных блогах и в разговорах со студентами.
- НЕ ОТВЕЧАЙТЕ ВИРТУАЛАМИ

А КТО ЗАМЕТИТ?

- В дискуссию на тысячу комментариев лезть не надо. Надо сделать неожиданный ход и перевести дискуссию на свою территорию.

ВШЭ и Навальный

Недовольные студенты

- Студент недоволен и написал в своем блоге...
- Это прочитают десятки людей...
- Но если вы попыбуете заткнуть ему рот, это прочитают десятки тысяч.

Вопросы абитуриентов

- У вас есть форум? А группа во ВКонтакте?
- Там обеспечено постоянное присутствие консультанта, готового ответить на сложные вопросы?
- А в других местах абитуриенты знают об этом?
- Найти всех, обсуждающих поступление. Дать им ссылку.

Ресурсы

- 1-2 человека: проверяйте по поиском Яндекса по блогам хотя бы раз в два дня название своего учреждения. Отвечайте в форуме и в группе каждый день. Пополняйте блог в ЖЖ раз в неделю.
- Есть отдел или помощь от студентов: поиск ЯППБ каждый день. Везде, где говорят о вас – дать ссылку на место, где можно получить ответ на вопрос.
- Есть деньги: наймите агентство. Закажите мониторинг. Организуйте горячую линию.

Ошибки

- НЕ ОТВЕЧАЙТЕ ВИРТУАЛАМИ
- НЕ ЗАКАЗЫВАЙТЕ АГЕНТОВ ВЛИЯНИЯ
- Не бросайтесь на каждое негативное упоминание. Не кидайтесь защищать свое учреждение как частное лицо. Не позволяйте неопытным людям делать это.
- Не «принимайте мер» против критикующих студентов.

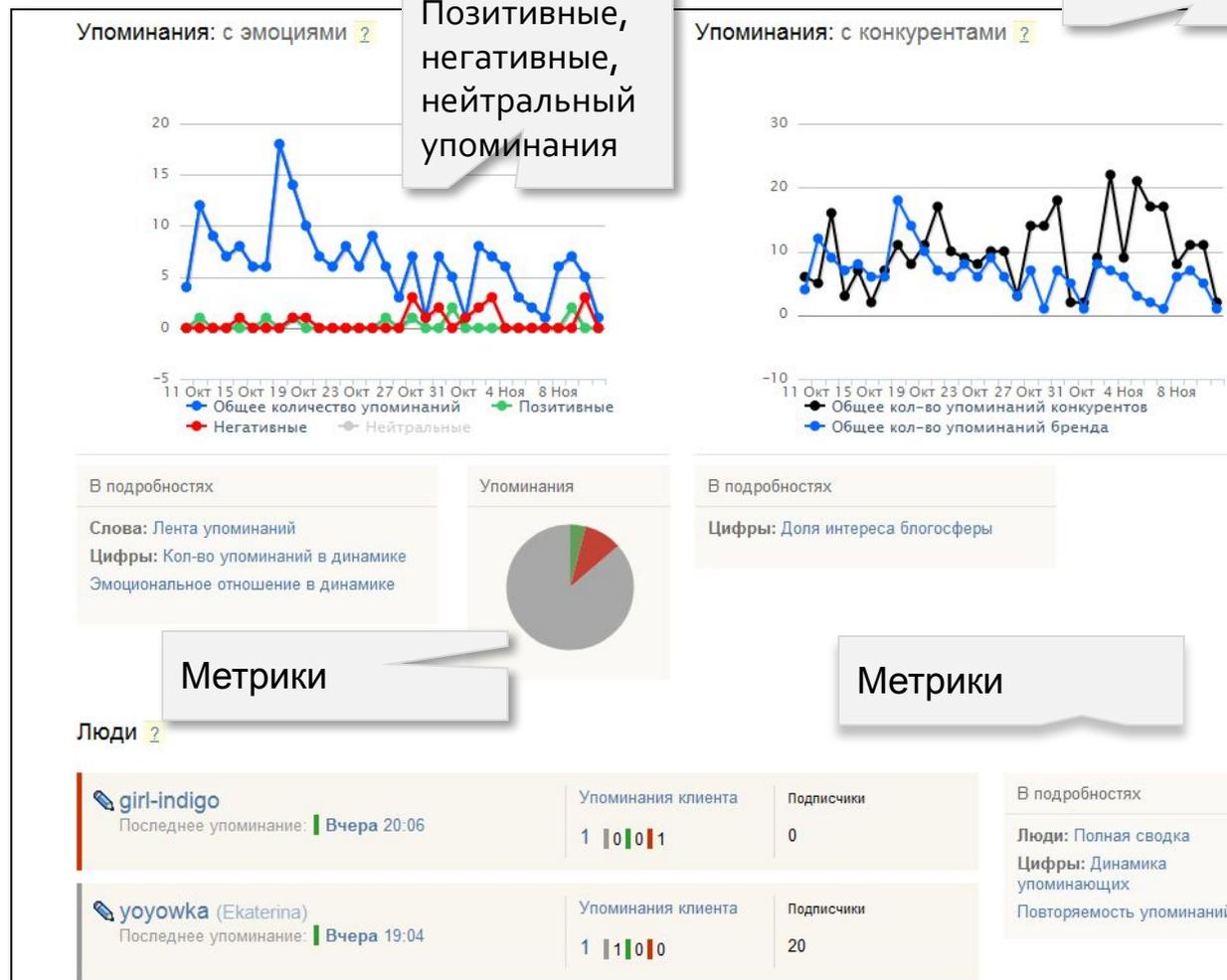
Вместо этого

- Отвечайте только как должностное лицо
- Рекламируйте только интересные события
- Отвечайте на вопросы абитуриентов только конкретной ссылкой
- Отвечайте критикующим студентам только благодарностью и обещанием разобраться

Немного рекламы / Мониторинг

- **BrandSpotter** - инструмент мониторинга и измерения репутации бренда в социальных медиа

Упоминания с конкурентами



Упоминания

Люди, которые упомянули бренд

Немного рекламы/ Горячая линия

- Мы предлагаем команды для реагирования в интернете
- Руководитель команды детально изучает всю информацию, предоставленную вами. По необходимости проходит вводный тренинг.
- Затем мы с вами составляем и утверждаем документ для команды, в котором описаны: стандартные ситуации/вопросы, ответы на них и предельное время реагирования.
- Вы выделяете сотрудника, которому старший команды адресует для утверждения все нестандартные вопросы. Ожидаемая занятость сотрудника – 10% времени.

Бюджет (не включая НДС)

| Активность | Стоимость в месяц, руб. до НДС |
|---|--------------------------------|
| Мониторинг (доступ к аккаунту BrandSpotter) | 26 000 |
| Аналитический отчет | 22 000 |
| Реагирование (базовый вариант; цена будет уточняться после проведения предварительного мониторинга и анализа по количеству упоминаний ВУЗа, конкурентов, наличию «горячих» тем) | 72 400 |

Ольга Стерник, директор

+7 499 253-20-01, mom_ari@sterno.ru

Булат Ламбаев, руководитель отдела социальных медиа

+7 926 176-65-44, bulat@sterno.ru





III Конференция
«Маркетинг образовательных услуг»
18 и 19 мая, Москва
Begin Group