

Лидогенерация – как основной инструмент маркетинговой деятельности и развития бизнеса



↑ О SPEAK UP МЕТОДИКА ЦЕНТРЫ КЛУБ SPEAK UP КОМПАНИЯМ ВАКАНСИИ

THE ENGLISH SCHOOL
SPEAK UP

Лучшее в языковом обучении

Мы постоянно совершенствуем методику и улучшаем качество преподавания, чтобы соответствовать требованиям наших студентов и оставаться лучшей школой изучения английского языка.

The image shows a screenshot of the 'SPEAK UP' website. At the top, there is a navigation menu with links: '↑ О SPEAK UP', 'МЕТОДИКА', 'ЦЕНТРЫ', 'КЛУБ SPEAK UP', 'КОМПАНИЯМ', and 'ВАКАНСИИ'. Below the menu is a large banner featuring a photograph of a group of students sitting around a table, engaged in a discussion or study session. The text on the banner reads: 'Лучшее в языковом обучении' (Best in language learning) and 'Мы постоянно совершенствуем методику и улучшаем качество преподавания, чтобы соответствовать требованиям наших студентов и оставаться лучшей школой изучения английского языка.' (We constantly improve our methodology and improve the quality of teaching to meet the requirements of our students and remain the best school for learning English.) On the left side of the banner, there is a red circular logo with the text 'THE ENGLISH SCHOOL SPEAK UP'.

КЕЙС:



НЕТ:

- visibility, знания бренда
- лояльности к бренду
- маленький бюджет

КЕЙ

С:

ЕСТЬ:



- хороший продукт, который постоянно совершенствуется
- опыт работы более 10 лет в Европе
- 4 года успешной работы в России. 20 центров изучения английского языка в Москве
- амбициозные планы по развитию территории РФ

КЕЙ

С:



НЕТ

- НЕТ знания бренда
- НЕТ лояльности к бренду
- Маленький бюджет

ЕСТЬ:

- более 10 лет в Европе
- 4 года успешной работы в России
- 20 центров изучения английского языка в Москве
- амбициозные планы по развитию территории РФ

=>

РЕШЕНИЕ:

использование ЛИДОГЕНЕРАЦИИ как ОСНОВНОГО инструмента коммуникации и продаж

- собственный call center
- собственный отдел продаж

Справка:

Сеть центров изучения английского языка Speak Up

основана в 2000 году в Польше. В сеть входят школы Speak Up и Empik School в 4 странах (Польша, Россия, Турция, Украина), в которых прошли обучение более 1 миллиона слушателей.

В России наша сеть представлена 20 центрами обучения в Москве

Speak Up (Спик Ап) входит в группу EM&F (Польша). Активы EM&F в Украине включают сеть книжных супермаркетов "Буква" и салонов Empik, детские супермаркеты Smyk, компанию Maratex (TM Aldo, Esprit, Orsay, Peacocks, River Island).

На конец 2010 года компания объединяла 752 магазина Zara, Esprit, Wallis, River Island, Smyk и Empik Pelna Kultura в Восточной Европе.

Преимущества Speak UP:

- мы «рядом» - 20 центров в Москве в 5 мин от метро
- инновационная методика, аккумулирующая лучшие мировые практики
- письменная гарантия достижения результата!

Планы по развитию бизнеса:

- открытие новых центров обучения в Москве
- расширение географии (открытие центров в Санкт-Петербурге..)



Сплит бюджета

70% маркетингового бюджета – лидогенерация
(лидогенераторы, контекстная, баннерная реклама,
емейлинг)

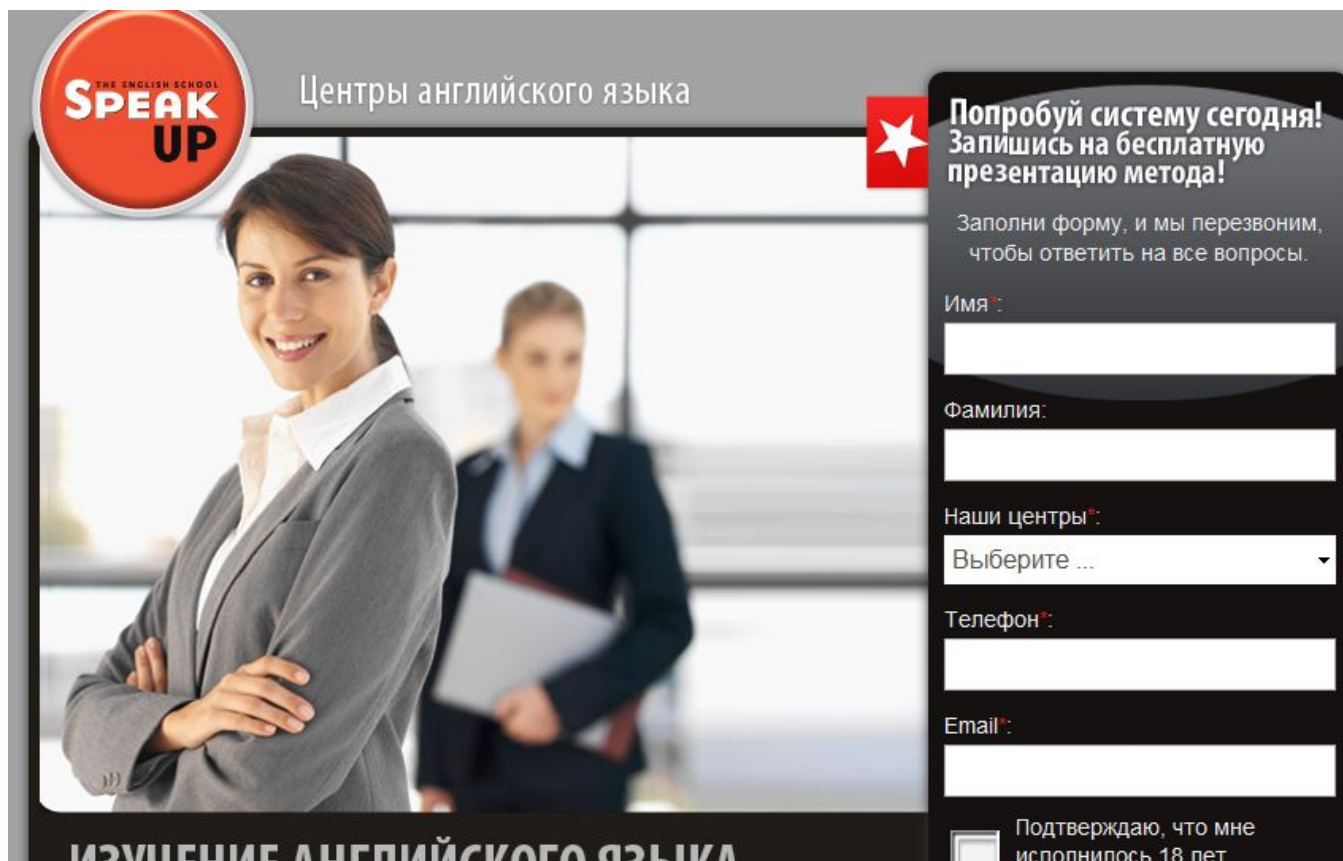
=> 4000- 6000 Net лидов в месяц

Задача всей online-активности

- стимулирование пользователей оставить свои контактные данные для связи call-center (лид)
- используется CRM



Способы привлечения Online:



- Лидогенерация /CPL
- Собственные и сторонние посадочные страницы
- Качественная мотивация (привлекательное предложение)



Сложности использования лидогенерации как основного инструмента:

- Необходим ежедневный контроль KPI's по количеству и качеству лидов (от этого зависит объем продаж и загрузка центров изучения).
- Усталость площадок => необходимо частое обновление сообщений и спец предложений (1 раз в 2-3 недели).
- Необходимо контролировать связку интернет сообщений => call center => отдел продаж.



Email маркетинг:

- Использование собственной базы (~ 1 млн человек)

=> средний open rate – 41,2%

- Привлечение сторонних провайдеров через лидогенераторов*

=> средний open rate – 20,7%





Планы:

- расширение и укрупнение провайдеров по лидогенерации. На сегодняшний день мы взаимодействуем с 12 лидогенераторами, но крупные из них только 2.
- управление репутаций, работа с негативом
- брендинговая компания с фокусом в Social Media
- использование инновационных инструментов для информирования о новых промо (гео-таргетинги для информирования о спец предложениях, online видео уроки..)

международные центры изучения английского языка в Москве

20 центров в шаговой доступности от метро

www.speak-up.ru



Ульяна Морина
Директор по маркетингу Speak UP