

Разработка рекламной кампании и материалов для продвижения в интернет среде организации, занимающейся дополнительным образованием

Подготовила: Козлова Яна 141 группа

# Модуль А: коммуникация с заказчиком

Бриф, дебриф, анализ рынка, анализ конкурентной среды.



Бриф

Объект рекламирования	Центр дополнительного образования не государственного образовательного учреждения.
Целевая аудитория	Родители и дети (с 2-10 лет)
Цель рекламной кампании	Повысить узнаваемость центр дополнительного образования не государственного образовательного учреждения в интернет-среде.
Часы работы	Понедельник-суббота с 9.00 до 21.00
Дата регистрации	1 апреля 2012 года
Предоставляемые услуги	<p>Занятия проводятся по следующим направлениям:</p> <p>Для детей от 2 до 5 лет: Курс раннее развитие; консультация логопеда; консультация психолога.</p> <p>Для детей от 3 до 6 лет: Курс интеллектуального развития:</p> <p>Английский язык (с нуля);  Английский язык (базовый);  Арт-студия; Шахматы;  Логоритмика; консультация логопеда; консультация психолога.</p> <p>Арт-студия;  Шахматы;  Логоритмика;  Научная лаборатория;  Консультация логопеда;  Шахматы;  Логоритмика;  Консультация логопеда;  Консультация психолога.</p>
География рекламной кампании	Москва и область
Адрес	г. Москва, ул. Черногорская, д.8
Бюджет	200 000 р.



Дебриф

Цель рекламной кампании	Повысить узнаваемость центра дополнительного образования не государственного образовательного учреждения в интернет-среде.
Задачи	Развитие у покупателей эффекта узнавания и припоминания товара, соответствующей степени информированности о компании, положительного имиджа производителя, необходимости в приобретении продукции и увеличение спроса на услуги, привлечение новых и одновременно удержание имеющихся потребителей.
География рекламной кампании	Москва и область
Бюджет	200 000 р.
Подготовительные действие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ рынка</li> <li>2. Анализ конкурентной среды</li> <li>3. Выбор каналов продвижения</li> <li>4. Разработка плана рекламной кампании</li> <li>5. Реализация рекламной кампании</li> <li>6. Оценка эффективности</li> </ol>
Целевая аудитория	Родители и дети (с 2-10 лет)
Ожидаемый результат	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проанализированная аналитика рынка</li> <li>2. Выявленные эффективные каналы продвижения</li> <li>3. Выявленная конкурентная карта в сфере дополнительного образования: - муниципального -частного</li> <li>4. Разработанный план рекламной кампании по продвижению центра дополнительного образования детей</li> </ol>
Уникальность	<p>Уютная атмосфера центра, зона отдыха для взрослых.</p> <p>Возможность устроить веселый день рождения или семейный праздник.</p> <p>Проведение различных развивающихся занятий для детей с 2х лет.</p>



# Анализ рынка



Объем рынка дополнительного образования детей в г. Москва уменьшился на 17,3%. Деятельность учреждений дополнительного образования детей была приостановлена на период карантина по коронавирусу, что снизило среднее потребление услуг по итогам 2020 года в г. Москва. Часть организаций детей перешло на дистанционное обучение, но большинство кружков и секций не работали. В 2021 г по мере нормализации эпидемической обстановки объем рынка восстановился до 1 427,1 млн акад часов. В 2021-2022 гг объем рынка дополнительного образования детей будет расти в среднем на 1,4% ежегодно и достигнет 1 488,9 млн акад час в 2022 г. Рост рынка будет обеспечиваться дальнейшей реализацией федеральных проектов в области дополнительного образования и развитием государственно-частного партнерства.

# Анализ конкурентной среды

Название	Часы работы	Отзывы Яндекс.Карты	Предоставляемые услуги	Рекламные усилия	Дата регистрации
Ерошка	Индивидуальное расписание для каждого клиента	4,4	Раннее развитие с мамами (с 1 до 3 лет); Мини-сад (ГКП) с 2.5 до 5 лет; Творческое направление "Искусство детям"; Мастер-классы (рисование-игры на песке, развивающие спектакли); Занятия с логопедом; Английский для малышей (с 3 лет); Робототехника (с 4 до 12 лет); Подготовка к школе с 4,5-5 лет; Детские интерактивные спектакли; Организация детских праздников; Психологические тренинги для родителей Ментальная Арифметика; Скорочтение;	Whatsapp Facebook VK Instagram Сайт	3 декабря 2015 г
Созвездие	пн-пт 09:30–19:00; сб 10:00–19:00	4,8	Мастер-классы Детский сад Развивающие занятия Подготовка к школе	Сайт YouTube Facebook VK Instagram	С 2005 г
Студия «KIDS»	пн-пт 09:00–20:00; сб 10:00–18:00	4,0	-Спидкубинг -Робототехника -Я САМ - это развивающие занятия для детей от 2.5 до 4.5 лет, 8 занятий в месяц. - Ментальная арифметика.	Сайт VK Instagram	15 января 2017 г.



Конкуренты были выбраны на основе лидеров рынка дополнительного образования в г. Москва

# Модуль В: Ключевые элементы РК

Инсайт, нейм, слоган, мудборд



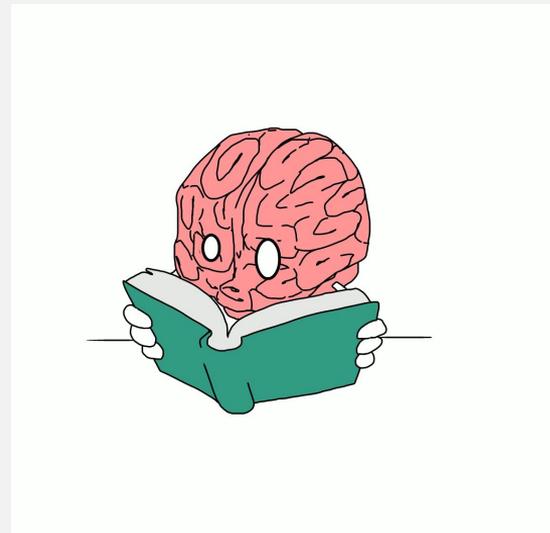
# Инсайт

Раскрытие талантов и развитие личности ребенка с помощью уникальных занятий с лучшими педагогами.



# Нейм

1. Ум Сойки
2. Головоломка знаний
3. Мозганика
4. Система знаний



Итоговый вариант нейма: **Мозганика**

# Слоган



1. Учись с удовольствием
2. Прокачайся до нужного уровня знаний.
3. Шаг до получения новых знаний
4. Новый уровень интеллектуального развития

Итоговый вариант слогана: **Новый уровень интеллектуального развития**

# Мудборд



COPPERPLATE GOTHIC LIGHT



# Модуль С: Планирование Рекламной кампании

План РК, каналы продвижения торговой марки, перспективные каналы в интернет-среде, потенциальные способы оценки эффективности РК в интернете



# Цель рекламной кампании

Повысить узнаваемость центр дополнительного образования не государственного образовательного учреждения в интернет-среде.



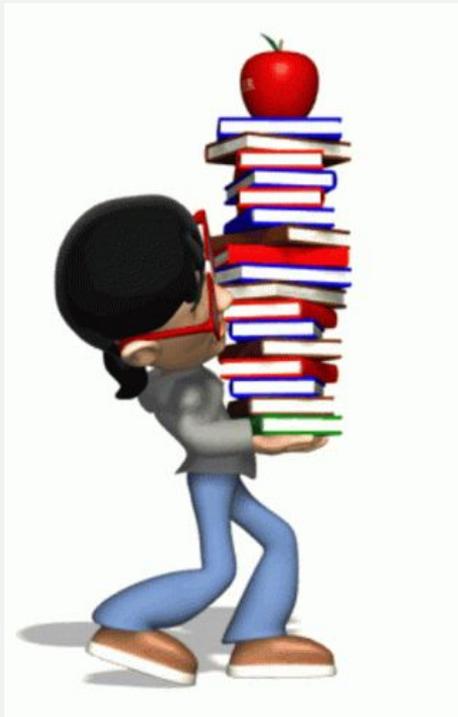
# План РК



Каналы	Средства	ЦА	Формат	Критерии выбора	Стоимость
Интернет-реклама	Таргетированная реклама	Дети (2-10 лет)	Официальная таргетированная реклама в социальную сеть «Likee»	1. Охват ЦА 2. Интерактивность 3. Невысокая стоимость	4500 р. в месяц
	SEO-продвижение	Родители	Вывод сайта в десятку выдачи поисковой системы по заданному пользователем запросу.	1. Долгосрочный эффект 2. Улучшение посещаемости сайта 3. Рентабельность	33 080 р. (1 месяц)
		Родители и дети (2-10 лет)	Создание и размещение ролика на ютуб-канале «Its Mamix»		75 000 р. (1 месяц)
	Контекстная реклама	Родители	Размещение товаров на торговой площадке Яндекс.Маркет	1. Уже подготовленная к выбору аудитория 2. Плата только за показы 3. Прослеживание прибыли	31 000 р. (1 месяц)
	Линкбилдинг	Родители	Наращивание обратных ссылок на сайт т.е. ссылки, размещенные на других ресурсах, которые ведут на сайт-лендинг	1. Повышение лояльности 2. Потенциальные клиенты 3. Информирование определенных товаров	9640 р. В месяц
	Ритейл-брендинг	Родители	Разработка бренда для розничной торговой сети: создание графических и вербальных	1. Формирование имиджа 2. Повышение лояльности 3. Повышение узнаваемости	18500 р. (1 месяц)

Каналы продвижения	Месяцы			Стоимость
	Август	Сентябрь	Октябрь	
Таргетированная реклама	4 500 р.	4 500 р.	4 500 р.	13 500 р.
SEO-продвижение		75 000 р.		75 000 р.
SEO-продвижение	33080 р.			33 080 р.
Контекстная реклама			31 000 р.	31 000 р.
Линкбилдинг	9640 р.	9640 р.	9640 р.	28 920 р.
Ритейл-брендинг	18500 р.			18 500 р.
<b>Итого:</b>				<b>200 000 р.</b>

# Каналы продвижения торговой марки



- Таргетированная реклама. (точное попадание в ЦА, ежедневный анализ, отслеживание эффективности и возможность оптимизировать стратегию)
- Баннерная реклама в интернете. (баннерная реклама участвует в конверсии как одна из точек соприкосновения с брендом. Отследить эти касания можно в отчете о многоканальных последовательностях.)
- Контент – маркетинг. (узнаваемость бренда, формирование экспертной позиции и доверия. Коэффициенты лидогенерации и конверсии выше, чем для трафика из баннерной рекламы или «органики»)
- СМИ. (общечитаемые печатные периодические издания, общесмотримые телевизионные программы и общеслушаемые радиостанции. Они интересны массовой аудитории.)



**Потенциальные способы  
оценки эффективности РК  
в интернете**

Канал продвижения	Методы оценки эффективности
Таргетированная реклама	1. Конверсия 2. Подписки, комментарии, репосты, лайки
Лендинг пейдж	1. Частота посещений и кликов 2. Число просмотров
SEO-продвижение	1. Оценка рентабельности 2. Оценка ROI
Контекстная реклама	1. Частота посещений и кликов 2. Число просмотров
Линкбилдинг	1. Частота посещений и переходов 2. Конверсия
Ритейл-брендинг	1. Отзывы в соц. сетях, увеличение охвата просмотров 2. Рост заказов



Спасибо за внимание! 😊

