

Таргетированная реклама как способ продвижения образовательных услуг (на примере Республики Бурятия)

Научный руководитель – Будникова Наталья Сергеевна

Лобачёва Светлана Александровна

Студент (бакалавр)

Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р.Филиппова,
Улан-Удэ, Россия

E-mail: lobacevasvetlana1@gmail.com

В условиях роста конкуренции образовательных услуг и лидирующих позиций Интернета как основного канала коммуникации с целевой аудиторией возрастает роль интернет-рекламы как одного из эффективных средств продвижения услуг высших учебных заведений [4].

Маркетинг образовательных услуг заключается в следующем: образовательные учреждения создают между собой конкурентскую базу. Каждое образовательное учреждение стремится предложить потребителям (в основном, это касается абитуриентов) более качественные образовательные услуги за подходящую для потребителя цену. Также здесь стоит сказать, что маркетинг в сфере образовательных услуг образует конкуренцию одновременно на двух рынках: рынке образовательных услуг и рынке труда [1].

С повышением интенсивности конкуренции на рынке образовательных услуг Республики Бурятия у учреждений высшего образования появилась достаточно актуальная проблема совершенствования каналов коммуникаций с целевой аудиторией. До 2011 г. уровень конкуренции между бурятскими вузами был относительно низким и позволял им мирно сосуществовать на рынке образовательных услуг. Однако более быстрое сокращение количества потенциальных абитуриентов по сравнению с количеством бюджетных и внебюджетных мест заставило учреждения высшего образования начать пересмотр и активизацию профориентационной деятельности.

На сегодняшний день очевиден факт необходимости освоения методов продвижения в сети Интернет не только для создания и поддержания осведомленности целевой аудитории с предложением вуза, но и для формирования его имиджа и выстраивания коммуникаций с контактными аудиториями. Экономика Бурятии с переходом к рыночным отношениям стала испытывать все более острую потребность в квалифицированных кадрах с профильным высшим образованием. Это требует не только совершенствования традиционных методов работы с целевой аудиторией, но и активного поиска новых, более адаптированных к современным условиям, методов коммуникационной политики вузов [2].

Особое место среди средств продвижения образовательных услуг занимает таргетированная реклама. Как правило, такую рекламу чаще всего размещают в социальных сетях. Это обусловлено спецификой целевой аудитории, основную часть которой составляют молодые люди от 17 до 30 лет, желающие получить высшее образование.

Таргетированная реклама в социальных сетях — рекламное объявление, которое показывается пользователям социальных сетей по определенным критериям. Рекламное объявление можно показывать людям определённого возраста, пола, имеющим какие-то общие интересы (например, туризм) или обладающих телефоном с конкретной операционной системой [5].

Преимущества этого вида рекламы заключаются в охвате нужной целевой аудитории, возможности персонализации и простоте оценки эффективности данного рекламного инструмента [3].

ВУЗы Республики Бурятия активно используют интернет-технологии для продвижения своих услуг.

Основным инструментом позиционирования ВУЗа выступает официальный сайт учреждения, где размещается вся официальная и справочная информация.

Кроме этого, для выстраивания своей коммуникационной политики учреждения сферы образования активно ведут свои страницы в социальных сетях. В последнее время происходит персонализация образовательных услуг в Интернете: помимо официальных аккаунтов ВУЗа появляются страницы факультетов и отдельных направлений подготовки.

Как правило, запуск таргетированной рекламы образовательных услуг совпадает с началом приемной кампании в ВУЗах республики. Это связано с высокими затратами на рекламу и повышенным интересом абитуриентов к конкретному учебному заведению именно в этот период.

Таким образом, таргетированная реклама — необходимая составляющая для успешного продвижения образовательных услуг учебных заведений. Самый большой её плюс заключается в том, что можно настроить показ рекламы на конкретных людей, тем самым воздействуя только на свою целевую аудиторию. Это относится к таргетированной рекламе как во «ВКонтакте», так в Instagram и Facebook или любых других социальных сетях.

Источники и литература

- 1) Ораева Ш. А. Теоретико-методологические основы продвижения образовательных услуг на мировом рынке и стратегии проникновения образовательных услуг на рынок / Ш. А. Ораева // Экономическая среда. 2018. № 2(24). С. 56-60.
- 2) Как таргетированная реклама в социальных сетях поможет раскрыть ваш бизнес: https://skillbox.ru/media/marketing/targetirovannaya_reklama_v_sotsialnykh_setyakh/
- 3) Любецкий П.Б. Исследование эффективности продвижения образовательных услуг с помощью таргетированной рекламы в социальных сетях на примере рекламной кампании УО БГСХА // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. 2018. №3: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-effektivnosti-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug-s-pomoschyu-targetirovannoy-reklamy-v-sotsialnyh-setyah-na-primere>
- 4) Продвижение образовательных услуг и онлайн школ — как добиться максимальных результатов?: <https://apollo-8.ru/marketing-dlya-obrazovaniya/>
- 5) Таргетированная реклама в социальных сетях: основы: <https://elama.ru/blog/targetirovannaya-reklama-v-socialnyh-setyah-osnovy/>