

**стратегия продвижения
курса по английскому языку**

Любовь Сысоевой

Введение.

Любовь Сысоева, сертифицированный преподаватель, эксперт по вопросам мотивации и индивидуального подхода.

Более 15 лет помогает детям, подросткам и взрослым подружиться с английским.

Детей обучает с 1,5 лет.

Взрослых обучает английскому по направлению их профессиональной деятельности.

Пишет стихи и сочиняет песни для малышей на английском языке.

Находится: г. Чехов, Московской области.

Проводит индивидуальные занятия с учениками, ведет дискуссионный клуб в г. Чехов.



Этапы стратегии

1

Введение.

2

Описание целевой аудитории.

3

Позиционирование, имидж, бренд. (предложения интернет - маркетолога)

4

Анализ конкурентов.

5

Проведение предварительного анализа текущей ситуации клиента, бизнеса.

6

Цели и задачи на продвижение.

7

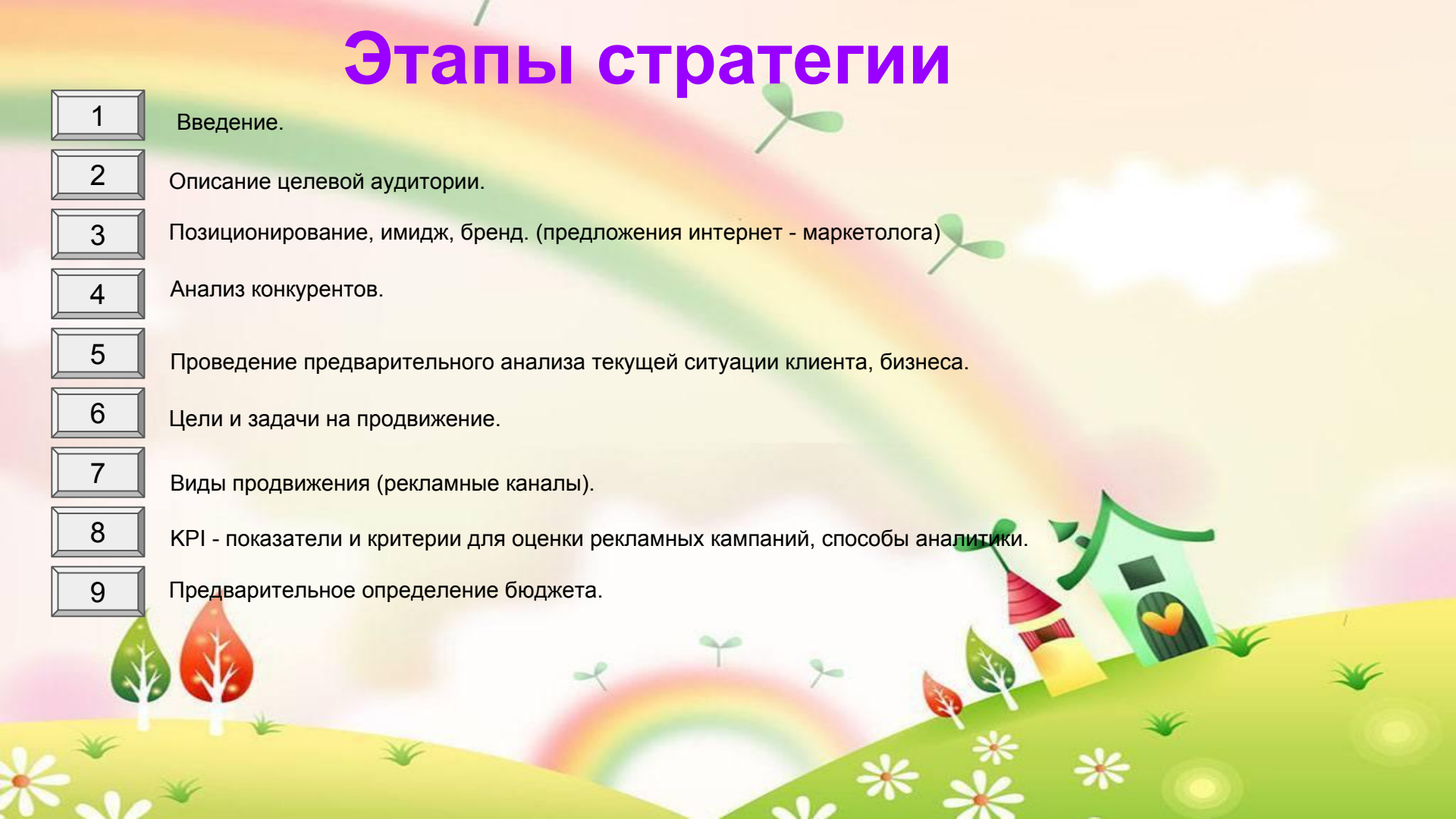
Виды продвижения (рекламные каналы).

8

KPI - показатели и критерии для оценки рекламных кампаний, способы аналитики.

9

Предварительное определение бюджета.



Описание целевой аудитории.

Сегмент №1 (50% от ЦА)

2 недели маленького английского языка

Пол	Возраст	Доход в месяц	Где учатся/работают	Хобби/Увлечения	Чего боятся по продукту	Чего боятся по жизни	О чем мечтают по продукту	О чем мечтают по жизни	где их искать	почему они не купят прямо сейчас (их возражения)
женщины (это более-менее осознанные мамы, которые не сдают детей в сад как в камеру хранения и перед телевизором, чтоб не мешали, для них важно сохранить связь с ребенком, готовы в это вкладываться.)	25-45	30- 50тр. и более	бизнес-леди либо топ-менеджмент, специалисты, домохозяйки (доход получают от мужа), мамы в декрете	Дети, любой вид творчества или рукоделия(шитье, лепка, вязание, мыловарение, дизайнство и т.д.), онлайн - бизнес в соцсетях, блогерство, здоровье, семья,	1. что не разберутся сами, 2. что слабый английский (отсюда неуверенность), 3. что заплатят, а что-то пойдет не так (ребенку не понравится и пр.), 4. что не смогут найти время для занятий, что лучше отдать на развивашки или репетитору.	1. Переживают о будущем своих детей, 2. боятся быть плохой мамой, 3. переживают что мало времени уделяют своему чаду, 4. переживают что в школе будет слабо учиться, 5. что их ребенок не такой как все, 6. сравнивают с другими детьми из доступного окружения	1. что больше времени будут уделять своим (своему) ребенку, 2. что дети будут знать два языка (русский и английский) 3. в школе будет легче учиться английскому, 4. что в жизни всегда пригодится знание английского языка	1. быть самой лучшей мамой, 2. воспитать умных детей, 3. здоровых, 3. что бы их дети получили самое лучшее образование и престижную профессию, 4. жить в америке или англии или любой другой стране, на кипре :-)	1. в пабликах по воспитанию и развитию детей, 2. в пабликах по рукоделию, 3. в пабликах по построению своего бизнеса - онлайн, 4. у мам - блогеров, 5. у блогеров многодетных, 6. в страничках инстаграмм с развивашками и играми	дорого, дешево, считают что сами достаточно знают английский и им не нужна помощь, наоборот, что вообще дуб дубом и не смогут ничему научить своего ребенка или детей

Позиционирование, имидж, бренд. (мои предложения)

1. Создать канал на Ютубе. Оформить по всем правилам. Добавлять туда видео ваших живых занятий со взрослыми и с детьми, рекомендации по обучению детей и самообучению взрослых, проводить онлайн трансляции, рекомендовать книги по английскому, фильмы и все что еще в голову придет. Можно небольшие уроки по любым темам. И многое другое.
2. В группе ВК добавить функцию товары, для товаров, предварительно, создать обложку и описание. Даже если он еще не полностью готов. И закрыть его временно для подписчиков, до тех пор пока не понадобится. Перевести группу в сообщество, таким образом оно будет выскакивать в колонке слева “рекомендации” на страницах ваших клиентов. И в дальнейшем делегировать ведение группы. При развитии инстаграма и ютуба добавить ссылки в группу.
3. Разработать логотип для добавления в письма и на странички в соц.сетях.
4. Изучить инстаграм самой, научиться использовать сториз, редактировать фотоконтент, переделать его полностью, для ссылки в шапке сделать на taplink.ru страничку со всеми возможными вашими продуктами, соц. сетями и способами связи. И в дальнейшем делегировать.
5. УТП - Научу родителей обучать английскому малышей играя.
Обучу Вас английскому опираясь на Ваши интересы и проф. деятельность.



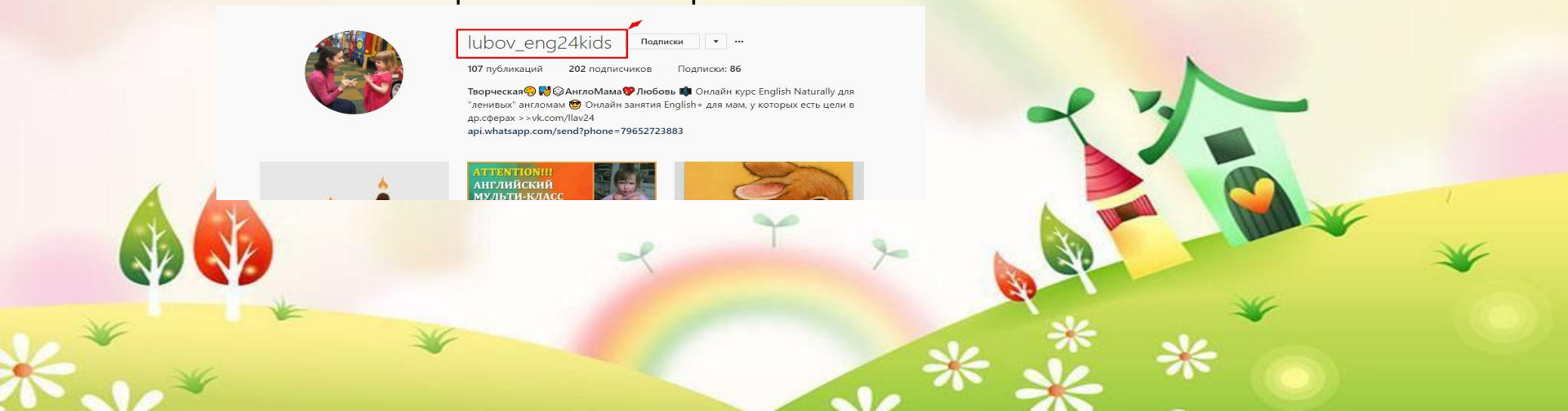
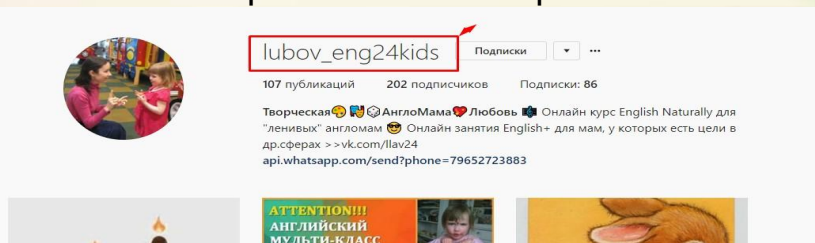
Анализ конкурентов.

Совет: как можно реже ходить самой по конкурентам и предоставить эту деятельность маркетологу, сформулировав правильно запрос. А конкурентов не так уж и много.



Проведение предварительного анализа текущей ситуации клиента, бизнеса.

1. Продукт полностью не готов и не протестирован.
2. Соц. сети не развиты, следует начинать с нуля в инстаграм и ютуб. Я бы порекомендовала обратиться к дизайнеру для создания шаблонов.
3. Для группы в ВК можно и нужно запускать рекламу. Следует создать контент план.
4. В инстаграм следует изменить название на: английский с нуля, или для малышей, или английский для англомам. Пересмотреть фотоконтент, составить контент план.
5. Для обучения онлайн рекомендую создать платформу на площадке геткурс, с видео уроками, с заданиями и с бонусами.
6. Следует создать полностью продукт в соответствии с воронкой продаж.
7. И составить автосерию писем по воронке.



Цели и задачи на продвижение.

1. Создать сам продукт в соответствии с воронкой.
2. Переделать полностью инстаграм.
3. Создать канал на Ютубе
4. Составить контент план.
5. Развивать соцсети для привлечения подписчиков.
6. Увеличение числа подписчиков с помощью рекламы.
7. Создание лендинга для воронки продаж, нескольких страниц.
8. Создать письма.



Воронка продаж.

Любовь Сысова

УТП: учитель английского с 15 летним стажем

ЛИД - МАГНИТ бесплатный, для сбора информации о клиенте и привлечения подписчиков

варианты:

- **тест в картинках детский** (помогающий родителям определить интересно детям или нет и идти дальше);
- **игра** (заинтересовывающая родителей и детей);
- **методические рекомендации** (помогающие понять смогут родители или нет, убеждающие что смогут);

Из этого выбрать что то одно, или объединить 1 и 3, или 2 и 3. Продолжительность 15 - 30 минут.

УТП:

Трип Вайер - включатель с недорогой ценой:

Онлайн - марафон: **2 Недели Маленького Английского Языка**
стоимость 299р

УТП:

Главный продукт: 2х месячный **Онлайн практикум English_naturally 2.0**

МИНИМУМ	ОПТИМУМ	МАКСИМУМ
>16 видео-презентаций песен и игр > методическая поддержка (ответы на вопросы, рекомендации) > доступ в закрытую группу вконтакте для общения и обмена опытом с другими родителями	>16 видео-презентаций песен и игр > методическая поддержка (ответы на вопросы, рекомендации) > доступ в закрытую группу вконтакте для общения и обмена опытом с другими родителями > разбор общих ошибок и сложностей > 4 творческих проекта в теории и на практике > супер-подарок (*описание отдельным пунктом)	>16 видео-презентаций песен и игр > методическая поддержка (ответы на вопросы, рекомендации) > доступ в закрытую группу вконтакте для общения и обмена опытом с другими родителями > разбор общих ошибок и сложностей > 4 творческих проекта в теории и на практике > супер-подарок (*описание отдельным пунктом) > личные скайп-консультации (раз в неделю) > разработка эксклюзивного курса с учётом инд.особенностей и запросов (в том числе сочинение песенок и игр)
2.900 р	5.900 р	9.900 р

СУПЕР-ПОДАРОК

Авторский видео-курс/сказка (с полной коллекцией игр и песен и волшебными иллюстрациями)
Книга + CD стоимостью 1.500

УТП:.....

Даунселл — техника создания предложения на случай, если клиент говорит «Нет». Когда человек не готов купить товар или услугу, становится важно **снизить порог принятия решения**, т. е. сделать так, чтобы ему было легко пойти на сделку.

Кросселл — это продажа дополнительного товара или сервиса из другой категории к уже проданному.

Апселл — это продажа более дорогого товара чем тот, что выбрал покупатель.

Предложение купить:
Авторский видео-курс/сказка (с полной коллекцией игр и песен и волшебными иллюстрациями)
Книга + CD
стоимостью
1.500 р

Купить с оплатой в два этапа:
половина сразу,
половина через 15 дней.

зима
методическая разработка:
песни, стишки, веселые картинки, пальчиковые игры,
КНИГА 2000р

весна
методическая разработка:
песни, стишки, веселые картинки, пальчиковые игры,
КНИГА 2000р

лето
методическая разработка:
песни, стишки, веселые картинки, пальчиковые игры,
КНИГА 2000р

осень
методическая разработка:
песни, стишки, веселые картинки, пальчиковые игры,
КНИГА 2000р

Времена года: комплект метод. разработок из 4х времен года. Стоимость 7000р

УТП:.....

УТП:

УТП:.....

Тропинка возврата к основному продукту

Закрытая группа вконтакте для общения и обмена опытом с другими родителями, с новыми разработками от учителя. Вход без оплаты.

Виды продвижения (рекламные каналы).

Стратегия проведения рекламной кампании
для группы в ВК “Клуб счастливых и “ленивых” англомам”.

1. Продвижение в группах ВК через администраторов с подходящей ЦА с многочисленным количеством подписчиков. Это самое подходящее продвижение для любой группы ВК.
2. СПА сеть. Менее времязатратный способ.
3. “live” трансляции из группы, уже после достаточного количества подписчиков. Бесплатный способ рассказать о себе.
4. Взаимопиар групп в ВК. При равном соотношении количества подписчиков можно договориться о бесплатном взаимопиаре.



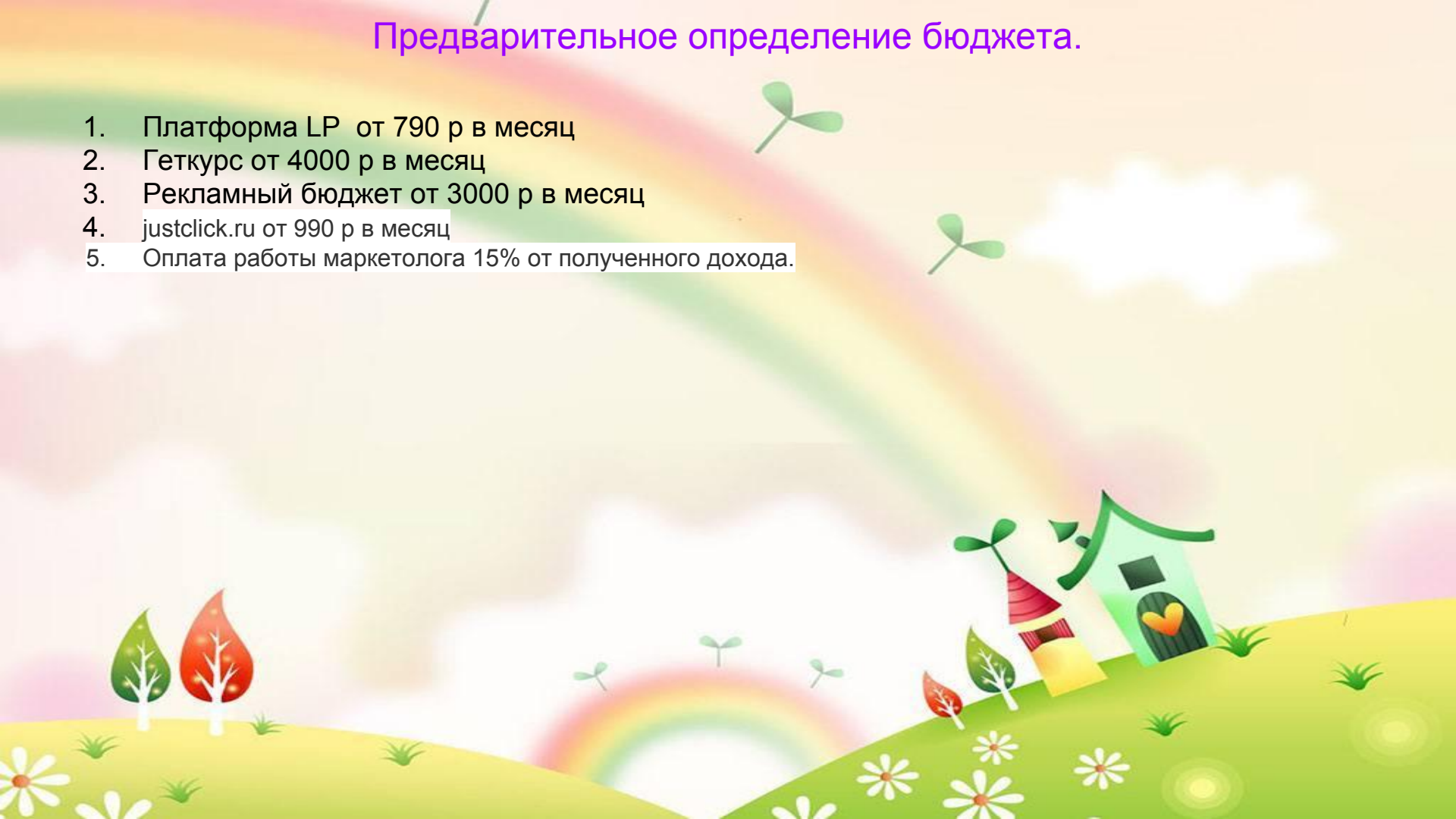
KPI - показатели и критерии для оценки рекламных кампаний, способы аналитики

После запуска лендинга, подключаем Яндекс метрику и анализируем показатели. Количество посетителей, из каких источников пришли, переходы и т.д.

- Просчитываем ROI. Необходимые показатели: доход за месяц, себестоимость, сколько потрачено на рекламу. Каков ROI и что это значит для бизнеса. Эффективность рекламы будет в том случае, когда ROI будет выше 100%.
- Считаем конверсию переходов, для этого количество кликов (переходов) делим на количество показов и умножаем на 100.
- Считаем средний чек: общий объем продаж за месяц делим на количество чеков(покупателей). Используя различные маркетинговые инструменты, необходимо стимулировать увеличение сумм средних чеков, повышая тем самым продажи в целом и конечную прибыль.
- Анализируем:
 - конверсию лендинга (мин. 20 %)
 - CTR (кликабельность)
 - ROI (возврат на инвестиции)
 - CPL (стоимость лида)
 - CPO (стоимость 1 заказа)
 - LTV (совокупная прибыль от одного клиента)

Предварительное определение бюджета.

1. Платформа LP от 790 р в месяц
2. Геткурс от 4000 р в месяц
3. Рекламный бюджет от 3000 р в месяц
4. justclick.ru от 990 р в месяц
5. Оплата работы маркетолога 15% от полученного дохода.



Выводы

1. Благодаря каналу на Ютубе будет повышаться ваша узнаваемость и формироваться к вам доверие, как специалисту знающему свое дело.
2. По итогам проведения подробного изучения ЦА, настраиваем качественный таргетинг, контекстную рекламу, работающий лендинг. Тестируем. Дорабатываем настройки.
3. Размещение в пабликах приносит продвижение бизнеса, привлечение ЦА, положительные отзывы.
4. Проработка контекста в соцсетях вызывает заинтересованность ЦА и как следствие ведет к увеличению подписчиков.
5. В перспективе - расширение линейки услуг и рост продаж.
6. Итог - повышается узнаваемость компании и формируется доверие.

