

Web - сайт как средство продвижения детского центра (на примере центра развития ребенка «Океша»).

Докладчик – Дмитриева Анастасия Олеговна

Научный руководитель – С.В. Павлов

Тезисы доклада.

Настоящий доклад посвящен продвижению детских центров по средствам web-сайта. Для примера мы взяли центр развития ребенка «Океша».

Проблема формирования имиджа детского образовательного, воспитательного или развлекательного учреждения в среде Интернет актуальна на сегодняшний день, но совсем не проработана, в то время как потенциал Интернет-технологий огромен для привлечения новых клиентов и для расширения способов взаимодействия с уже имеющимися клиентами.

В данной работе основным средством продвижения детских центров, на примере центра развития ребенка «Океша», является web-сайт. В ходе работы, была разработана программа продвижения данного центра.

В основе программы продвижения заложено три этапа.

Первый этап заключается в создании web-сайта для ЦРР «Океша». С помощью сайта, мы сможем создать благоприятный имидж детского центра, а также решить ряд задач, таких как: распространение информации о данном центре и о событиях, происходящих внутри него, создание эффективной обратной связи и расширение способов взаимодействия с уже имеющимися клиентами. Итогом является достижение эффекта постоянного информационного присутствия ЦРР «Океша» в обществе в результате создания информационных поводов, имеющих актуальное значение для целевых аудиторий.

В основе второго этапа, лежит разработка рекламы для сайта ЦРР «Океша», благодаря которой мы сможем проинформировать общественность о наличии сайта, привлечь новых клиентов на сайт, а в последствии привлечение клиентов и в сам детский центр.

Третий этап включает в себя разработку рекомендаций по дальнейшему продвижению детского центра в среде Интернет.

На сегодняшний день, подобных центров становится все больше и больше, а методы продвижения не известны, в то время как общественность заинтересована быть в курсе создания новых детских центров и услуг, которые предоставляют данные центры. В результате чего, мы видим явную проблему, которая касается детских центров, в частности ЦРР «Океша».

В докладе представлена основная проблема, которая заключается в том, что при устоявшемся подходе к маркетингу в ЦРР «Океша» и больших затратах на традиционную рекламу (радио, ТВ) - невозможно добиться увеличения потока новых клиентов. Из этого вытекает, что для продвижения нового бренда и привлечения новых клиентов необходимо пользоваться новыми информационными технологиями и переносить PR центра развития ребенка «Океша» в Интернет-пространство, поэтому возникает необходимость в создании и запуске собственного сайта.

Центр развития ребенка «Океша» существует уже больше года, хотя по-прежнему остается неизвестным для большинства граждан живущих в отдаленных местах от детского центра. Целевой аудиторией ЦРР «Океша» являются люди, живущие рядом, но это не значит, что остальные не хотят пользоваться услугами данного центра, основная проблема в том, что они просто не знают о существовании данного центра и о его услугах.

В докладе описываются проблемы, с которыми сталкиваются подобные детские центры и другие частные образовательные учреждения на этапе развития. Также в данном докладе предложены способы решения этих проблем за счет создания постоянного информационного присутствия в сети Интернет.