

МАРКЕТИНГ ONLINE DEGREE

Что такое
маркетинг?

Что такое
маркетинг?

Кто знает x Что знает

Маркетинговая воронка

Маркетинговая воронка



CPM
цена за 1000 показов

CTR
Какой % кликает по ссылке

CPC
средняя цена клика

CR
какой % оставляет заявку

CPL
средняя цена заказа

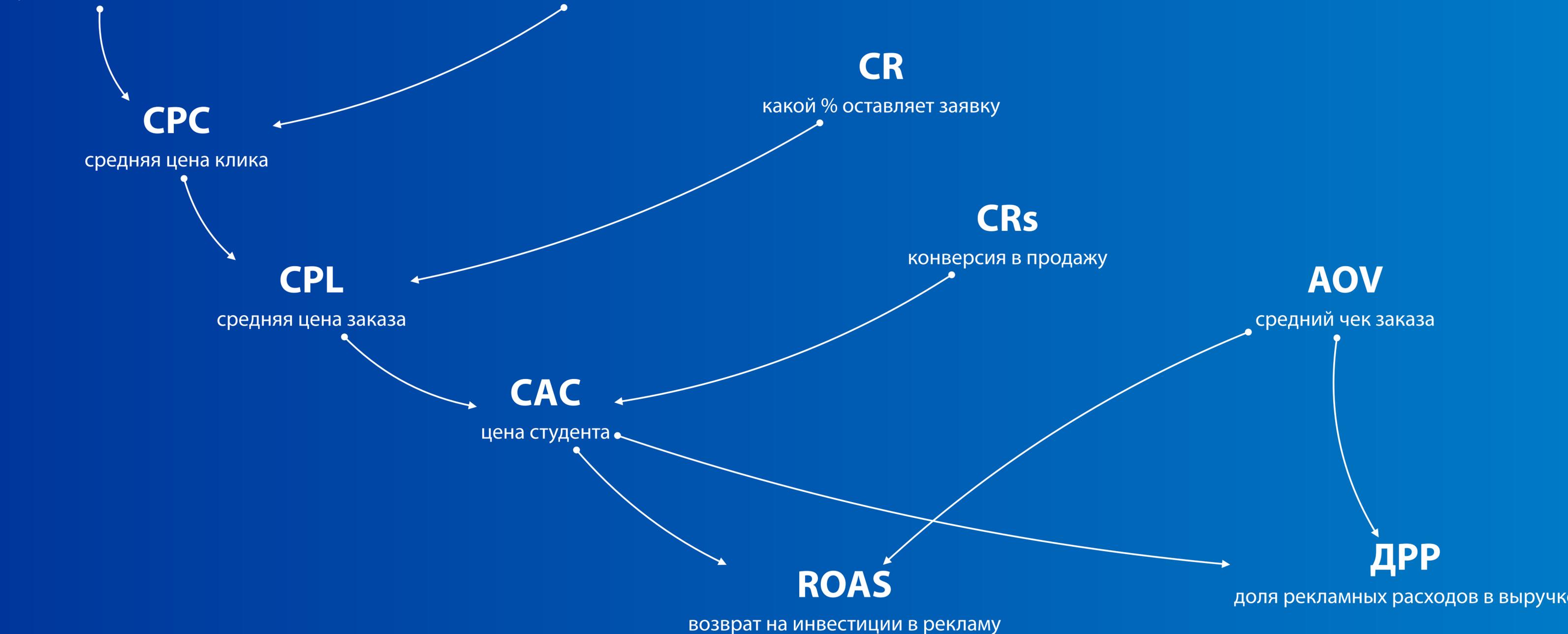
CRs
конверсия в продажу

AOV
средний чек заказа

CAC
цена студента

ROAS
возврат на инвестиции в рекламу

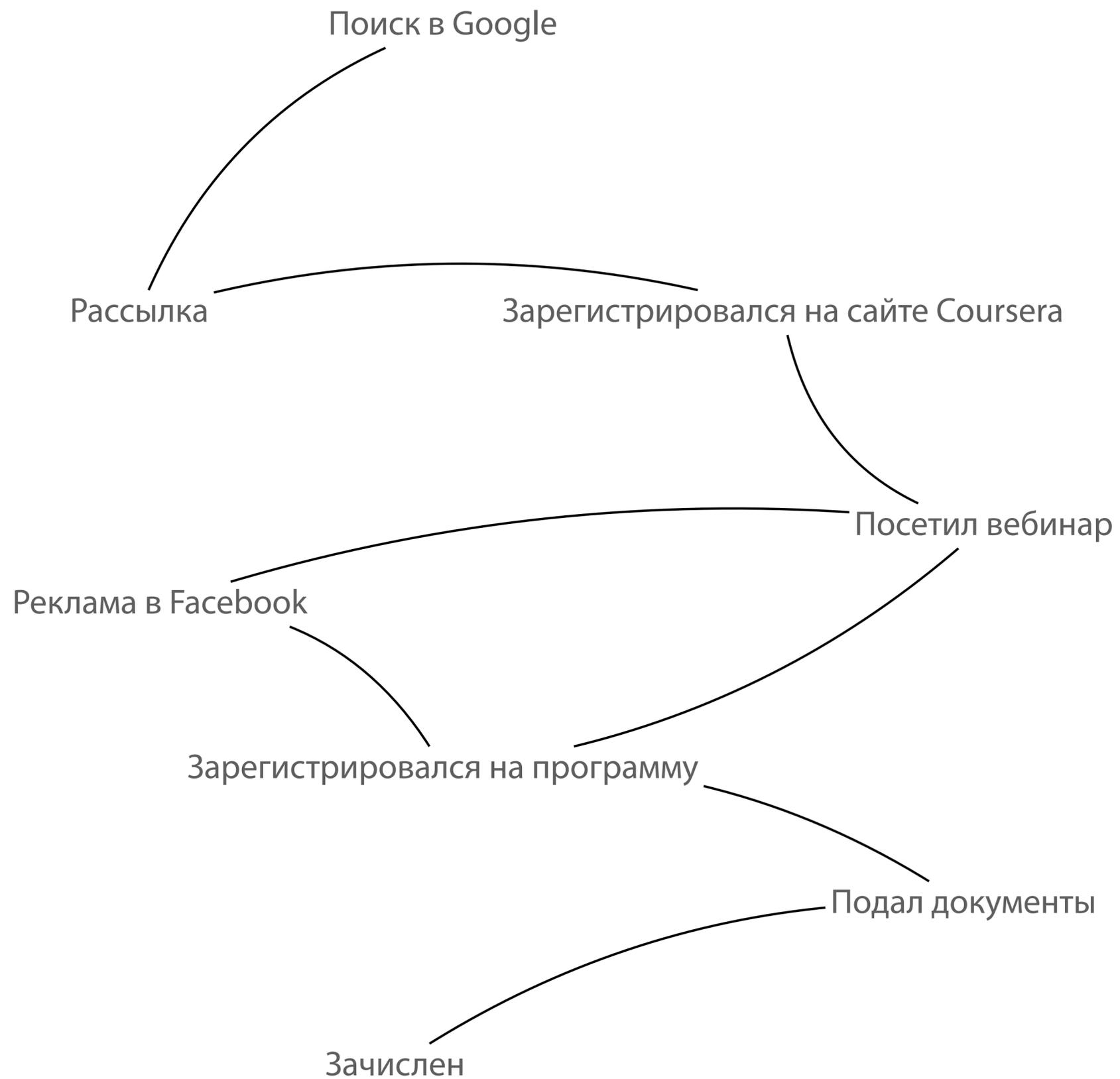
DRP
доля рекламных расходов в выручке



Планирование и прогнозирование рекламной кампании

Многоканальность в привлечении студентов

Планирование и прогнозирование рекламной кампании



Сбор данных, системы аналитики

Уровни аналитики:

- минимальный (только посещения)
- базовый (посещения + действия на сайте)
- **сквозная аналитика (от первого перехода до зачисления)**

Сбор данных, системы аналитики

Какие задачи решает сквозная аналитика:

- Оценка качества заявок
- Оценка реальной эффективности каналов продвижения
- Расчет окупаемости маркетинговых мероприятий

Сбор данных, системы аналитики

Что веб-аналитика рассказывает о посетителях страницы программы?

- Тип устройства (до модели телефона)
- География (с точностью до города)
- Пол, возраст
- Показатели вовлеченности (время на сайте, глубина сеанса, % скролла страницы)
- Маршруты пользователей на сайте
- Действия на сайте (заявки, скачанные файлы, клики по кнопкам)

Сбор данных, системы аналитики

Что нужно чтобы получать данные?

- Страница находится в домене hse.ru или содержит доступные нам счетчики аналитики
- UTM-метки в ссылке
- Отслеживаемое действие настроено в системах аналитики

4. Виды рекламных инструментов

4. Виды рекламных инструментов

	Условно бесплатные	Платное продвижение	Инфлюенсеры
Каналы	<p>SEO</p> <p>прямые заходы (бренд Вышки)</p> <p>переходы со статей и PR</p> <p>эмейл рассылки</p> <p>соцсети</p>	<p>PPC каналы</p> <p>Таргетинг</p> <p>Контекстная реклама</p>	<p>Соц сети</p> <p>Блоги</p> <p>Youtube</p> <p>Подкасты</p>
Плюсы	<p>Выгодно</p> <p>Эффективно</p>	<p>Управляемо</p> <p>Предсказуемо</p> <p>Легко масштабируется</p>	<p>Репутация</p> <p>Рост узнаваемости</p>
Минусы	<p>Трудно масштабируется</p>	<p>Дорого</p>	<p>Дорого</p> <p>Неуправляемо</p> <p>Непредсказуемо</p>



Рекламная кампания 2021

Тестовый этап

Общая охватная реклама в социальных сетях и в виде баннеров на сайтах и в приложениях

Увеличить знание аудитории об онлайн-продуктах НИУ ВШЭ

Более 8 млн пользователей увидели рекламу Онлайн Вышки. 35 000 посетили каталог онлайн-продуктов ВШЭ online.hse.ru.

Прогрев аудитории

Индивидуальное продвижение программ по целевой аудитории в социальных сетях и в виде баннеров на сайтах и в приложениях. Создание рекламных лендингов для каждой продвигаемой программы.

Создать поток целевого трафика на страницы программ. Сбор теплых баз для конвертации в заявки.

Собраны базы для ретаргетинга \approx 1 млн пользователей. Более 310 тыс посетителей сайтов программ. Конверсия новых лендингов в среднем выше на 50%

Конвертация

Ретаргетинг по заинтересованным посетителям
Реклама по горячим поисковым запросам
Баннерная реклама к дедлайну

Сконвертировать пользовательский интерес к продукту в заявки. Сократить цикл принятия решения за счет триггеров к покупке.

Привлечено почти 3 000 заявок на онлайн-программы НИУ ВШЭ. Из них не менее 62 были зачислены и смирно принесли не менее 50 млн ₽ выручки.

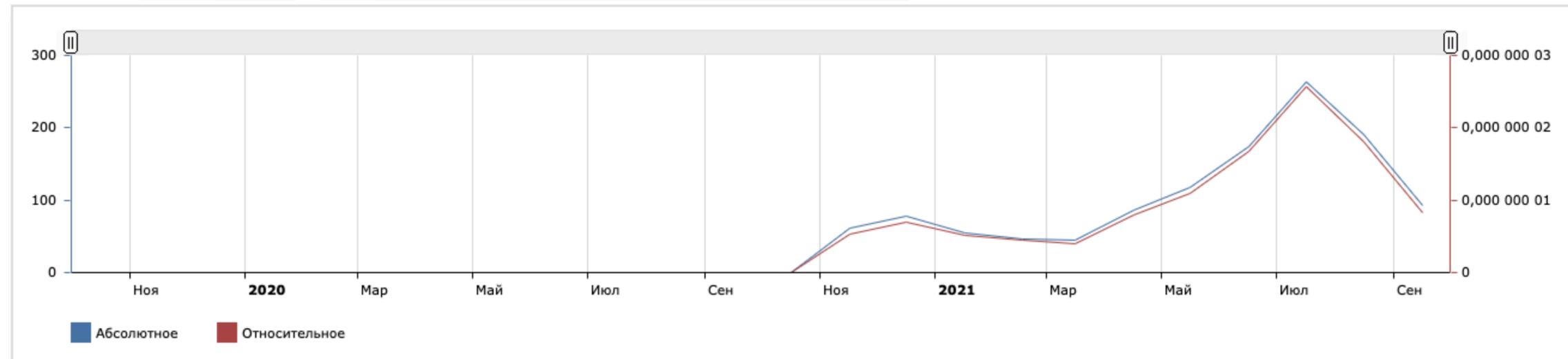
Рекламная кампания 2021

1. Централизованная рекламная кампания лучше, чем много отдельных. Общие запросы и аудитории, рекламный аукцион, миграция заявок, развитие зонтичного бренда.
2. Русскоязычная аудитория значительно лучше конвертируется, чем иностранцы. Сила бренда НИУ ВШЭ на территории РФ, скидки, язык обучения.

3. В поисковых системах появился горячий спрос на онлайн-программы НИУ ВШЭ

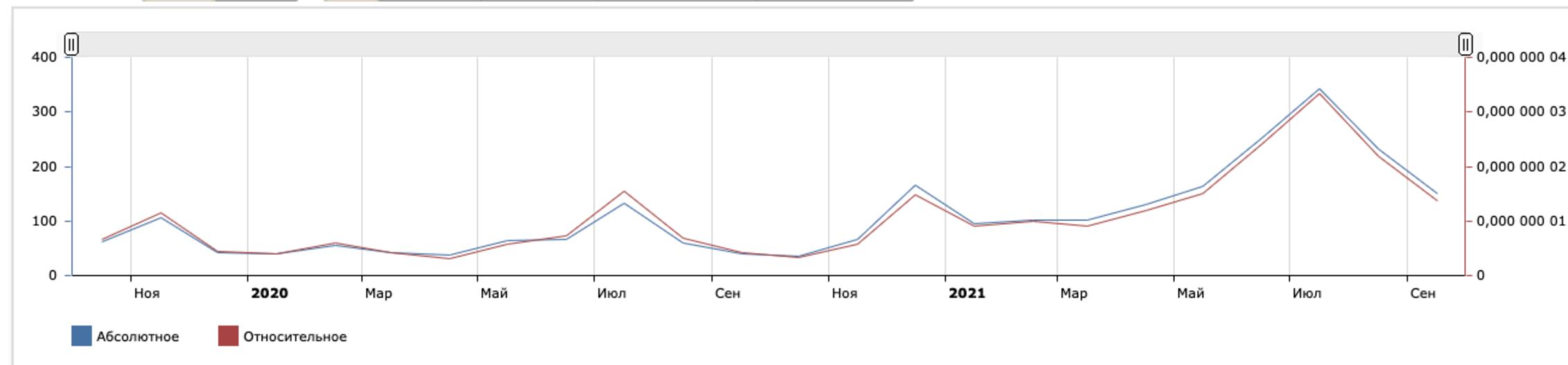
История показов по фразе «онлайн бакалавриат вшэ»

Группировать по: **месяц** неделя **Все** Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты ?



История показов по фразе «онлайн магистратура вшэ»

Группировать по: **месяц** неделя **Все** Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты ?



Рекламная кампания 2021

4. Присутствие аудитории в Инстаграмм и Фейсбук. Большой объем целевой аудитории, хорошая цена заявки, дают реальные продажи.
5. Отдельные посадочные страницы увеличивают конверсию. Трафик изолирован на странице программы – меньше потерь потенциальных клиентов.
6. Отложенный эффект. 20-40% пользователей подают заявку спустя неделю и больше после первого посещения.
10-20% спустя 6 месяцев и больше.

Планы на продвижение для набора 2022

1. Реализация списка задач для увеличения эффективности продвижения на платформе Coursera
2. Централизованная рекламная кампания на территории РФ и СНГ
3. Увеличение конверсии из заявки в регистрацию студента во внутренних системах ВШЭ за счет единого отдела продаж
4. Доработка информационных систем
5. Масштабирование работы с соц сетями