

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ДЕТСКИЙ САД № 3 ПЕТРОГРАДСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

## **Стажировочная площадка**

# **«ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ»**

21.03.2024

# ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Это фактор, позволяющий компании выделиться на фоне конкурентов, привлечь внимание потребителей и создать уникальный образ продукта. Позиционирование включает в себя создание и поддержание определенного образа, который отличает товар/услугу от аналогичных изделий соперников и повышает востребованность для целевой аудитории (ЦА)

- ✓ Основные качества, необходимые для успешного позиционирования – это актуальность, простота, отличие.
- ✓ Чтобы успешно разработать стратегию позиционирования, изучите целевую аудиторию, проанализируйте свой бренд/услугу, текущих клиентов, образы компаний конкурентов.

# **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ И ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ**

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Целевая аудитория — это люди, заинтересованные в вашем продукте.

При работе с ЦА важно:

- понимать особенности каждого сегмента ЦА;
- знать паттерны поведения и предпочтения;
- знать основные ценности и мотивы;
- понимать, какую “боль” ЦА решает ваша услуга.



# СЕГМЕНТАЦИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



ШИРОКАЯ

СРЕДНЯЯ

УЗКАЯ

- ✓ ЦА может быть сразу несколько
- ✓ Сегментация – деление целевой
- ✓ аудитории на несколько мелких групп
- ✓ Сегментация требуется для более точного формулирования в рекламной кампании уникального ценностного предложения для конкретного сегмента

# КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

1. Как выглядит социально — демографический портрет моего клиента? (пол, возраст, доход, социальный статус в обществе и т.п.)
2. Какие психографические особенности имеет целевая аудитория (личностные характеристики, ценности, взгляды, интересы, стили жизни)?
3. Какие основные требования предъявляет целевой потребитель к продукту?
2. Какие ключевые потребности/ “боли” стремится решить, приобретая продукт?
5. Как целевой потребитель осуществляет выбор и что на него влияет?
6. Где целевая аудитория узнает информацию о продукте, с какими средствами коммуникации взаимодействует в течение дня?

# КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ

## Каналы коммуникации -

*это способы, с помощью которых организации взаимодействуют со своими целевыми аудиториями.*

## ТИПЫ

- ✓ **Собственные каналы:** корпоративный сайт, блог, аккаунты в социальных сетях, e-mail рассылки и т.д.
- ✓ **Платные каналы:** платные инструменты продвижения в социальных сетях, платное размещение контента на популярных сайтах и платформах, публикации в крупных изданиях, или даже платные посты
- ✓ **Бесплатные каналы:** СМИ, отзывы клиентов, рейтинги, обзоры у лидеров мнений и т.д.



# КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ

- ✓ Живой язык без использования канцеляритов
- ✓ Гармоничный визуал (фотографии, видео, картинки и карточки)
- ✓ Разные рубрики, в том числе и развлекательные
- ✓ Акцент на людях – воспитанниках, педагогах, экспертах
- ✓ Уникальность, актуальность и достоверность

# ФОРМАТЫ

- ✓ Текст и картинка
- ✓ Карточки
- ✓ Лонгриды (статьи в ВК, Телеграмме)
- ✓ Подкасты и короткие аудио
- ✓ Опросы и конкурсы
- ✓ Тесты
- ✓ Прямые эфиры

# ЧТО НЕ НАДО ДЕЛАТЬ

- ✓ Жить только на репостах
- ✓ Спамить
- ✓ Использовать много развлекательных постов
- ✓ Делать контент на спорные темы
- ✓ Не проверять посты на ошибки

**БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!**