

# Стратегия по каналам коммуникации для школы дизайна интерьера Pragmatika

Школа дизайна интерьера Pragmatika осуществляет профессиональную переподготовку по специальности «Дизайнер интерьера» с предоставлением диплома государственного образца, а также предлагает тематические краткосрочные курсы.

## Целевая аудитория проекта:

- ✦ **Специалисты в области дизайна интерьера**, которые желают получить дополнительные навыки. Преимущественно женщины в возрасте от 22 до 40 лет.
- ✦ **Специалисты других профессий (бухгалтеры, экономисты и т. д.)**, которые хотят сменить сферу деятельности на более творческую. Преимущественно женщины в возрасте от 22 до 40 лет.
- ✦ **Женщины-домохозяйки, которые планируют сделать дома ремонт** самостоятельно и хотят получить базовые знания в области дизайна интерьера. Возраст от 22 до 40 лет.
- ✦ **Женщины-домохозяйки, которые занимаются саморазвитием** и являются активными потребителями в сфере дополнительного образования (психологические и кулинарные курсы, живопись, танцы, имидж, пение и т. д.). Обычно они заканчивают одни курсы и сразу записываются на другие. Возраст от 22 до 40 лет.

**Основная геолокация:** Санкт-Петербург. Рекламу можно дополнительно настраивать на другие города РФ и страны, так как у студентов есть возможность проходить обучение дистанционно.

## Отличие от конкурентов:

Интерактивная методика преподавания. Предметы направлены на качественное вхождение в профессию — переговоры, селфбрендинг, самопрезентация, продвижение, проектный менеджмент, работа с возражениями и прочее. Каждое занятие включает практическую работу. Профессиональная поддержка в течение года после окончания обучения в закрытой группе, где можно получить консультацию по любому вопросу.

## Задачи по продвижению проекта:

- ✦ Набор групп на базовый курс «Дизайн интерьера» (минимум пять человек в каждую группу).
- ✦ Набор групп на дополнительные курсы «Декорирование» и «3Ds Max».

## Для этой цели предлагается задействовать основные площадки:

- ✦ Презентационный сайт школы с платежной системой — <http://pragmatika.design/>.
- ✦ Instagram-аккаунт — на стадии разработки.

## И дополнительные площадки:

- ⤴ Аккаунт на Pinterest
- ⤴ Аккаунт на Behance
- ⤴ Аккаунт на Яндекс.Дзен
- ⤴ Рекламный аккаунт на сайте <https://vsetreningi.ru/>
- ⤴ You-tube-канал (на перспективу).

## Блок 1. SEO-оптимизация и продвижение сайта

У школы дизайна интерьера Pragmatika новый сайт - <http://pragmatika.design/>. Независимо от того будет ли осуществляться его SEO-продвижение, необходимо сделать первичную SEO-оптимизацию сайта. Она включает:

1. Технический анализ сайта. Исправление технических ошибок, если они есть.
2. Uzability-анализ сайта. Составление рекомендаций по переверстке сайта под маркетинговые задачи, если в этом есть необходимость.
3. Добавление счетчиков аналитики и прописывание целей.
4. Составление семантического ядра.
5. Работа с релевантными страницами.
6. Внутренняя SEO-оптимизация страниц сайта.
7. Разработка SEO-текстов.
8. Размещение SEO-текстов на сайт. Оптимизация и перелинковка.
9. Предоставление отчета о выполненных работах.

Ежемесячное SEO-продвижение сайта — долгосрочная инвестиция. Домену сайта всего 1 месяц, а значит алгоритмы поисковых систем автоматом накладывают на него фильтр «песочница». Этот фильтр не позволяет занимать высокие позиции по высокочастотным ключевым запросам тем доменам, которые имеют возраст младше 9 месяцев. Это не значит, что всё это время сайтом не надо заниматься. Нужно делать SEO-продвижение и тогда после снятия фильтра можно сразу получить неплохие результаты.

Перед тем, как принять решение о необходимости этой услуги, лучше сделать тестовый запуск контекстной рекламы по ключевым запросам из семантического ядра. Если будут заявки и реклама окупится, то имеет смысл заказывать SEO-продвижение сайта на регулярной основе, чтобы со временем сайт начал занимать по этим ключевым словам высокие позиции условно бесплатно. В противном случае никакой пользы от того, что сайт выходит в ТОП-10 по ключевым запросам в поисковых системах просто нет. Достаточно будет сделать первичную SEO-оптимизацию и на этом остановиться.

**Цель SEO-оптимизации и SEO-продвижения сайта:** усилить видимость сайта в поисковых системах по максимальному количеству релевантных запросов. Стандартно можно начать продвижение с 30 ключевых слов и ежемесячно расширять семантическое ядро.

**Ожидаемый результат:** хорошо работающий и удобный для пользователя сайт с большим количеством вхождений ключевых слов из семантического ядра в ТОП-10 поисковых систем. Средняя стоимость SEO-продвижения сайта — от 20 000 рублей в месяц.

## Блок 2. Настройка и ведение контекстной рекламы

### Контекстная реклама в поисковой системе Яндекс:

- ⤴ Настройка контекстной рекламы на поиске по группе поисковых запросов: «курсы дизайна интерьера», «дизайн интерьера обучение», «обучение дизайну интерьера с нуля» и т.д.
- ⤴ Настройка контекстной рекламы на поиске по брендам прямых конкурентов;
- ⤴ Настройка рекламы РСЯ (вид контекстной рекламы Яндекс.Директ, основанной на пользовательских интересах).
- ⤴ Настройка ретаргетинга (повторные показы рекламы для тех, кто уже заходил на сайт с персональным выгодным предложением).

### Геотаргетинг в поисковых системах Яндекс:

- ⤴ Настройки геотаргетинга (строительные рынки и магазины в СПб, строящиеся ЖК в Спб, офисы продаж новостроек в СПб и т.д.).

### Тестовый рекламный бюджет: 20 000 рублей.

Перед запуском рекламной кампании на сайте необходимо установить счетчик Яндекс.Метрика и прописать цели: клик на номер телефона, клик на e-mail, заказ обратного звонка и т. д.

Цель запуска контекстной рекламы: сайт будет показываться на самых верхних строчках поисковой системы Яндекс (рекламный блок) по нужному списку ключевых запросов, что должно повлечь за собой продажи.

Ожидаемый результат: первый месяц запуска контекстной рекламы всегда является сбором статистики для дальнейшей аналитики. Тестовый запуск помогает определить стоимость клика и стоимость достижения цели, а значит понять будет ли окупаться рекламная кампания в принципе. Средняя стоимость настройки контекстной рекламы — от 20 000 рублей в месяц.

## Блок 3. Ведение instagram-аккаунта и настройка рекламы (instagram + facebook)

Instagram-аккаунт — ключевая площадка для продаж и общения с целевой аудиторией (женщины от 22 до 40 лет) для школы дизайна интерьера Pragmatika. Основной упор нужно делать на видеоконтент (stories и видео IGTV). Можно сделать всю правую вертикальную колонку аккаунта в формате видеоконтента, а левую и среднюю — фото. Это будет красиво смотреться в профиле и студенты сразу смогут найти нужные им видеоролики, если просто пролистают всю правую колонку вниз.

### Этапы работы по ведению instagram-аккаунта:

- ⤴ Составление контент-плана на месяц (3 поста и 2 stories в неделю + прямые эфиры).
- ⤴ Размещение 3 постов и 2 stories в неделю.
- ⤴ Оформление аккаунта профессиональным дизайнером (можно оформить

- только аватарку и иконки актуального). На усмотрение заказчика.
- ⤴ Написание контента к постам.
- ⤴ Постинг и ответы на комментарии подписчиков.
- ⤴ Подборка хештегов и геолокации.
- ⤴ Настройка рекламного поднятия постов и stories (требуется рекламный бюджет).
- ⤴ Подготовка ежемесячного отчёта со статистикой.

## **Настройка рекламы (instagram + facebook):**

***Таргетинг (настройка рекламы на раздел оплаты обучения на сайте и на пост с видеоприглашением на обучение в собственном аккаунте в instagram+stories). Пример хорошего ролика для рекламы школы — [https://vk.com/video-12303073\\_456239138](https://vk.com/video-12303073_456239138):***

- ⤴ Показы рекламы по интересам (недвижимость и обустройство дома, дизайн интерьеров, дизайнерский софт, дизайнерские сайты, мебель, дизайн квартир, дома);
- ⤴ Показы рекламы по конкурентам (подписчики других школ обучения дизайну интерьера);
- ⤴ Показы рекламы по подписчикам аккаунтов застройщиков, новостроек и строящихся ЖК в Спб;
- ⤴ Показы рекламы по должностям: дизайнер интерьера, бухгалтер, экономист и т. д. Под каждую профессию создается свой креатив с персональным смысловым посланием.
- ⤴ Показы рекламы по подписчикам аккаунтов других курсов (психология, живопись, пение, хореография и т. д.). Если человек практикует саморазвитие, то часто обучается на различных курсах. Он заканчивает одни и идёт на другие. Так тоже можно зацепить свою целевую аудиторию.
- ⤴ Показы по геолокации строительных рынков и магазинов в Спб;
- ⤴ Показы по геолокации строящихся ЖК в СПб + геолокации офисов продаж новостроек.

Лучше всего на рекламу откликнется сегмент с сочетанием двух групп интересов: люди с высоким доходом, которые при этом интересуются дизайном, ремонтом, покупкой недвижимости, а также те, кто «недавно переехали» (эту категорию фейсбук определяет самостоятельно).

50 % рекламного бюджета пойдет на instagram и 50 % на facebook.

Перед запуском рекламной кампании на сайте необходимо установить счетчик Яндекс.Метрика и прописать цели: клик на номер телефона, клик на e-mail, заказ обратного звонка и т. д.

### **Тестовый рекламный бюджет: 10 000 рублей.**

Перед запуском рекламной кампании на сайте необходимо установить счетчик Яндекс.Метрика и прописать цели: клик на номер телефона, клик на e-mail, заказ обратного звонка и т. д.

**Цель запуска контекстной рекламы:** протестировать целевую аудиторию в instagram + facebook и узнать стоимость клика и достижения цели.

**Ожидаемый результат:** первый месяц запуска таргетированной рекламы всегда является сбором статистики для дальнейшей аналитики. Тестовый запуск помогает определить стоимость клика и стоимость достижения цели, а значит понять будет ли окупаться рекламная кампания в принципе. Средняя стоимость ведения instagram-аккаунта — 15 000 рублей. Средняя стоимость настройки контекстной рекламы — от 10 000 рублей в месяц. Привлечение дизайнера к работе над аккаунтом — от 10 000 рублей. Если только разработка логотипа и стиля иконок, то цена формируется каждым специалистом индивидуально.

## Блок 4. Таргетированная реклама в ВКонтакте

**Таргетинг (настройка рекламы на раздел оплаты курсов на сайте):**

- ⤴ Показы рекламы на участников групп-конкурентов (студии обучения дизайну интерьера);
- ⤴ Показы рекламы на участников групп с косвенными конкурентами (паблики про обустройство пространства, декораторы, умная уборка, работа с пространством, как сделать ремонт в студии и т.д.);
- ⤴ Показы рекламы на пользователей, которые за последние 30 дней искали информацию по ключам «курсы дизайнера интерьеров», «дизайн интерьера обучение», «дизайнер интерьера как стать» и т.д.

*Тестирование различных гипотез. Необходимо придумать УТП под каждый вид услуг. Например, скидка на обучение на курсе при оплате до конца недели. Требуется разработка графических креативов под каждую ЦА.*

**Геотаргетинг в соцсетях на следующие объекты:**

- ⤴ Строительные рынки и магазины в СПб, строящиеся ЖК в Спб, офисы продаж новостроек в СПб и т.д;
- ⤴ Коттеджные посёлки в Спб и ЛО;
- ⤴ Интерьерные выставки и форумы в Спб.

**Ретаргетинг (пиксель на сайте, который собирает каждого посетившего сайт в специальную базу для дальнейшего показа рекламы на этих пользователей в соцсети Вконтакте):**

- ⤴ Настройка ретаргетинга на посетителей сайта (повторные показы рекламы). Можно настраивать показы на конкретную акцию или скидку.

**Тестовый рекламный бюджет: 10 000 рублей.**

Перед запуском рекламной кампании на сайте необходимо установить счетчик Яндекс.Метрика и прописать цели: клик на номер телефона, клик на e-mail, заказобратного звонка и т. д.

**Цель запуска контекстной рекламы:** протестировать целевую аудиторию в ВКонтакте и узнать стоимость клика и достижения цели.

**Ожидаемый результат:** первый месяц запуска таргетированной рекламы всегда является сбором статистики для дальнейшей аналитики. Тестовый запуск помогает

определить стоимость клика и стоимость достижения цели, а значит понять будет ли окупаться рекламная кампания в принципе. Средняя стоимость настройки таргетированной рекламы — от 10 000 рублей в месяц.

## Блок 5. Работа с лидерами мнений (микроблогерами)

Покупка рекламных постов и stories у близких по тематике блогеров. Можно попробовать предлагать блогерам бартер — реклама в обмен на бесплатное обучение.

**Работа по этому блоку включает:**

- ✦ Отбор блогеров, которые подходят по тематике для размещения рекламы.
- ✦ Анализ профилей блогеров на предмет накрутки ботов через специальную программу.
- ✦ Переговоры с блогерами. Предоставление необходимой информации о школе.
- ✦ Составление техзадания для блогеров.
- ✦ Снятие аналитики после выхода рекламного поста или сторис.
- ✦ Составление ежемесячного отчёта.

**Цель запуска контекстной рекламы:** выход на нужную целевую аудиторию и влияние на неё за счёт лидеров мнения. Нарращивание количества лайков, комментариев и подписок в собственном аккаунте.

**Ожидаемый результат:** Блогеры редко срабатывают в плане продаж, но это хороший способ немного «раскачать» собственный аккаунт на предмет внутренней активности. Средняя стоимость работы с микроблогерами — 15 000 рублей в месяц + рекламный бюджет на самих блогеров (обычно около 50 000 в месяц).

## Блок 4. Дополнительные каналы коммуникации

- ✦ **Яндекс.Дзен** — (экспертные статьи и рассказ о проекте) – разовый рекламный бюджет от 75 000 рублей на то, чтобы увеличить охваты. Можно вести канал и бесплатно, но первые несколько месяцев обычно маленькие охваты, которые ничего не дают. Средняя стоимость написания статей и ведение канала — от 20 000 рублей в месяц.
- ✦ **Pinterest** - поисковая платформа для любителей сохранять и сортировать красивые картинки. Если заливать туда работы студентов, то можно привлечь дополнительный трафик на сайт. Потенциал кроется в том, что пользователь может сохранять картинки с любого сайта с прямой ссылкой на источник. Сколько бы пользователей не прикрепили пин школы на свои доски, ссылка всё равно будет вести на первоисточник (сайт школы).
- ✦ **Работа с информационным фоном (сайты отзывов, форумы, агрегаторы и каталоги)** — поможет создать позитивный информационный фон вокруг школы и поднимет бренд школы в поисковых системах. Стоимость работы с инфофоном — от 10 000 рублей в месяц.
- ✦ **Сайт <https://vsetreningi.ru/>** - тут можно бесплатно размещать анонсы всех своих мероприятий и делать их платное продвижение. От 4000 рублей в месяц. Можно повесить большой баннер на всех страницах сайта в самом

верху. Расценки тут:

- ⤴ **Блог на собственном сайте** — регулярное ведение блога на своем сайте отлично прокачивает сайт по ключевым запросам в выдаче поисковой системы. Это можно делать самостоятельно или нанять копирайтера за небольшие деньги (от 5000-10000 рублей в месяц).
- ⤴ **Ютуб-канал (в перспективе)** — его виджет можно встроить на собственный сайт. Видео контент продолжает набирать популярность. Пользователи чаще зависают над просмотром видеоролика, чем над чтением текста. Это увеличивает время пользователя на сайте, что тоже является позитивным фактором для поисковых систем. Введение собственного ютуб-канала один из самых дорогих каналов коммуникации. Требует качественной аппаратуры, монтаж, продвижение и т.д.

## Заключение

### Основные этапы стратегии развития в интернете для школы дизайна интерьерера Pragmatika:

1. Первичная SEO-оптимизация сайта.
2. Тестовый запуск контекстной рекламы.
3. Ведение instagram-аккаунта.
4. Тестовый запуск рекламы в instagram + facebook (это одна сеть).
5. Тестовый запуск таргетированной рекламы в Вконтакте.
6. Работа с микроблогерами.
7. Работа с дополнительными каналами коммуникации.
8. Аналитика всех рекламных кампаний через месяц и определение работающего канала, который окупается и приносит заявки. Затем инвестиция только в этот канал и эксперименты с рекламными бюджетами.

Если стратегия не приносит результата, то имеет смысл её пересмотреть.