

Люди учились, учатся и всегда будут учиться, а соответственно рынок бизнес-образования всегда будет существовать. В настоящее время каждый молодой человек хотя бы раз в своей жизни использовал Интернет, чтобы найти информацию о каком-либо учебном центре, а соответственно для обучающих организаций он может стать эффективным инструментом продвижения услуг обучения через Интернет. В данной статье рассматриваются ключевые моменты, которые необходимо учесть в Интернет-маркетинге образовательных услуг.

Главное не посещаемость, а посещаемость целевой аудитории

При планировании интернет-маркетинга необходимо учитывать то, что если какая ни была бы посещаемость сайта Вашего или сайта, которым Вы пользуетесь для продвижения своих образовательных услуг, если доля целевых посетителей мала, то эффективность будет очень низкой. Для продвижения своих тренингов и семинаров используйте тематические площадки, при этом часто бывает, что бесплатные сайты могут быть результативнее платных.

Если у Вас есть свой сайт, то целью должно быть создание собственной аудитории. Это достигается через различные инструменты:

- Регистрация в поисковых машинах, а также в тематических каталогах об образовании . После индексации вашего сайта поисковиками, это позволит получать новых посетителей на Ваш сайт. Здесь необходимо учитывать, что поисковикам будет легче индексировать и впоследствии находить Ваш сайт, если сделаете хотя бы следующее:

- Каждой web-странице присвойте свое оригинальное название в тегах , либо это будет делаться динамически с помощью соответствующего программного продукта, либо вручную, если Ваш сайт состоит только из статических html страниц. Выбор за Вами.

- Для каждой странице пропишите описание и ключевые слова, по которым поисковая машина сможет найти именно вашу страницу с соответствующим содержанием, при этом учитывайте, что содержание страницы должно состыковаться с ключевыми словами и описанием. В противном случае крупные поисковики отнесутся к Вам не очень хорошо.

- Постоянно будете обновлять свой сайт, добавляя все новые и новые материалы,

полезные для Вашей целевой аудитории: размещайте статьи, видео материалы, своевременно обновляйте предлагаемые программы обучения и т.д. Сайт должен быть живым!

Но такая регистрация – это только первый этап в продвижении.

Ведение собственной рассылки об обучении

Предлагайте своим посетителям подписку на Вашу рассылку. Это позволит не потерять целевого посетителя (потенциального клиента). Через рассылку Вы сможете анонсировать тренинги и семинары, сообщать о полезных материалах и мероприятиях в области обучения. Созданный подписной лист – это Ваш основной интернет-актив, это база потенциальных клиентов на образовательные услуги Вашей организации. Но учтите, что данную рассылку необходимо вести постоянно и без перебоев, а также давать возможность подписчику отписаться от нее иначе в последствии может возникнуть недовольство!!!

Написание и размещение собственных статей

Написание и размещение статей очень хороший способ получения целевого посетителя на свой сайт, при этом статья должна быть не просто написана от «балды», а давать полезную информацию для заинтересованного человека. Например, если Вы проводите тренинги по продажам, напишите статью о повышении эффективности продаж, если Вы организуете семинары об управлении персоналом, то напишите статью о создании системы мотивации и т.д.

Разместите написанные статьи на своем сайте, на других сайтах, которые предоставляют такой сервис, а также на тематических сайтах, предварительно связавшись с их администратором. Источником для этой статьи ставьте именно Ваш сайт.

Интернет-реклама тренингов и семинаров

Можно разделить на данный вид рекламы на два основных и наиболее популярных видов: баннерная и контекстная.

Контекстная реклама обучения (тренингов, семинаров) дает очень хорошие результаты. При ее использовании необходимо учесть следующее:

1. правильно подобрать ключевые слова и составить рекламное объявление;
2. ссылка из контекстной рекламы должна вести именно на ту страницу, где описана информация, которая содержится в объявлении;
3. при переходе потенциального клиента ваш сайт, самое главное не потерять его, а это означает, что его необходимо еще больше заинтересовать статьями, материалами, чтобы повесил Ваш сайт у себе в «Избранное», либо мотивировать, чтобы он подписался на Вашу электронную рассылку (это лучший вариант).
4. Как только потенциальный клиент сделал это ВСЁ можно считать, что он Ваш, если только Вы его не разочаруете рассылкой и будущей информацией.

Баннерная реклама образовательных услуг может быть достаточно эффективной, только если Вы ее размещаете на тематических сайтах, на посетители с досточно большой вероятностью заинтересуются Ваши предложением. При этом интересуйтесь имеется ли на сайте сбор статистики по рекламной кампании, чтобы Вы могли отслеживать ее эффективность.

Это краткий обзор основных инструментов продвижения тренингов и семинаров в Интернете. Используя их Вы сможете поднять продажи образовательных программ через Интернет.