

«КАРТИНКИ С ВЫСТАВКИ»: СЕЗОН 2012-2013

48 выставок, 9 презентаций, 8 дипломов, 2 благодарственных письма и более 15 тысяч целевых запросов потенциальных абитуриентов – с такими цифрами РГПУ им. А.И. Герцена закончил сезон образовательных выставок, продолжавшийся с сентября 2012 по апрель 2013 года.



Студентки «Герцен-класса» Наталья Калентьева и Ксения Васильковская работают на стенде Герценовского университета на Санкт-Петербургском образовательном форуме 2013 (19-20 апреля, ЛЕНЭКСПО)

ЭФФЕКТ ПРИСУТСТВИЯ

Выставочный сезон оказался еще более насыщенным, чем предыдущий. Год от года идет увеличение числа образовательных выставок, в которых принимает участие Герценовский университет. Так, в сезоне 2010-2011 их было 35, в сезоне 2011-2012 – 40, в нынешнем произошло увеличение еще на 8 выставок. Это районные, городские, областные и даже региональные образовательные выставки. Впервые в этом сезоне РГПУ им. А.И. Герцена презентовал свои образовательные возможности на первом всероссийском образовательном форуме «Курс на вуз», городском студенческом форуме «Выбираю будущее», городской выставке «День абитуриента в «Буквоеде», международном молодежном форуме «Молодежная волна» и специализированной выставке «Образование. Наука. Карьера» в г. Уфе.

Сектор образовательных выставок активно развивается, на рынке появляется много новых предложений. И они, в большинстве своем, оказываются востребованы абитуриентами. Казалось бы, при современной доступности в интернете информации о поступлении нельзя ожидать от абитуриентов особой заинтересованности в посещении оффлайн-мероприятий. Практика же показывает обратное: они с удовольствием приходят на выставку, а чаще даже на несколько, и задают вопросы о поступлении представителям вуза. Но приходят уже не «чистыми листами», а пройдя определенную подготовку в интернете: они уже были на сайте учебного заведения, знают, какие у него есть факультеты и по каким направлениям ведется подготовка. Поэтому и вопросы задаются уже целевые, например, о практиках, о специфике образовательных программ, о последующем трудоустройстве и т.д.

ГЕРЦЕН-КЛАСС

На стенде РГПУ им. А.И. Герцена абитуриенты консультируются представители студенческого объединения рекламной поддержки «Герцен-класс» и курирующие их сотрудники отдела маркетинга. Все они прошли специальную подготовку в приемной комиссии университета, специальные психологические тренинги и мастер-классы по эффективной коммуникации с аудиторией. На специализированных выставках в этом году также принимали участие представители отдела дополнительных образовательных программ, которые консультировали посетителей выставки по разнообразным курсам и программам переподготовки и повышения квалификации.

Отделом маркетинга ведется постоянное совершенствование оформления выставочного пространства вуза и раздаточного материала. Так, в текущем сезоне были обновлены баннерная конструкция РГПУ им. А.И. Герцена и дизайн общих буклетов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры; они стали привлекательнее и оригинальнее, пришли в соответствие с фирменным стилем университета. На стенде Герценовского университета стали еще активнее использоваться различные элементы фирменного стиля – корпоративные футболки, герб университета, логотип, корпоративный герой (плюшевый пеликан, пользующийся огромной популярностью среди посетителей стенда), канцелярские принадлежности с логотипом вуза, разнообразная сувенирная продукция.

АКЦИИ

Дополнительное внимание к стенду РГПУ им. А.И. Герцена позволяют привлечь специальные акции: фотографирование с символом университета (игрушечным пеликаном), со студенткой, одетой в костюм воспитанницы Императорского воспитательного дома,



Ректор Валерий Павлович Соломин, проректор Василий Антонович Рабош, проректор Сергей Михайлович Шилов, проректор Дмитрий Игоревич Бойков, сотрудники отдела маркетинга и студенты «Герцен-класса» на Санкт-Петербургском образовательном форуме 2013 (19-20 апреля, ЛЕНЭКСПО)



Студентка «Герцен-класса» Елизавета Герасимова фотографируется с посетителями молодежного форума «Молодежная волна» (8-9 декабря, ЛЕНЭКСПО) в ходе акции «Фото с воспитанницей Императорского воспитательного дома»



Сотрудник отдела маркетинга Михаил Роскин проводит презентацию образовательных программ РГПУ им. А.И. Герцена на Первом всероссийском образовательном форуме «Курс на вуз» (30 марта, Дом молодежи)

герценовская лотерея, интерактивная игра на знание вопросов ЕГЭ. Подобные акции позволяют университету выделиться на фоне учебных заведений, по большей части не проявляющих подобную активность, а также рассказать в игровой форме о богатой истории вуза. Все это в итоге способствует росту лояльности аудитории и закреплению в сознании потенциальных абитуриентов положительного образа нашего университета. Особое внимание уделяется инструментам удержания долгосрочного внимания к вузу: побуждение к вступлению в группы университета в социальных сетях, сбору контактов для информационной рассылки, приглашению на дни открытых дверей и т.д.

АНАЛИТИКА

Кроме того, на крупных выставках отделом маркетинга проводятся исследования и анкетирования с целью выявления эффективных рекламных площадок, предпочтений абитуриентов, студентов в выборе направлений обучения, программ дополнительного образования и т.п. Каждой выставке после ее окончания дается объективная оценка по следующим параметрам: количество посетителей, количество целевых запросов, число вузов из конкурентной группы РГПУ им. А.И. Герцена, принимающих участие в выставке, и т.д. Оценка дает возможность определить целесообразность участия в дан-



Сотрудники отдела маркетинга Анна Букина и Михаил Роскин консультируют абитуриентов на выставке «Высшее образование для ваших детей» (23 сентября 2012 года, гостиница «Астория»)

ЛИДЕР ОБРАЗОВАНИЯ

«Санкт-Петербургский образовательный форум – 2013» показал себя наиболее успешной выставкой за весь сезон по количеству целевых запросов и числу посетителей. За два выставочных дня было роздано более 1500 буклетов и получены десятки пожеланий от абитуриентов и почетных гостей форума. Герценовскому

университету желают процветания и научных достижений, талантливых и умных студентов. Особенно радушно выпускники нашего университета. Например, посетительница выставки, подписавшаяся выпускницей 1977 года, написала следующее пожелание: «Твоих питомцев на Руси не счесть. Ты сделал всех нас навсегда родными!» Выпускники подходят к стенду уже со своими детьми, абитуриентами, спрашивают о жизни на факультетах, которые закончили сами, и советуют поступать именно к нам.

Герценовский университет ведет активную выставочную деятельность, что способствует повышению узнаваемости бренда вуза, доступности информации о поступлении, росту лояльности и популярности у абитуриентов и, как следствие, закреплению имиджа университета как лидера российского образования.

Алена МОРОЗОВА,
и.о. начальника отдела
маркетинга

Фотографии предоставлены
отделом маркетинга