



# СУЧАСНИЙ ПРОФОРІЄНТАЦІЙНИЙ КОНТЕНТ:

лайфхаки та поради

—● Владлена Дробна ●—

# БРЕНД

«Бренд – це невловима сума властивостей продукту: імені, упаковки і ціни, його історії, репутації і способу рекламування. Бренд також є поєднанням враження, яке він справляє на споживачів, і результатом їхнього досвіду у використанні бренду»

Керівництво

Педпрацівники

Об'єкти брендингу

Освітня  
послуга

Учні

## Традиційні методи

День відкритих  
дверей

Майстер-класи

Зустріч з  
роботодавцями

Вивчення мотивів  
вступу

# ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Сучасні  
методи

Соціальні  
мережі

Сайт  
закладу

канал  
YouTube

Facebook

Instagram

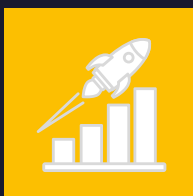
# Контент

## Пости



- візуальний контент – фото-відео;
- новини;
- текстовий;
- лонгриди (довгі тексти) тільки Facebook

## Stories



триває 24 години, займає 1 місце за переглядами

# Емоції



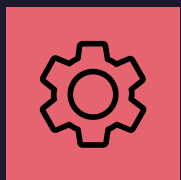
Кожен контент повинен  
викликати емоційний  
відгук

# Типи контенту

в залежності від мети



Іміджевий



Перфоманс

Задайте вопрос Странице ДНЗ  
"Черкаське вище професійне..."

"Сколько стоит обучение у вас?"

"Можете ли вы подробнее рассказать об этом учебном заведении?"

"Принимаете ли вы новых учащихся?"

"Где вы находитесь?"

- Перфоманс-контент (той, що продає послугу)

10%

- Контент, що залучає

40%

- Навчальний

20%

- Анонси+розваги

30%

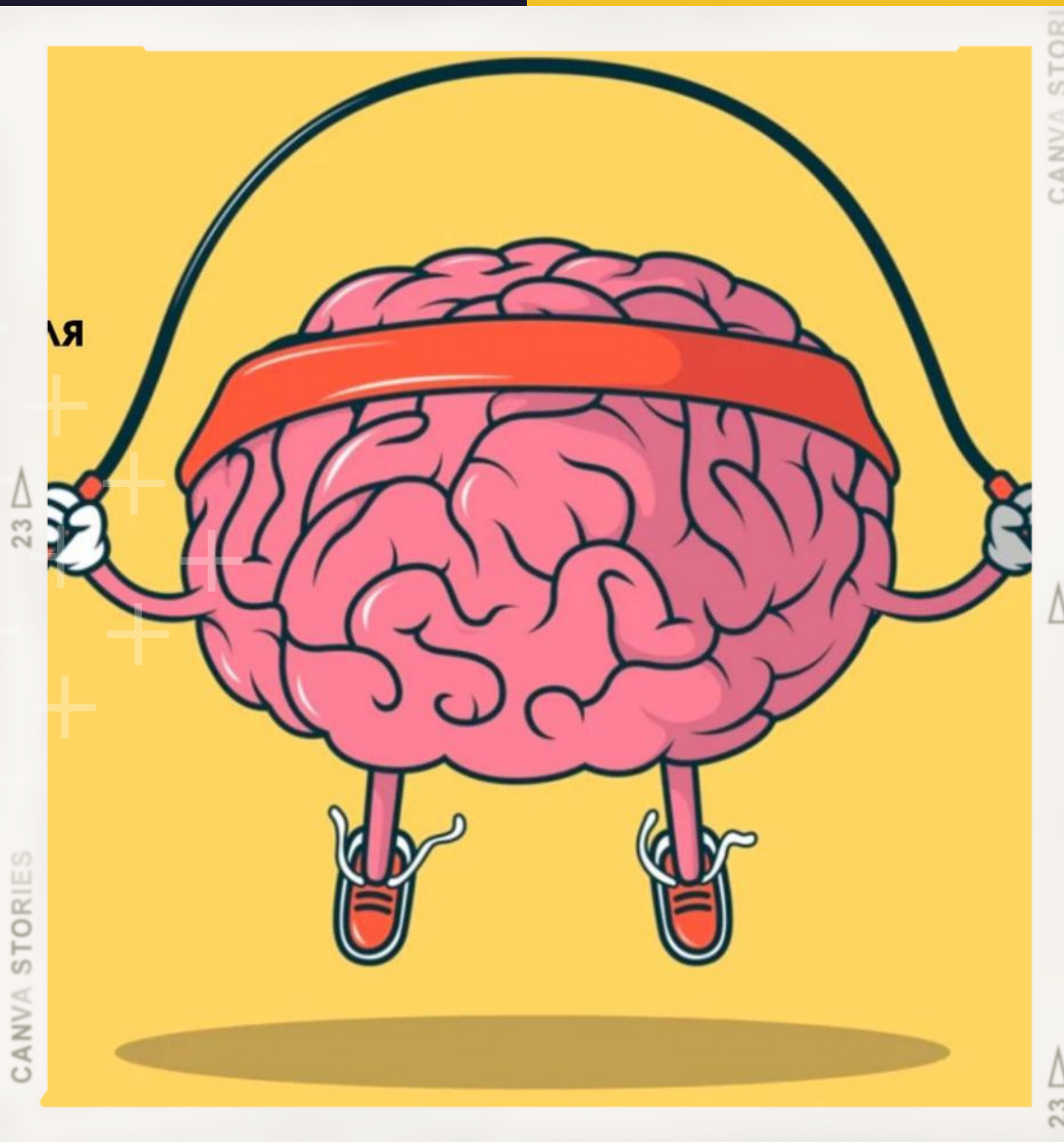
# ВОРОНКА ПРОДАЖ





# ВАШІ КОНКУРЕНТИ -

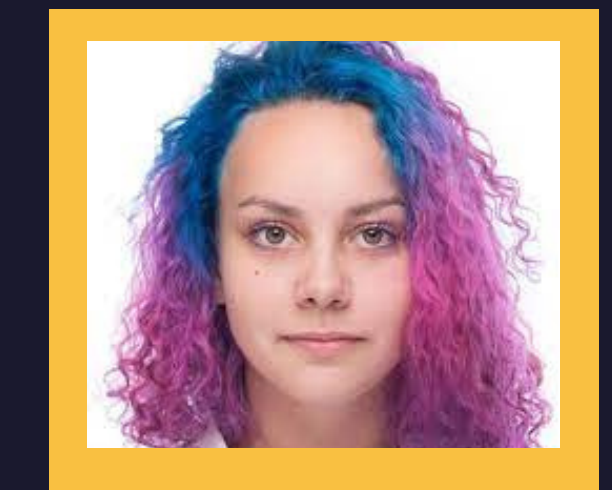
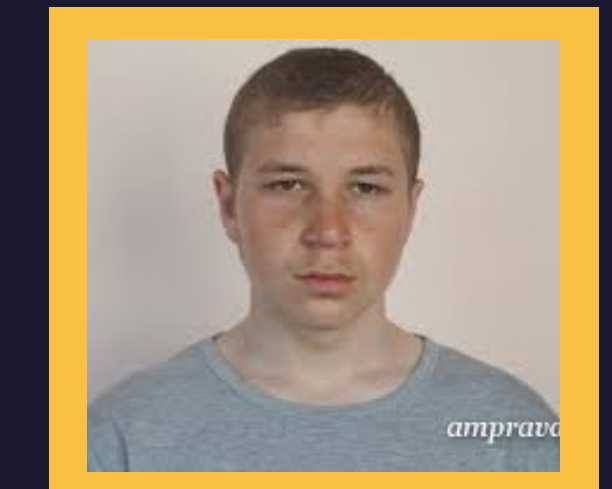
це не вороги, це ваші педагоги і  
квест у тому, щоб перевершити  
педагога

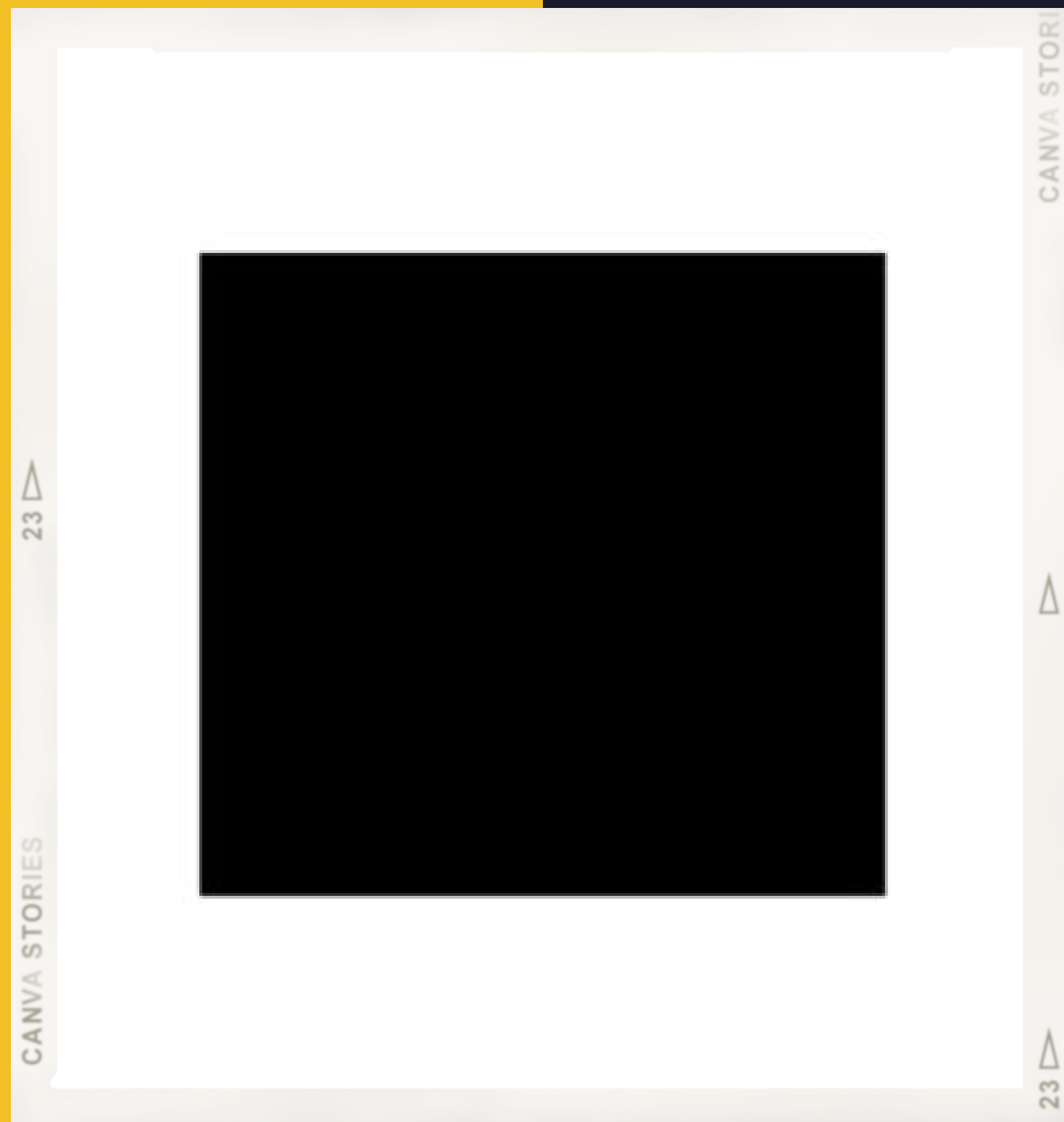


# Аватар клієнта



- І'мя
- Демографія (стать, вік, сімейний стан, діти)
- Де проживає
- Чого бажає
- Що для нього важливо
- Чого хоче уникнути
- Чого боїться
- Із яких джерел отримує інформацію
- Що заважає зробити вибір
- Хто впливає на вибір клієнта





# ВІДЕОКОНТЕНТ

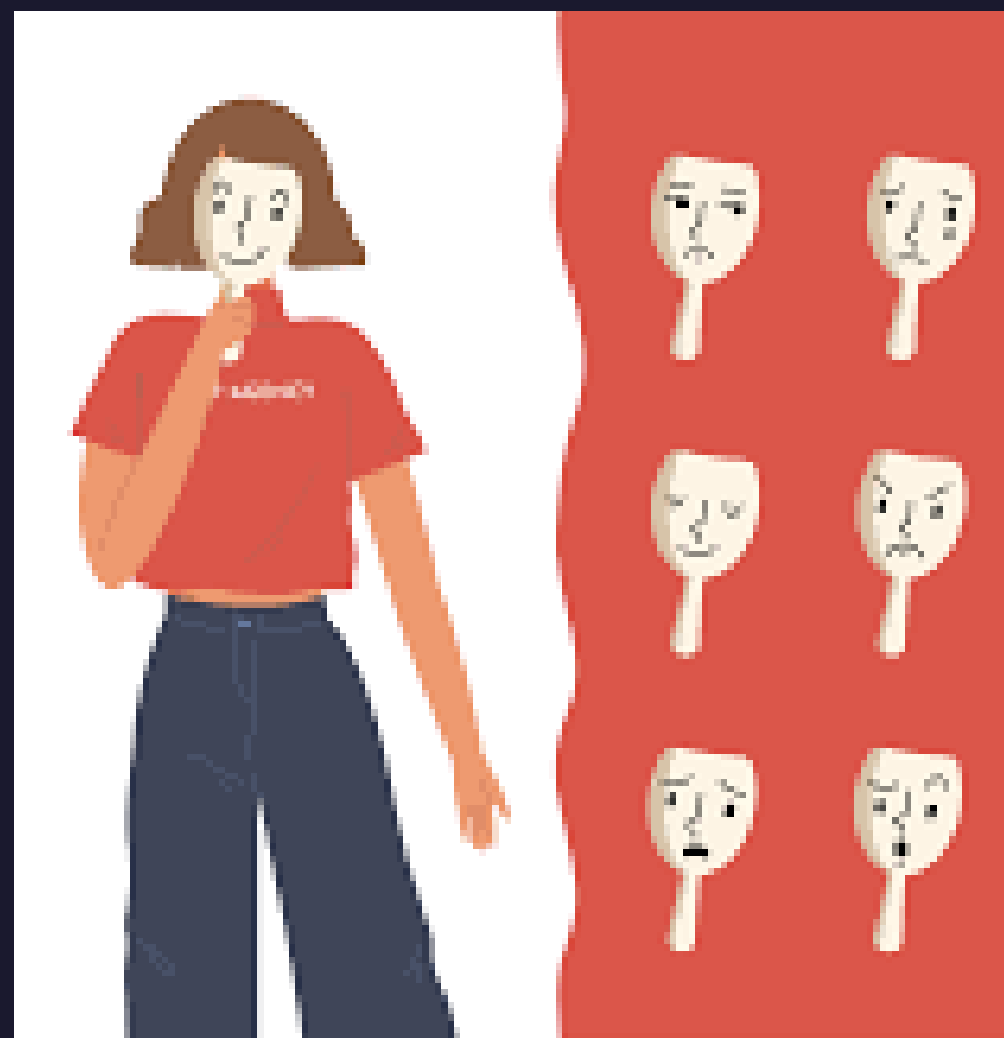
для кліпового мислення

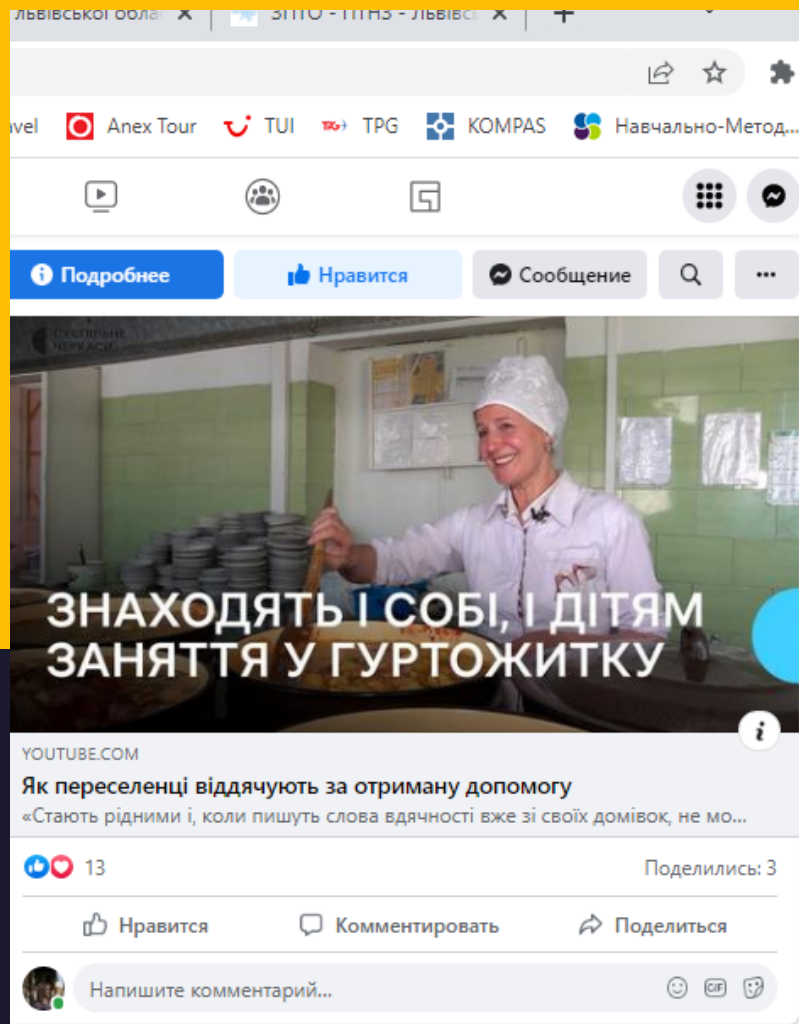




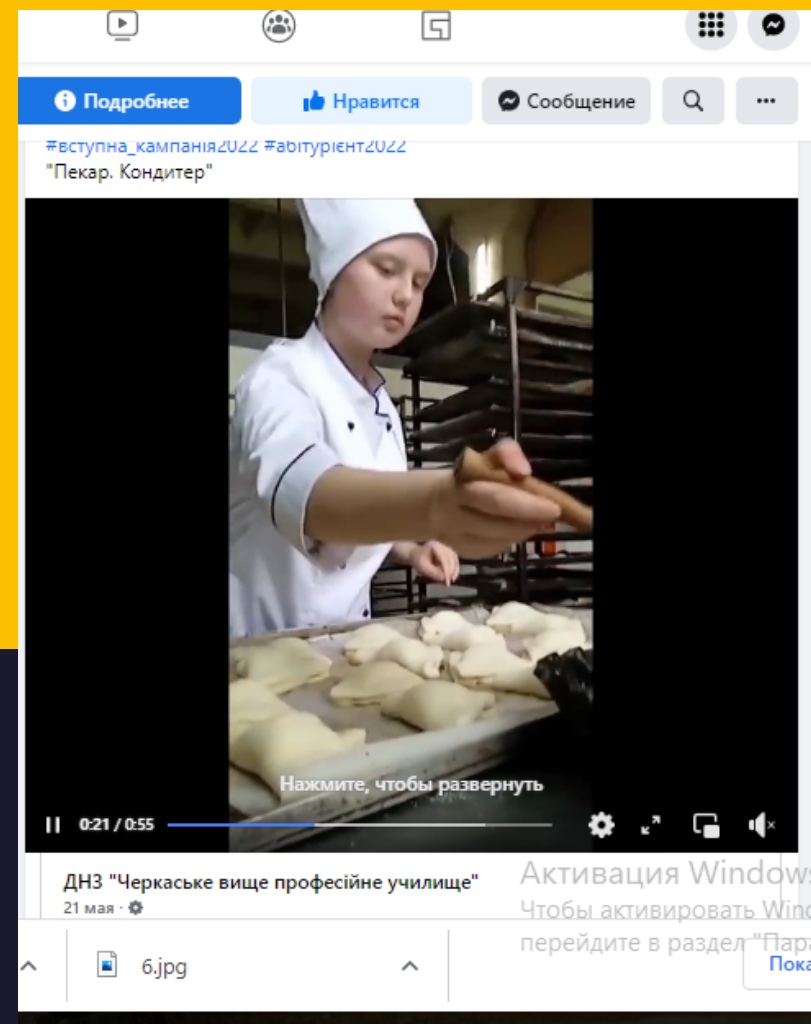
# Tone of voice

як ми розмовляємо

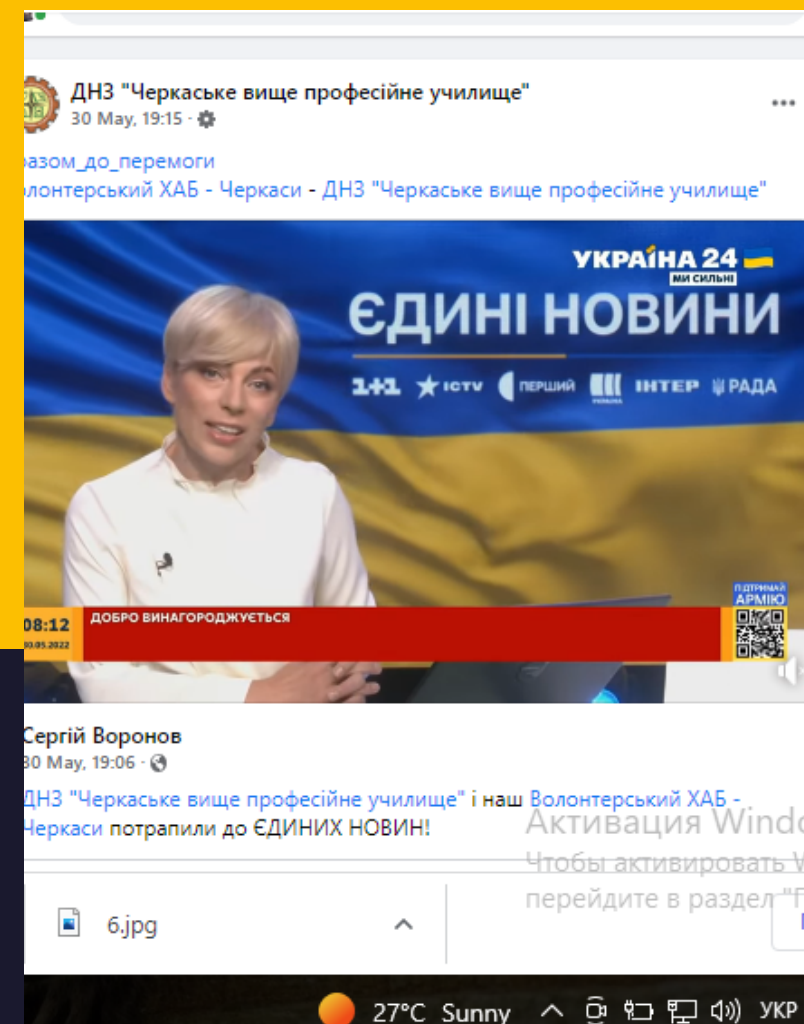




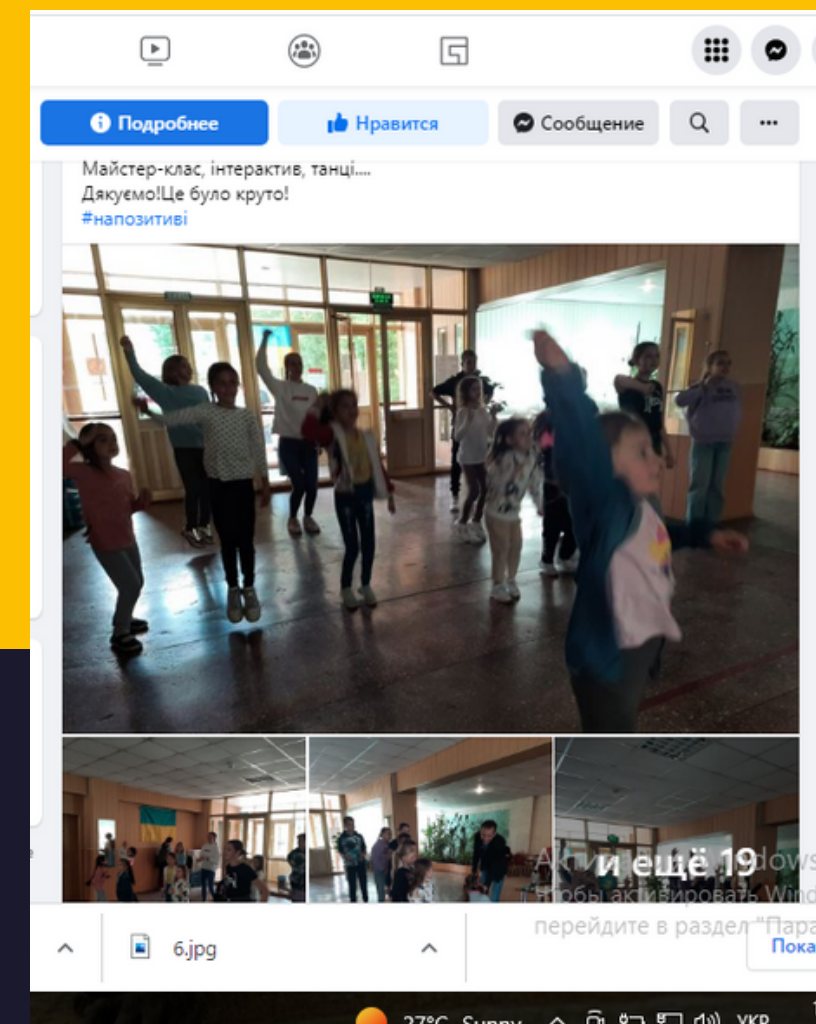
Життя гуртожитку



Я - кухар



Новини



Майстер-клас

СТОРИТЕЛЛИНГ  
(STORYTELLING)

# Формула написання КОНТЕНТУ

**AIDA = Attention + Interest + Desire +  
Action**

AIDA = Увага + Зацікавленість +  
Бажання послуги + Заклик до дії

## Секрет 1

Цифри у заголовках.

Пізнай 3 маленькі хитрощі nail арт-  
декору 2022

## Секрет 2

"Удар" с першого речення.

Кулінарний блюз твоєї кухні буде  
неповторним, якщо .....

## Секрет 3

Гарантії вашої послуги.

Ми знаємо, чим живе кожен, хто стає  
частиною нашої родини - ХВПУ №6



# ДЯКУЮ ЗА УВАГУ! НАТХНЕННЯ ТА УСПІХУ!

Натхнення приходить тільки під час роботи.

