

## Маркетинговые коммуникации в сфере образования (на примере Skillbox)

Научный руководитель – Гринберг Татьяна Эдуардовна

*Протасова Мария Игоревна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра рекламы и связей с общественностью, Москва, Россия

*E-mail: mas.protasova@yandex.ru*

Агентство Smart Ranking совместно с РБК Тренды опубликовали ежегодный рейтинг крупнейших компаний на рынке онлайн-образования России. В 2022 году в рейтинг Ed Tech попали 123 компании. [1]

Лидер рейтинга - Skillbox Holding Limited (Skillbox, Geekbrains, Skillfactory, Mentorama, Lerna). Выручка компании в 3 квартале 2022 года - 2,9 млрд., что на 45% больше, чем в 3 квартале 2021 года.

На примере успешно растущей компании Skillbox мы рассмотрим маркетинговые коммуникации образовательной платформы. Для анализа мы берем следующий период времени: 2021 - 2022 года. [2]

Skillbox - это онлайн образовательная платформа, которая предлагает большой выбор курсов для личного и профессионального развития. Также в рамках продвижения за это время были организованы следующие мероприятия:

- Дайджест образования от Skillbox;
- Конференция по дизайну “OFFF Moscow”;
- День открытых дверей 2021;
- и другие.

Помимо этого, на платформе Skillbox пользователь может подключиться к бесплатным вебинарам по таким направлениям как программирование, дизайн, маркетинг, психология и так далее.

Далее рассмотрим рекламу, которая запускается в сети Интернет. В мае 2021 года Skillbox запустили имиджевую кампанию «Учись настоящему», участниками которой стали актер Виктор Логинов, телеведущий и режиссер Александр Гришаев и телеведущая Елена Ханга. [3] В ноябре 2022 года на одном из сайте медиасистемы Skillbox Media появилось рекламное объявление с бренд-персонажем Skillbox: “Нагиев рассказывает про дизайн и программирование!?”. “Черная пятница — скидки до 60%. Покупайте знания, а не вещи” - пример применения ситуативного маркетинга. В данной кампании также принял участие российский шоумен Дмитрий Нагиев. [4]

При посещении сайта Skillbox всплывает Popunder с формой. Так, заинтересованные пользователи могут подписаться на email или телефонную рассылку и получить скидку на прохождение интересующего курса. “Оставьте заявку — мы расскажем о скидках и подберем для вас курс под любые цели и бюджет.”

На развитии в онлайн-пространстве Skillbox не ограничивается. В 2021 году компания начала открывать оффлайн точки продажи курсов в России, Белоруссии и Казахстане. Таким образом компания старается наращивать доверие среди аудитории благодаря живому общению.

Более того, Skillbox продолжил свое распространение в офлайн среде. На сегодняшний момент уже открыта очная школа в Краснодаре. В ближайшее время планируется

открытие школ в Екатеринбурге, Казани и Новосибирске. Из-за большой конкуренции в крупных городах Skillbox решил развиваться на регионы. В городах открытия оффлайн школ настаивается поисковый географический таргетинги. [5]

Исходя из анализа, мы можем сделать вывод, что образовательная онлайн платформа Skillbox использует такие маркетинговые коммуникации, как реклама, стимуляция сбыта, связи с общественностью, личные продажи и директ-маркетинг.

#### **Источники и литература**

- 1) ED tech: <https://edtechs.ru>
- 2) Skillbox – образовательная платформа с онлайн-курсами: <https://skillbox.ru>
- 3) Sostav.ru "Skillbox запустил новую кампанию": <https://www.sostav.ru/publication/skillbox-slava-i-stereotactic-48390.html>
- 4) Skillbox Media: <https://skillbox.ru/media/topic/guides/?page=page-25>
- 5) Skillbox School: <https://skillboxschool.ru>