

СТОРИТЕЛЛИНГ В ПРОДВИЖЕНИИ ВЫСШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ УО «БГЭУ»)

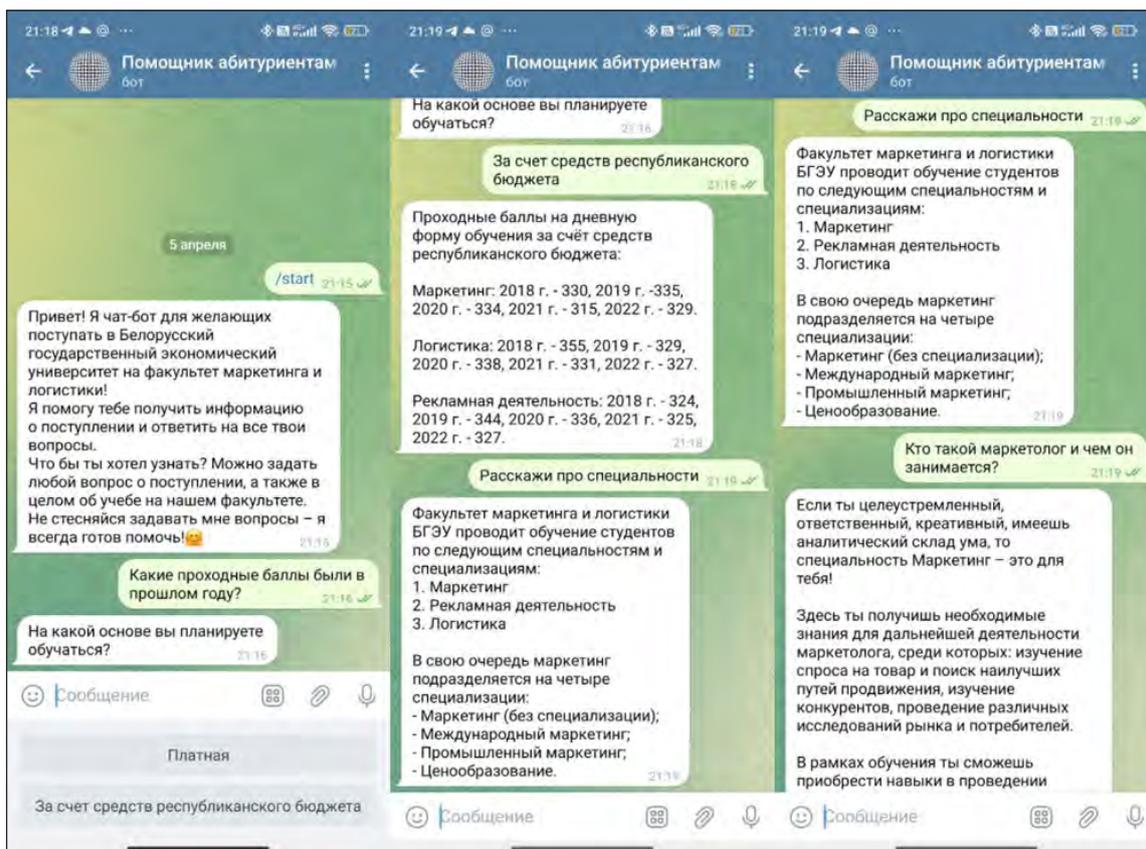
Сегодня на рынке образовательных услуг отмечается высокий уровень конкуренции, поэтому необходимы инновационные инструменты продвижения высших учебных заведений. Таким инструментом считается сторителлинг — инструмент маркетинга, который использует приемы драматургии для донесения до целевой аудитории ценности бренда и его продуктов через рассказы.

Использование сторителлинга в маркетинге образовательных учреждений может быть эффективным инструментом, но требует тщательного анализа историй для достижения максимального эффекта. Проанализировав сайт и социальные сети БГЭУ, стоит отметить, что университет активно использует приемы сторителлинга в коммуникационных целях.

В рамках данной исследовательской работы были проведены опрос среди студентов БГЭУ и глубинное интервью с потенциальным студентом данного вуза. Опрос проводился с 27 марта по 1 апреля 2023 г., объем выборки — 113 респондентов. В результате было выявлено, что 90,3 % респондентов перед поступлением хотели бы прочесть или послушать истории студентов и выпускников вуза. 49,6 % респондентов испытывали трудности при поиске необходимой при поступлении информации. Для решения данной проблемы было предложено на базе БГЭУ использовать чат-бот, который отвечал бы на вопросы абитуриентов, рассказывал различные истории про жизнь в вузе. Это предложение получило хороший отклик: 86,7 % респондентов считают, что бот значительно упростил бы поиски необходимой для поступления информации.

Результаты глубинного интервью с абитуриентом практически такие же, как и опроса студентов БГЭУ. Было подтверждено, что чат-бот упростил бы поиски, даже если бы там были ответы на базовые вопросы абитуриентов.

Чтобы продемонстрировать принцип работы чат-бота, была разработана демоверсия для факультета маркетинга и логистики: @fmk_bseu_bot (см. рисунок). На данный момент чат-бот содержит: перечень специальностей факультета маркетинга и логистики УО «БГЭУ»; детальную информацию о каждой специальности; проходные баллы за период с 2018 по 2022 гг. И даже на данном этапе его создания имеются элементы сторителлинга, которые передаются через красочное описание каждой специальности факультета.



Демонстрация чат-бота факультета маркетинга и логистики УО «БГЭУ»

Таким образом, в данной работе раскрыты теоретические вопросы, связанные с использованием сторителлинга в современных маркетинговых коммуникациях, изучены возможности и ограничения применения данной технологии в продвижении высших образовательных учреждений, доказана эффективность использования приемов сторителлинга в рекламных кампаниях вуза.