

Консультант по налогам и сборам

Маркетинг программ

Л.Ш.ЛОЗОВСКИЙ, директор АНО ДПО «Центр образования «ЭЛКОД»



Понятийный аппарат

Маркетинг образовательной программы – это отношения обмена между двумя *равными* сторонами, у каждой из которых есть свои интересы и задачи:

Заботиться:

- о взаимоотношениях с самыми важными группами — с потенциальными слушателями.

Понять:

- каковы их потребности, чего они хотят,
- как и в какой степени ОО может удовлетворить, исходя из собственных ценностей и задач

Цель маркетинга

не в том, чтобы привлечь как можно больше
Клиентов (слушателей) 😊

Важно привлечь **нужных** учеников в
премиум сегменте!

Новая реальность – поколение Z

Пример!

Маркетинг образования

комплекс действий в рынке образовательных услуг, превращающий нужды потребителей в доходы ОО



Так было:

Клиент знает программу подготовки НК.

Маркетинг означает, что ОО поставляет на рынок то, что хочет Клиент, и поэтому нет нужды сильно нахваливать свой «товар»



Маркетинг и продажа образования

Продажа – это продвижение того, что у вас есть на прилавке

Маркетинг: стремление убедиться, что то, что у вас есть на прилавке – это именно то, чего хочет Клиент



Маркетинговый подход к образованию

Маркетинг продукта начинается на стадии разработки и продолжается по единому плану, в котором продажа — лишь один из элементов.

Другие элементы: определение цены, условия процессов в ОО, установление коммуникаций

Инструменты маркетинга (ЦМППР)

- **цена**
- **место**
- **продукт**
- **персонал**
- **реклама**

Цена

Снижение цены не всегда создает условия для повышения спроса на образование. Иногда сокращение цены приводит к потере доверия покупателя к качеству предлагаемого продукта

Пример: закупки

Место

Рыночный инструмент, связанный с расположением ОО, доступом к образовательному продукту.

Отвечаем на вопрос: Как продукт может быть доставлен целевой группе в нужном качестве и в нужное время? Доступность для целевой группы — принципиально важно

Продукт

Преимущества, которые получает Клиент, пройдя курс обучения: возросшую независимость, улучшение возможностей трудоустройства, социальный статус, который дает Аттестат.

В глазах Клиента образование больше, чем набор конкретных предметов. Образование способствует удовлетворению определенной потребности или решению личностной задачи, появления нового статуса (*уверенность походки*)

Персонал

Качество предлагаемого образования в значительной степени зависит от того, кто является носителем его содержания.

В ежедневных контактах с преподавателями Клиент узнает, может ли ОО сдержать свои обещания.

Сотрудники, директор, преподаватели, другие слушатели определяют лицо, репутацию ОО.

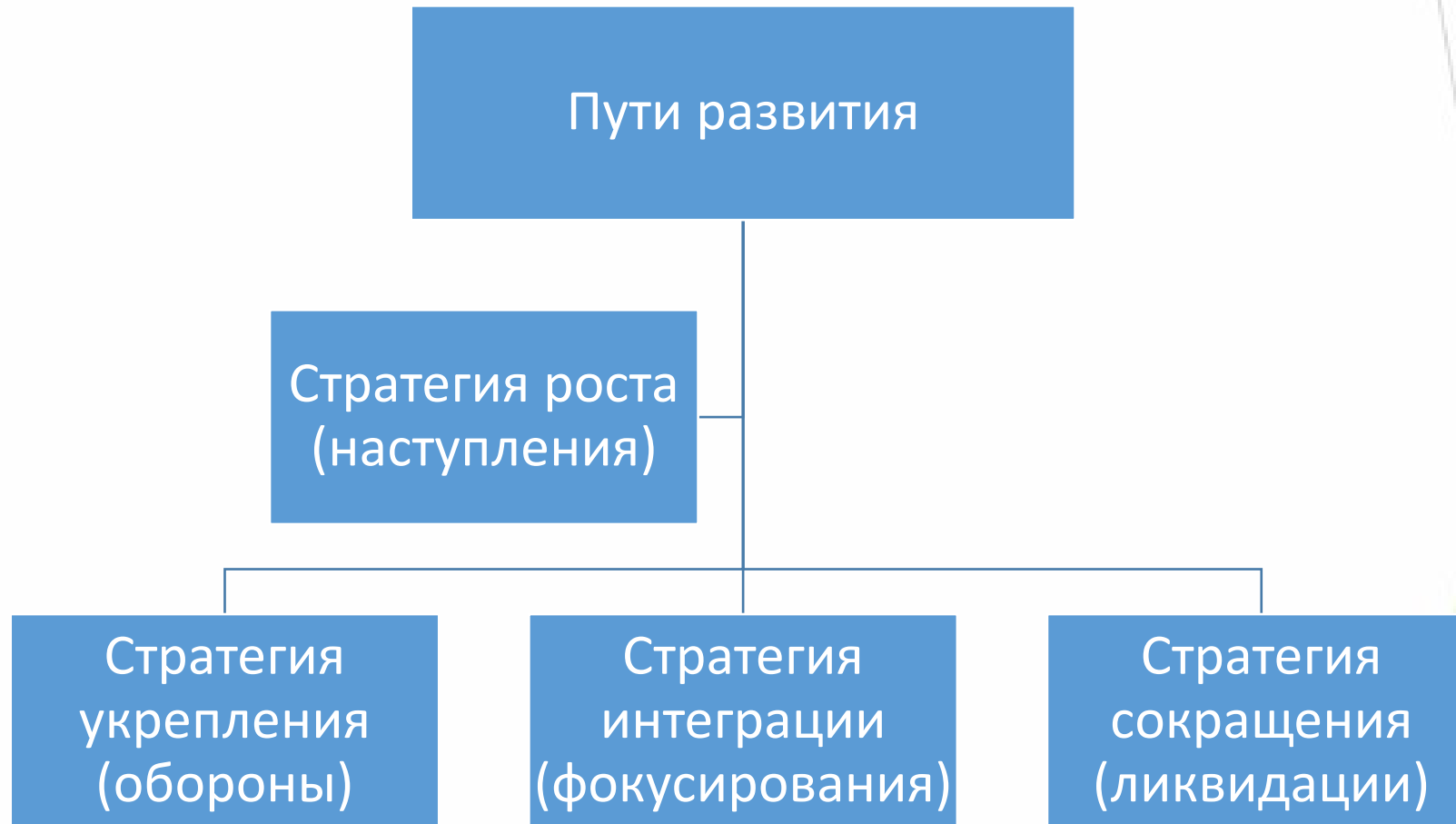
Атмосфера ОО, манера общения людей друг с другом помогают Клиенту понять, какие нормы и ценности ОО считает важными, определяющими

Реклама

Цель рекламы — убедить адресную группу выбрать именно данную ОО.

Рекламе уделяется самое большое внимание. Но если маркетинг сводится только к рекламе, существует риск, что концепция маркетинга будет принесена в жертву концепции продажи, когда на первый план выйдут не столько потребности обучающихся, сколько интересы ОО

Стратегии развития



Сот рудничест во

кооперация организаций с целью
совместного решения общих проблем и
взаимного наращивания потенциала



Характеристики образовательных услуг, влияющие на разработку маркетинговых программ

- неосвязаемость;
- неотделимость;
- непостоянство качества;
- недолговечность;
- несохраняемость;
- отсутствие владения

Неосвязаемость услуги

означает, что ее нельзя продемонстрировать до приобретения, невозможно увидеть, услышать или ощутить ее «запах. Чтобы ее выбрать, покупатели ищут тонкие сигналы» качества услуги. Задача: усилить такие сигналы

Это образовательные стандарты, учебные планы и программы, информация о методах, формах и условиях оказания услуг, инфраструктура, документы об образовании, отзывы выпускников



Неотделимость услуги

означает, что ее нельзя отделить от источника, независимо от того, предоставляется услуга человеком или без его видимого участия

Преподаватель не может предоставить услугу, если в классе – даже в виртуальном - нет учеников. Способность педагога достичь взаимопонимания со слушателями влияет на показатели их успеваемости.

Непостоянство качества услуги

означает, что ее качество может меняться в зависимости от того, кто, когда, где и как ее предоставляет

Внутри ОО качество образовательной услуги варьируется в зависимости от физической формы и настроения педагога.

Администрация ОО может проверять степень удовлетворенности учащихся качеством учебного процесса путем анкетирования и мониторинга уровня успеваемости.

Задача:

Недолговечность услуги

нельзя хранить вечно с целью последующей продажи или использования, *знания быстро устаревают.*

Задача: регулярное обновление программы и информирование об этом широчайшей аудитории

Отсутствие владения у ОО

в отличие от физических товаров образовательные услуги не являются чьей-либо собственностью.

Но Программа подготовки НК –
собственность ПНК

Особенности программ подготовки НК

1. Относительная длительность исполнения.
2. Отсроченность выявления результативности.
3. Зависимость услуг от места их оказания при очном формате.
4. Усиление потребности в образовательных услугах по мере их удовлетворения.



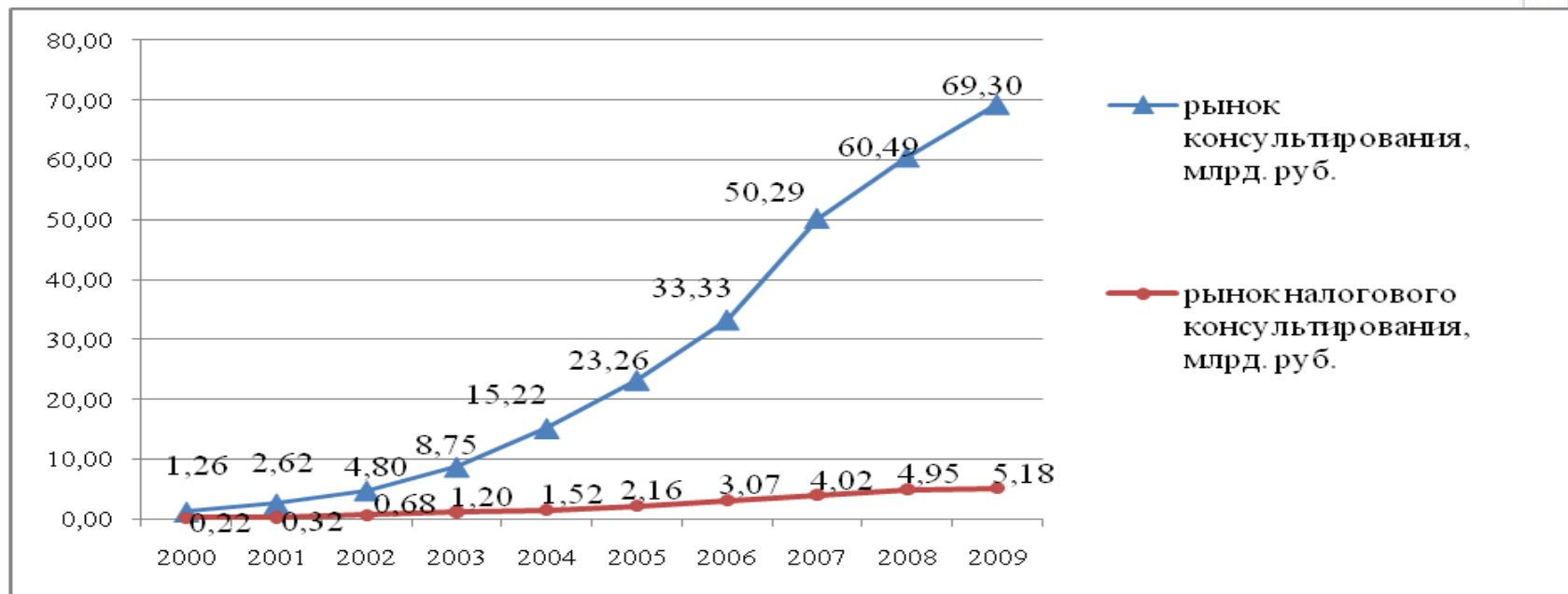
Примерная калькуляция себестоимости курсов

Статья затрат	%
Гонорары преподавателей	25
Затраты на продажи, аренда офиса	15
Отчисления в ПНК	20
Затраты на персонал	11
Административные расходы	10
Косвенные расходы	5
Техническое и материальное обеспечение	5
Затраты на продвижение	2
Лицензирование и аккредитация программ	1
Рентабельность	6

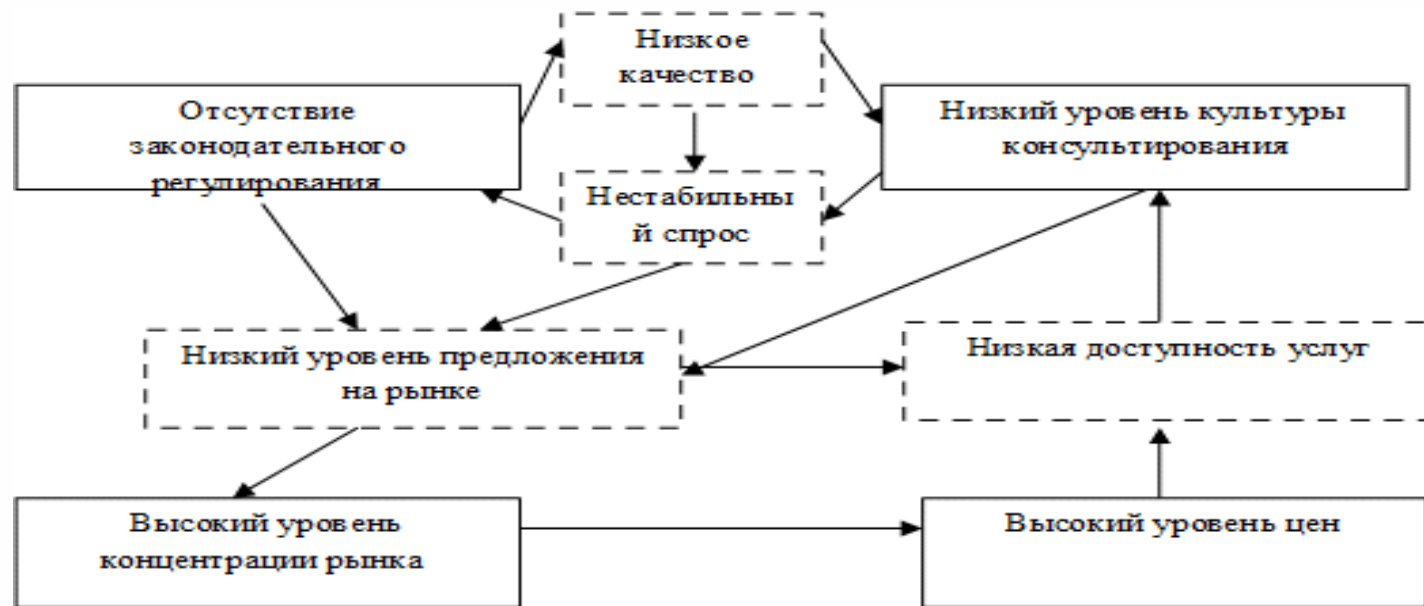
[АНО ДПО «ЦО «ЭЛКОД»](http://www.eduel.ru) +7 (495) 956-06-95 www.eduel.ru



Налоговое консультирование 8% рынка, что сопоставимо с долей финансового консалтинга и опережает рынок юридических и маркетинговых консультаций



Проблемы рынка налогового консультирования



Налоговый консультант – новый Аттестат от ИПБ с колоссальными возможностями...

Снять сливки и заполучить все привилегии новой и (или) смежной профессии спешат не только специалисты сферы налогообложения и финансов, но и главные бухгалтеры, чтобы стать еще более незаменимыми на карьерном поприще, ведь, как говорится, кто первый встал - того и тапки!

На момент января 2018 года количество аттестованных налоговых консультантов, в которых определенно нуждается отечественный бизнес составило всего лишь **порядка 16 000 специалистов** на более чем 6 млн. компаний в РФ

Детали курса

2018-06-20 - 2018-07-31

Академ часы: 260

Количество занятий: 60

Количество людей: 20

Цена: 12000 руб

Цена в долларах: 216 \$



СУПЕР!

- http://налоговый.маэо.рф/?utm_source=yandex&utm_medium=срc&utm_campaign=poisk&utm_content=5109030832&utm_term=%D0%9D%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B5%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BE%D0%B1%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5&yclid=2684320591034456080



Налоговый консультант обучение! – Горячая линия!

Бесплатная консультация

Разрешение споров

Отзывы

Контакты

правозащита-граждан.рф/ Возмещение-ущерба

реклама

Услуги юриста. Консультация по **налоговым** спорам. Помощь в суде. Звоните!

Контактная информация

+7 (495) 668-08-53

пн-вс 9:00-22:00

Москва

<http://правозащита-граждан.рф/>



Что сделать

- Утвердить ПС, уточнить под него программы
- Провести общ-профессиональную аккредитацию программ
- Прояснить ситуацию с Законом о НК
- Организовать встречи с аудиторскими СРО, другими проф.сообществами
- Оценить бюджет на рекламу (уголок)
- Уточнить условия финансовых отношений с аккредитованными ОО, развить сеть ОО для работы по программам ПНК
- Выработать модель взаимодействия с претендентами поколения Z

Приглашение к обсуждению!

