

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА УНИВЕРСИТЕТА В МЕССЕНДЖЕРАХ

Брендинг университета представляет собой целенаправленную деятельность по созданию, позиционированию и продвижению бренда университета на национальном и международном рынке образовательных услуг, рынке труда и рынке научно-технической продукции и услуг с целью формирования потребительских предпочтений в отношении продуктов университета. В настоящее время одним из эффективных инструментов продвижения бренда университета в цифровой среде являются мессенджеры.

Мессенджер – программа, мобильное приложение или веб-сервис для мгновенного обмена текстовыми сообщениями, аудиозаписями, фотографиями и другими мультимедиа [1].

Современные мессенджеры позволяют осуществлять общение не только между несколькими людьми, но и дают возможность осуществлять массовую коммуникацию с большим количеством людей благодаря таким инструментам как каналы, группы, чаты и др. Эти инструменты открывают широкие возможности для продвижения бренда университета благодаря распространению контента, который может достигать целевой аудитории, преодолевая географические и временные границы.

Эффективное продвижение бренда университета строится на следующих особенностях мессенджеров: отправление целевой аудитории текстовых или голосовых сообщений, фото, видео, стикеров и файлов различных форматов; осуществление звонков по видеосвязи или через голосовой вызов, проведение видеоконференций; создание собственных каналов, чатов и приглашение туда целевой аудитории; создание чат-ботов университета для упрощения и ускорения коммуникации с целевой аудиторией; вступление маркетологов или других представителей университета в тематические группы для продвижения продуктов университета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Почему мессенджеры стали популярнее социальных сетей и какое будущее их ждет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/617a68a89a79476935d1f857>. – Дата доступа: 22.12.2023