

Повышение популярности  
студенческих сообществ и  
мероприятий

через социальные сети



# Лусинэ Еранян

Маркетолог лояльности  
10 000+ обученных  
сотрудников  
Экс-координатор  
ДСО ТвГУ «Силы Добра»

Inst/vk/tg  
@lumasky



# Социальные сети сегодня – ключевой инструмент для коммуникации со студентами.



Организатор



Студент

# Со стороны маркетинга

1. **Боли и потребности.** Действительно ли ваше сообщество/мероприятие актуально ЦА?
2. **Отстройка от конкурентов.** Ваше сообщество/мероприятие отличается от других?
3. **Мотивация.** Зачем студенту идти ИМЕННО на ваше мероприятие/вступать в сообщество?

# Принцип 1:

Сначала мы работаем на соцсети –  
потом соцсети работают на нас.

◆ ВАЖНА УПАКОВКА ◆  
И ИНФОРМИРОВАНИЕ!

## Принцип 2:

Люди идут не на мероприятие,  
люди идут к людям.

Вовлеките студенческих



лидеров



или создайте свое «лицо»

# Алгоритм и инструменты привлечения

1. Создать ресурс;
2. Упаковать (дизайн + контент);
3. В «закрепе» ключевой пост;
4. Приглашения друзьям/инвайт\*;
5. Конкурс\*;
6. Таргетированная реклама\*;
7. Бонус участникам за отметки/репосты;
8. Работа со студенческими СМИ;
9. Административные ресурсы;
10. Привлекаем участников к созданию контента (для студактива);
11. Делаем из соцсетей площадку для нетворкинга;

# Алгоритм и инструменты привлечения

12. Работа с лидерами мнений;
13. Личный бренд/персонаж;
14. Прямые эфиры, трансляции, REELS;
15. Брендирование в оффлайн: сувениры; инста-рамка, наклейки, одежда с символикой, презентации;
16. Добавление соцсетей в официальные ресурсы: сайт, площадки на картах;
17. До мероприятия собираем от участников предложения через соцсети;
18. Собираем обратную связь после каждого мероприятия, как вариант, гугл-форма.



Регулярность контента -  
важный показатель «живого»  
сообщества.

# О чем писать?

1. Знакомство с командой (не в ключе «мы классные», а в ключе «вы тоже так можете»);
2. Про ценности сообщества/мероприятия (единомышленники, знания, навыки, новый опыт, шоу и т.д.);
3. Достижения других участников;
4. Life Style.

# Причины «факапов»

1. «Неправильная» мотивация;
2. Дубляж мероприятия/сообщества;
3. Нет «своей атмосферы»;
4. Недостаточно информирования;
5. Непонятно что именно вы делаете;
6. Нет выстроенных отношений с лидерами мнений;
7. Лучше всего – собрать обратную связь.



# Лусинэ Еранян

Маркетолог лояльности  
10 000+ обученных  
сотрудников  
Экс-координатор  
ДСО ТвГУ «Силы Добра»

Inst/vk/tg  
@lumasky

