

Почему PR — ключ к росту образовательного бизнеса

Вы — эксперт в своей образовательной нише, но клиентов меньше, чем хотелось бы? Ваши конкуренты активны в СМИ, их курсы упоминаются в популярных изданиях, а вы остаетесь в тени? Это не случайность.

Сегодня недостаточно просто предлагать качественное обучение. Важно быть заметным и формировать репутацию. Если ваш бренд не ассоциируется с экспертностью, потенциальные клиенты не доверяют вам, а выбирают конкурентов, которые активно работают над своим PR.

В этой статье разберем, почему PR в сфере образования не приносит желаемых результатов, какие ошибки совершаются чаще всего и как грамотное PR-продвижение может увеличить ваш доход. А главное — поделимся успешным кейсом, который доказывает: PR работает, если всё делать правильно.

Почему PR в образовательной сфере часто не дает результата

Если вы уже пробовали продвигать свои курсы или тренинги через PR — публиковались в СМИ, запускали рекламу в соцсетях, но это не принесло ожидаемых результатов, скорее всего, были допущены ошибки. Разберем три ключевые проблемы.

Ошибка 1: Узкая аудитория

Вы размещаете статьи и даете интервью в специализированных изданиях, но они не охватывают массовую аудиторию. Важно выходить в популярные деловые и lifestyle-СМИ, чтобы привлекать новых клиентов, а не только тех, кто уже знаком с вашей темой.

Ошибка 2: Контент не решает боли клиентов

Если ваш PR ограничивается самопрезентацией и рассказом о ваших достижениях, он не работает. Важно делать акцент на проблемах целевой аудитории: какие сложности они испытывают и как ваш курс их решает.

Ошибка 3: Разовые публикации

Однократное упоминание в СМИ не даст долгосрочного эффекта. Необходима системная работа: регулярные публикации, инфоповоды, участие в экспертных обсуждениях.

Ошибки в PR-стратегии могут свести на нет все усилия. Узнайте, как избежать этих проблем и сделать PR действительно эффективным в статье [“Как сделать так, чтобы о вашем бренде писали бесплатно”](#).

Тренды PR в образовании: что работает сегодня

Образовательный рынок стремительно меняется, и клиенты все чаще выбирают курсы и тренинги не только по отзывам, но и по их публичности. Рассмотрим ключевые тенденции, которые определяют будущее PR в сфере образования и тренингов.

Тренд	Что делать?
Клиенты доверяют экспертам, а не безликим онлайн-школам. Поэтому личный бренд преподавателя напрямую влияет на приток учеников	– Развивать личные соцсети, делиться кейсами учеников, публиковаться в СМИ – Запускать экспертный контент: статьи, вебинары, подкасты
Образовательные проекты с сильной медийностью могут устанавливать более высокие цены, так как публичность усиливает доверие	– Добиваться публикаций в авторитетных изданиях – Создавать инфоповоды, которые выделяют среди конкурентов
Публикации в СМИ не только увеличивают узнаваемость, но и улучшают позиции в поисковых системах. Это не просто имиджевая история, а обязательный инструмент роста. Подробнее рассказали в статье “Почему PR — это не роскошь, а необходимость для бизнеса”	– Добавлять ссылки на сайт в публикациях – Оптимизировать статьи под ключевые запросы
Сложные темы должны быть понятны широкой аудитории	– Объяснять более простым языком – Использовать инфографику и примеры из жизни
Клиенты все чаще выбирают контент в формате коротких видео и аудиоразборов	– Запускать экспертные интервью и подкасты – Вести YouTube или Telegram-канал с разбором образовательных кейсов

Как PR увеличивает доход — PR-кейс в образовательной нише

Университет искусственного интеллекта предлагал качественное обучение в сфере ИИ, но оставался в тени. Конкуренты активно продвигались в СМИ, их статьи цитировали, приглашали к экспертным обсуждениям, а об университете знали лишь узкие круги специалистов. В результате потенциальные студенты не сразу доверяли бренду, и поток заявок оставался нестабильным.

Результат PR-кампании образовательного бизнеса

полученный одним из наших клиентов в образовательной сфере после 6 месяцев работы по PR-сопровождению:

Проблемы	Решение	Результат
Университет предлагал качественное IT-образование, но оставался малоизвестным среди широкой аудитории	Организованы публикации в ведущих деловых и IT-СМИ	Охват более 3 500 000 человек
Нестабильный поток студентов, низкое количество заявок.	Развитие экспертного бренда через PR: статьи, интервью, участие в обсуждениях трендов ИИ	145 подтвержденных целевых заявок из материалов в СМИ и блогах
Потенциальные студенты и корпоративные клиенты не доверяют из-за недостатка публичного подтверждения экспертизы	Подготовлены экспертные материалы с разбором сложных тем в доступной форме	Количество брендовых запросов в поиске выросло на 39% (год к году)
Недостаточная узнаваемость, слабая вовлеченность аудитории	Упоминания в ключевых отраслевых и деловых СМИ, распространение материалов через информационных партнеров	Дополнительно 33 000 переходов на сайт (год к году)
Сложности с позиционированием и выходом на аудиторию премиум-сегмента	Усилена репутация бренда за счет медийного присутствия и экспертного контента	Повышение среднего чека на 16%

Что вы получите от PR в образовательной сфере

- **Публикации в топовых СМИ** — ваш бренд увидят тысячи потенциальных клиентов.
- **Рост доверия** — PR формирует репутацию, а репутация приводит клиентов
- **Выход на новую аудиторию** — вас начнут обсуждать, цитировать, репостить
- **Системный PR** — не просто разовые публикации, а выстроенная стратегия продвижения
- **Измеримые результаты** — рост трафика, заявок

Что делать, если нет времени на PR

Если у вас нет времени заниматься PR самостоятельно, это не значит, что о вас не должны узнать. Доверьте продвижение профессионалам — нашей команде PRPanda, и сосредоточьтесь на работе с клиентами. Узнайте, почему PR не обязательно должен быть дорогим и сложным процессом в [нашей статье](#).

Почему выбирают нас?

- Работаем с ведущими СМИ (Forbes, РБК, «Ведомости» и др.).



Коммерсантъ

- Запускаем PR-кампании под ключ — от инфоповодов до публикаций.
- Результаты уже через 30 дней — рост упоминаний, трафика и заявок.