



Индивидуальный проект по маркетингу

Анализ сайта “ЛЭТИ”

Студентка гр. 7681
Прядко Д. В.

Актуальность

Задачи и цели

Продукт – образование.

Сайт “ЛЭТИ” – это основной элемент связи между потребителем и продуктом университета.

- Цель – изучить эффективность сайта “ЛЭТИ”
- Задачи:
 1. Потребитель
 2. Конкурентный анализ
 3. Емкость. Потенциал рынка
 4. Стратегия

Карта персонажей

Школьники и их родители

- Возраст: от 15 до 45
- Цель: поступить в вуз
- Семья: есть
- Путь принятия решения: через советы
- Возражения: недоверие сайтам

Студенты, аспиранты и магистры

- Возраст: 18 до 30
- Цель: поиск нужной информации
- Семья: есть
- Путь принятия решения: личное мнение
- Возражения: нет

Университеты конкуренты

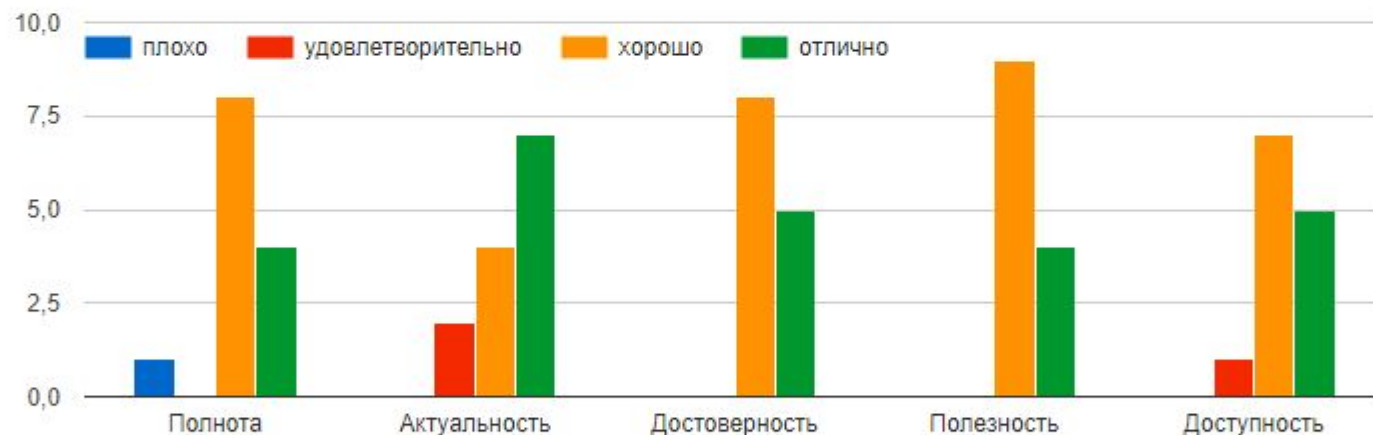
- Возраст: любой
- Цель: узнать информацию о конкуренте
- Путь принятия решения: по необходимости
- Возражения: возможна ложная информация



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

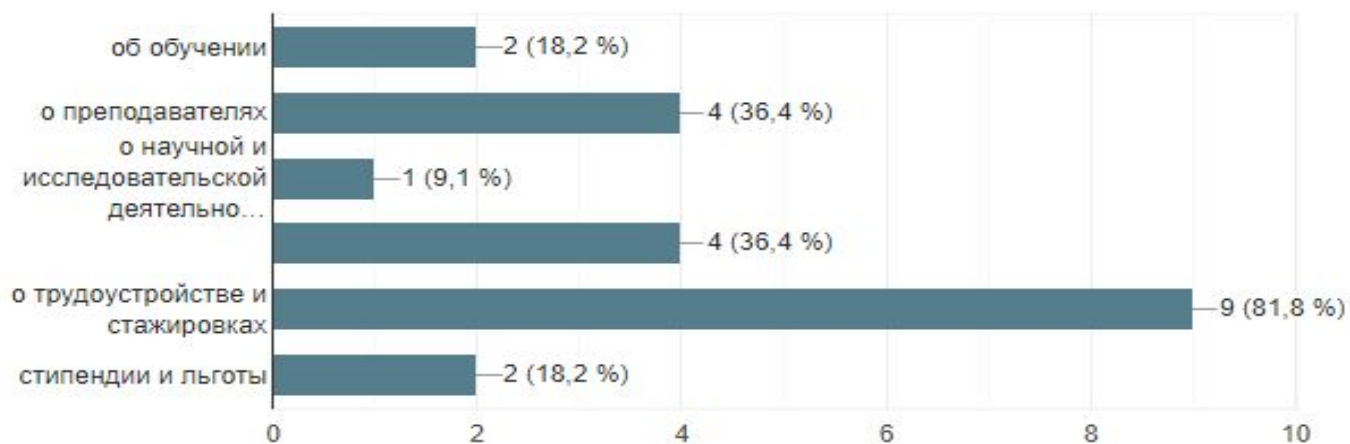
Дайте оценку информативности сайта

Опрос
Цель – выявить, какая информация
нужна потребителю



Какой информации о ЛЭТИ, на Ваш взгляд не достаточно?

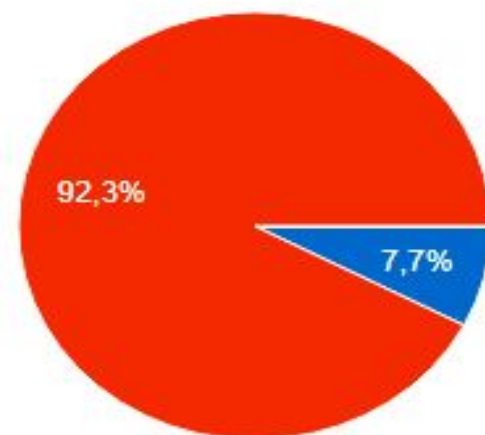
11 ответов



Какую информацию Вы чаще всего ищете на сайте?

13 ответов

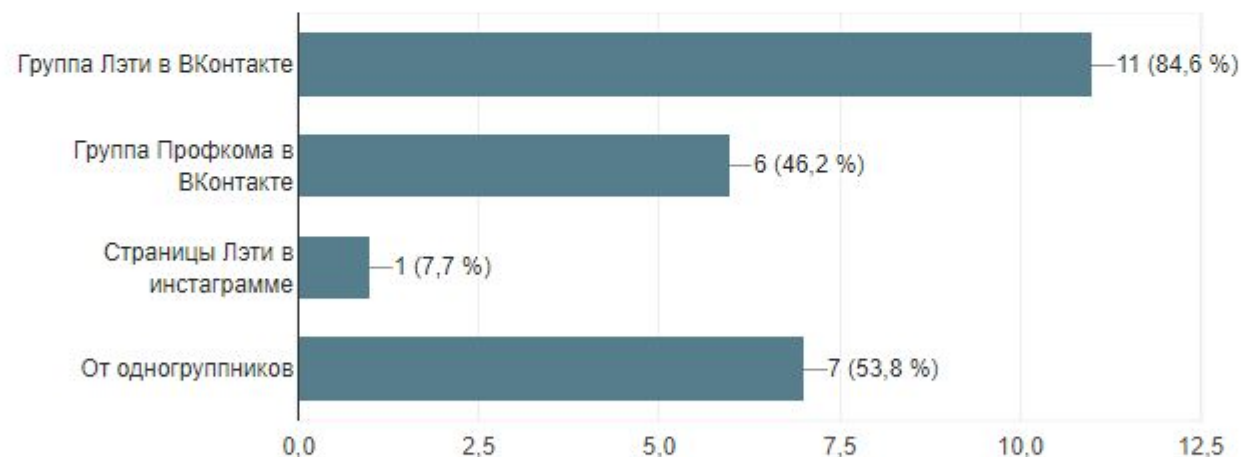
Выводы:	
Информация	Актуальная и полезная Недостаточно достоверная
Сайт	Используется преимущественно по необходимости для поиска информации, касающейся учебной деятельности
Недостатки	Практически отсутствует информация о трудоустройстве, стажировках



- Новости и объявления
- Информация об учебе (кафедры, предметы, расписание)
- Административные вопросы (справки, стипендии, льготы)
- Вне учебная и спортивная жизнь
- Не использую сайт как источник информации

Откуда еще Вы привыкли получать информацию об университете

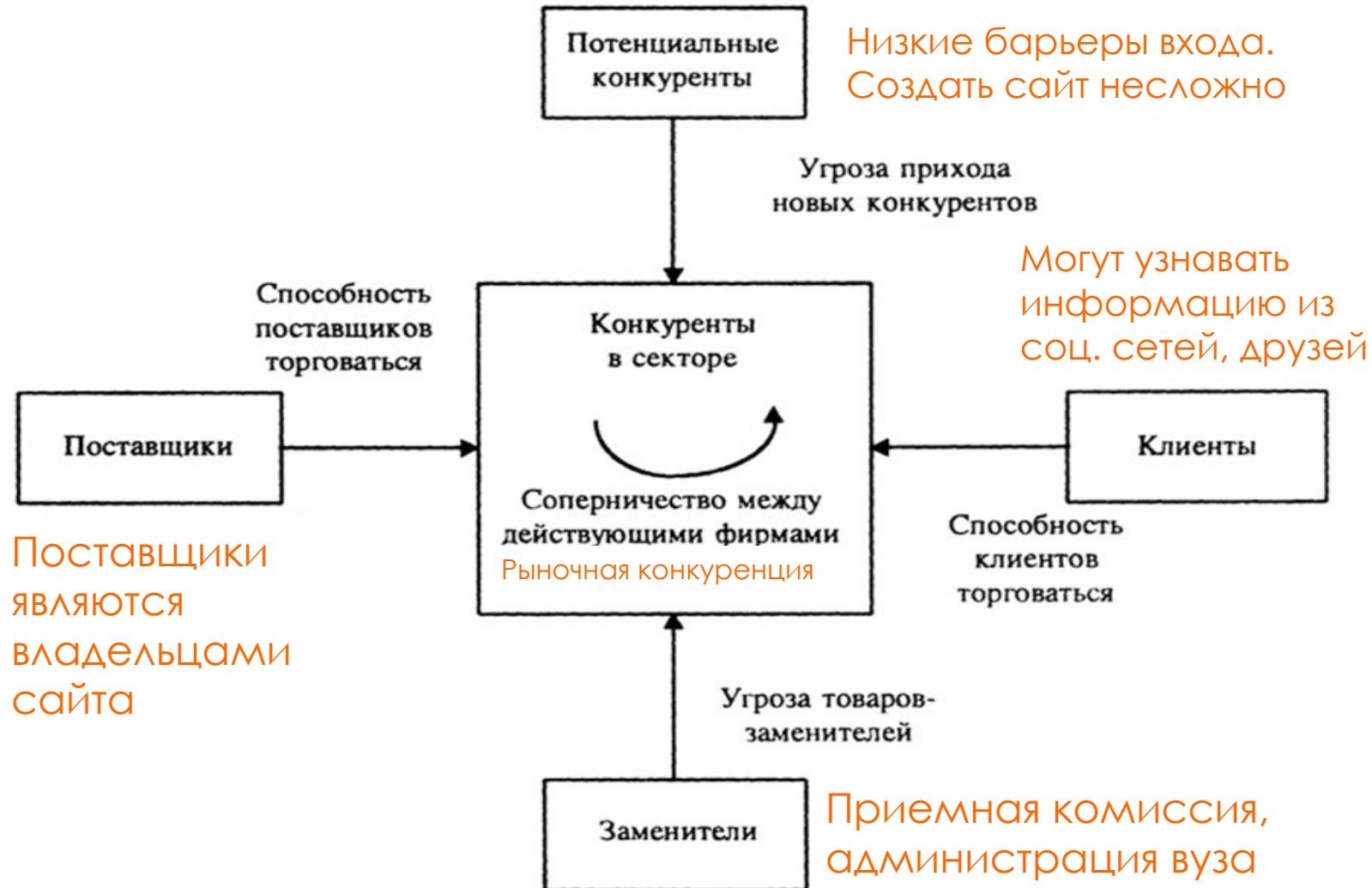
13 ответов



Графическое представление потенциального спроса



3. Анализ конкурентной среды сайта



Расширенная
концепция
соперничества
Модель Портера

Таблица конкурентов

Конкурент/критерии	Интерфейс сайта	Недостатки сайта	Полнота информации	Лаконичность дизайна	Часто задаваемые вопросы	
					Проходной балл (ср. знач)	Бюджетные места
ИТМО	Удобный	нет	Информация об основных вопросах, достаточно полная	Простая цветовая гамма, без излишеств.	71	1117
БОНЧ	Неудобный	Устаревший вид сайта.	Неполная информация	Неприятная цветовая гамма, нет интерактива	64	772
ПОЛИТЕХ	Приятный интерфейс	Не удобен в мобильной версии	Полная информация	Не вызывает особых эмоций	73	2679
ГУАП	Понятный интерфейс	Не предназначен для мобильной версии	Удобная дифференциация информации	Обычный, непримечательный дизайн. Есть интерактив	67	1454



УНИВЕРСИТЕТ ИТМО

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, МЕХАНИКИ И ОПТИКИ

Университет

Развитие

Образование

Наука

Международная деятельность

Студенческая жизнь



**WORLD
UNIVERSITY
RANKINGS**®





Сведения об образовательной организации |
О противодействии коррупции

УНИВЕРСИТЕТ

О нас | Структура | Контакты

ОБУЧЕНИЕ МАГИСТРАТУРА

Факультеты | Библиотека | Расписание

ПРИЁМНАЯ КОМИССИЯ

Абитуриенту | Довузовская подготовка
Подготовительные курсы

СТУДЕНЧЕСКАЯ ЖИЗНЬ

Студенческий совет | Студгородок

НАУКА АПИНО-2019

Аспирантура | Научные журналы |
Диссертационный совет

МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Сотрудничество | Обучение

КАРЬЕРА

Вакансии работодателей | Практика

СОТРУДНИКАМ**ВЫПУСКНИКАМ**

**Заявки принимаются
до 10 апреля 2019 года**

Узнать подробности

НОВОСТИ

22.03.2019

Получение стипендии в кассе СПбГУТ

27.03.2019

Наш позывной - RL1M

27.03.2019

Памятка для студентов о правилах
использования студенческих билетов в
метро

27.03.2019

Сборник Я.Н. Фельда

25.03.2019

Петербургские школьники - участники
киберспортивной игры «Цитадель» в
СПбГУТ

СОБЫТИЯ

05.04.2019

Обучение по обмену в Лейпциге

03.04.2019

«АРТ-СТУДиЯ!»: финал конкурса

01.05.2019

Академический обмен для граждан РФ
в США





ПОЛИТЕХ
Санкт-Петербургский
политехнический университет
Петра Великого

Президент РФ В.В. Путин:

«19 февраля – юбилей Питерского Политеха. Я поздравляю вас, весь профессорско-преподавательский состав, студентов, аспирантов с приближающейся датой. Хочу пожелать вам успехов».

В 1926 Г. ИНСТИТУТ ПОЛУЧИЛ ПРАВО ПРИСВАИВАТЬ СВОИМ ВЫПУСКНИКАМ ЗВАНИЕ ИНЖЕНЕРА, ОТМЕНЕННОЕ В 1918 Г.



УНИВЕРСИТЕТ ▾

ОБРАЗОВАНИЕ ▾

НАУКА ▾

СОТРУДНИЧЕСТВО ▾

ВНЕ УЧЕБЫ ▾

ГУАП — В ТОП-100 РЕЙТИНГА ВУЗОВ ПО ВЕРСИИ FORBES!

В основе рейтинга — данные мониторинга эффективности деятельности более 600 учреждений высшего образования России университета - в списке лучших в области «Инженерного дела, технологии и технических наук»

ПОДРОБНЕЕ

ПОДРОБНЕЕ

Forbes

РЕЙТИНГ ВУЗОВ 2018



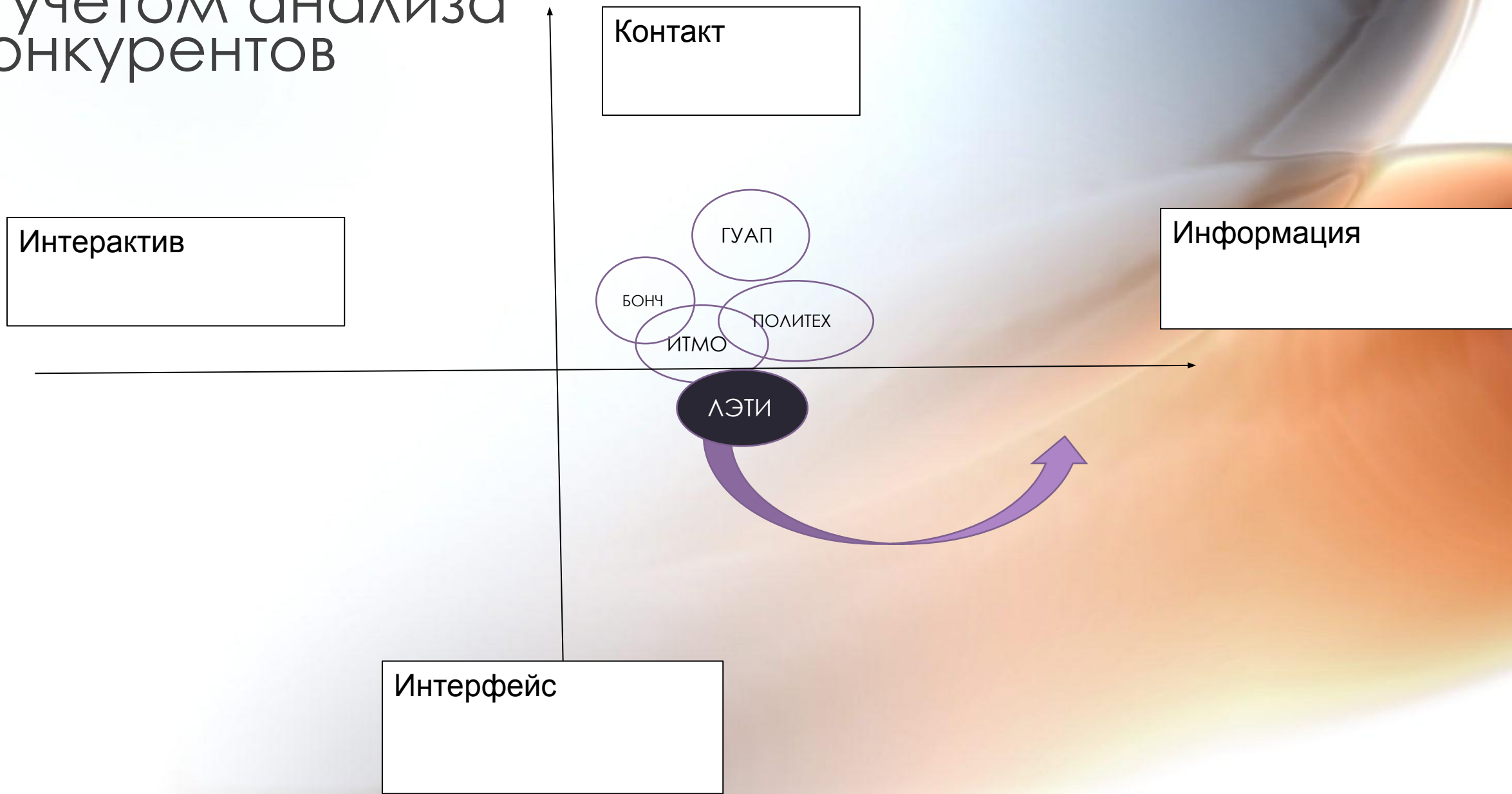
ОБЪЯВЛЕНИЯ

МЕРОПРИЯТИЯ

Конкурентная матрица. Взвешенные оценки

Взвешенные оценки 1/2/3	Интерфейс сайта (окна, ссылки, вкладки)	Недостатки сайта	Полнота информац ии	Лаконично сть дизайна	Часто задаваемые вопросы		Сумма
					Проходной балл (ср. знач)	Бюджетны е места	
ИТМО	16/20/12	12/16/20	20/20/20	12/12/9	15/12/15	20/16/20	287 95/96/96
БОНЧ	8/10/6	9/12/15	15/15/15	8/8/6	20/16/20	10/8/10	211 70/69/72
Политех	12/15/9	6/8/10	20/20/20	12/12/9	10/8/10	20/16/20	237 80/79/78
ГУАП	12/15/9	6/8/10	20/20/20	12/12/9	15/12/15	15/12/15	237 80/79/78

Позиционирование с учетом анализа конкурентов



4. Стратегии.

SWOT АНАЛИЗ Анализ рыночных возможностей и опасностей

<u>Сильные стороны</u>	<u>Слабые стороны</u>	<u>Возможности</u>	<u>Угрозы</u>
Постоянное обновление информации, удобный интерактив	Не всегда достоверная и полная информация, часть данных утаивают	Перспективы развития сайта, создания приложений, соц. сети	Возможность появления новых конкурентов, улучшение сайтов других вузов, потеря статуса и популярности ЛЭТИ, появление новых способов получения информации

SWOT АНАЛИЗ

Сильные стороны

Слабые стороны

Постоянное обновление информации, удобный интерактив

Не всегда достоверная и полная информация, часть данных утаивают

Возможности

Перспективы развития сайта, создания приложений, соц. сети

Создание нового улучшенного интерфейса

Продвижение полной и достоверной информации на сайте и в соц. сетях

Угрозы

Появление новых конкурентов, улучшение сайтов других вузов, потеря статуса и популярности ЛЭТИ, появление новых способов получения информации

Популяризация нового приложения для смартфонов

Избегать недостоверной информации, которая может понизить статус вуза

1. Портфельные стратегии

- 1) БКГ – знак вопроса,
- 2) многокритериальная матрица – высокая конкурентоспособность, высокая привлекательность, ближе к агрессивному росту.
- 3) Матрица конкурентного преимущества – стратегия лидерства по издержкам

2. Базовые стратегии развития Продуктовое лидерство

3. Стратегии роста (матрица Ансоффа) Стратегия расширения рынка (Выпуск приложения ЛЭТИ для смартфонов);

4. Конкурентные стратегии Претенденты (бросающие вызов)

5. Функциональные стратегии

- 2) Сегментации один сегмент
- 3) Позиционирования укрепление текущей позиции и перспективный рост