

mini аудит

ШКОЛА ІНОЗЕМНИХ МОВ (ОФЛАЙН + ОНЛАЙН)

Як я бачу ситуацію зараз

У вас сильний фокус на програму, на викладачів, на логіку навчання і це прекрасно. Але в онлайні людина рідко приймає рішення на основі "якість" або "хороші викладачі".

Онлайн:

це "я зайшла на сторінку → відчула, що це про мене → захотіла дізнатись більше".

Зараз цю точку входу складно знайти.

Що я побачила у комунікації

- На сайті складна структура: багато блоків, але незрозуміло, з чого почати
- Марафони виглядають як "формат", але не ясно, що я отримаю після
- Фокус на викладачах, але мені, як клієнтці, незрозуміло, який з них для мене
- Відсутній простий перший крок, що я можу зробити зараз, щоб відчувати користь і не губитися

Рекомендації

1. Змінити формулювання без зміни суті

Не "відмовлятися" від марафону.

Просто назвати його інакше:

Було:

"Марафон англійської для початківців"

Може бути:

"З дні, щоб зрозуміти, чому ти не говориш навіть якщо вже маєш B1"

!!! Це не новий продукт, це новий опис знайомого формату. Але тепер у ньому є конкретна ціль.

2. Додати простий тест або чек-ліст перед вибором курсу

Замість одразу вести в форму запису дати людині "щось своє":

- *"Тобі точно не варто на курс для B2, якщо..."*
- *"Не розумієш носіїв на Netflix? Вибери один з варіантів і ми скажемо, що підійде тобі."*
- *"Три короткі питання і скажемо, який формат підійде краще: група чи індивідуальне."*

✦ Це можна зробити у форматі Google-форм або інтерактивних сторіс, без технічних складнощів.



mini аудит

ШКОЛА ІНОЗЕМНИХ МОВ (ОФЛАЙН + ОНЛАЙН)

Як я бачу ситуацію зараз

У вас сильний фокус на програму, на викладачів, на логіку навчання і це прекрасно. Але в онлайні людина рідко приймає рішення на основі "якість" або "хороші викладачі".

Онлайн:

це "я зайшла на сторінку → відчула, що це про мене → захотіла дізнатись більше".

Зараз цю точку входу складно знайти.

Що я побачила у комунікації

- На сайті складна структура: багато блоків, але незрозуміло, з чого почати
- Марафони виглядають як "формат", але не ясно, що я отримаю після
- Фокус на викладачах, але мені, як клієнтці, незрозуміло, який з них для мене
- Відсутній простий перший крок, що я можу зробити зараз, щоб відчувати користь і не губитися

Рекомендації

1. Змінити формулювання без зміни суті

Не "відмовлятись" від марафону.

Просто назвати його інакше:

Було:

"Марафон англійської для початківців"

Може бути:

"3 дні, щоб зрозуміти, чому ти не говориш навіть якщо вже маєш B1"

!!! Це не новий продукт, це новий опис знайомого формату. Але тепер у ньому є конкретна ціль.

2. Додати простий тест або чек-ліст перед вибором курсу

Замість одразу вести в форму запису дати людині "щось своє":

- *"Тобі точно не варто на курс для B2, якщо..."*
- *"Не розумієш носіїв на Netflix? Вибери один з варіантів і ми скажемо, що підійде тобі."*
- *"Три короткі питання і скажемо, який формат підійде краще: група чи індивідуальне."*

✦ Це можна зробити у форматі Google-форм або інтерактивних сторіс, без технічних складнощів.