УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕГО И ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА НОРИЛЬСКА

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СОЦИАЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР»

(МБУ ДО «СОЦ»)

**Сложности или возможности?**

**Как привлечь ребенка в свое творческое объединение!**

*(Советы педагогам дополнительного образования по привлечению учащихся в творческое объединение)*

Составители: группа методистов Анисимова Т.Г., Бекмурзаева О.А., Семенок Е.В.

Учебный процесс в дополнительном образовании начинается 6-7 сентября. А это значит, что группы в творческом объединении уже должны быть сформированными. Как показывает опыт, время до начала учебного года оказывается самым ценным для привлечения ребят в коллектив. И тут встает извечный вопрос – что делать? Вот здесь-то и надо до мелочей продумать технологию рекламной кампании. А начинать ее лучше всего в конце учебного года!

**Работа с входящими заявками.**

В настоящее время запись в творческие объединения проводится через единую систему «Навигатор дополнительного образования Красноярского края», поэтому необходимо проводить ежедневный мониторинг новых заявок и их отработку.

 Если родители решают вопрос о зачислении ребенка в телефонном режиме очень важно записывать все данные: о ребенке – Ф.И.О, возраст, образовательное учреждение, класс; о родителях – Ф.И.О. законного представителя, актуальный номер телефона и направить их на сайт «Навигатор дополнительного образования Красноярского края» для подачи заявки.

Концепция работы с родителями должна строиться на основании, что вы не только оказываете образовательную услугу, но и лично заинтересованы в ребенке и его успехах.

**Способы продвижения.**

На старте очень важно, как можно больше общаться с вашими потенциальными «клиентами» (родителями) и получать от них обратную связь. Пообщайтесь со знакомыми и друзьями у которых есть дети, узнайте интересно было бы им прийти в ваше творческое объединение, если да или нет, то почему. Используйте разные виды рекламы, на старте важно попробовать все варианты.

**Реклама в социальных сетях.**

(ВКонтакте, Инстаграм, Фейсбук, Одноклассники и т.д.) Запустите рекламу в социальных сетях, искренне рассказывайте о себе и о Вашем творческом объединении. После того, как человек подписался на вашу рассылку, начинайте его «прогревать» полезной информацией, рассказывайте о своем творческом объединении, заинтересовывайте и повышайте уровень доверия. Попросите друзей, знакомых, а также родителей учащихся, которые уже к вам ходят сделать репост Вашего поста в социальных сетях.

**Личный бренд.**

Разработайте свой авторский логотип, который будет отличать вас от «конкурентов», помогая сформировать впечатление в сознании аудитории. В дальнейшем его можно будет разместить на аватарке группы в WhatsApp, и как отличительный знак на одежде, футболке, сувенирной продукции и т.д.

**Работа с «клиентами» в вашем районе.**

Ваша аудитория – это, в первую очередь, мамы с детьми, которые живут в одном районе с тем образовательным учреждением, в котором находится ваше творческое объединение. Поэтому обязательно нужно сделать афишу и разместить на близлежащих досках объявлений, чтобы привлечь потенциальных клиентов.

Расклейка афиш по подъездам малоэффективна, но попробовать стоит. Если соберетесь их клеить – делайте это после 12:00 и будьте готовы к тому, что на следующее утро их уже уберут.

**Раздаточные материалы.**

Это могут быть брошюры, визитки, листовки и т.д. Можно заводить партнеров из другой сферы деятельности и разместить там свои информационные буклеты (в спортзалах, кафе и других местах где большой поток людей).

**Фотографии детей.**

Делайте снимки детей и отправляйте их фотографии родителям в тот же день после занятия. Родители в социальных сетях будут выкладывать своих детей тем самым запуская «сарафанное» радио. Можно попросить родителей, чтобы на фотографии отмечали страницу творческого объединения или центра. ВАЖНО помнить, прежде чем делать фото с детьми, с родителей необходимо взять согласие на обработку персональных данных.

Желаем удачи в новом учебном году. И помните - возможности человека, у которого есть мотив, безграничны.