Привлечение детской аудитории в систему дополнительного образования является сложной задачей. Наравне с вышеперечисленными способами размещения рекламной информации, главным остается способ «из уст в уста». Маркетинг из уст в уста или «сарафанное радио» – это неформальные формы и способы передачи устной информации о товаре или услуге от потребителя к потребителю, либо же передача информации в виде каких-либо новостей, а также иногда и те, кто распространяет такую неформальную информацию. По сути, это бесплатная форма устной или письменной рекламы, либо же почтового сообщения, с помощью которого удовлетворённые пользователи рассказывают другим людям, почему им нравится какой-либо товар, услуга, либо же просто множество людей делятся между собой какой-либо одной и той же информацией, передаваемой ими друг другу устно, в неизменном по его основному смысловому значению, её виде. ATL-реклама дает возможность выйти на массового потребителя, но ели мы говорим об образовательных услугах, то здесь важную роль играют личные контакты и имидж учреждения. Здесь на первое место выходят BTLтехнологии. Исследования (А.А. Белостоцкая, например) показывают, что сегодня, несмотря на огромное количество разнообразной ATL рекламы, до 60% покупок совершается спонтанно, покупатели выбирают товар, который «здесь и сейчас» соответствует их представлению о том, что им нужно. Задача BTL рекламы – донести рекламное сообщение или призыв к покупке непосредственно к индивидуальному потребителю. Для этого акции BTL проводятся непосредственно на местах продаж там, где принимается решение о покупке. BTL объединяет такие технологии как мерчендайзинг, директ-маркетинг, PR, промоушн-акции, event-мероприятия, спонсорство. BTL имеет некоторые преимущества перед прямой рекламой. Среди них можно назвать более низкую стоимость, возможность вступать в прямой контакт с потребителем, прицельность рекламных акций. В условиях жесткой конкуренции экономически выгодно проводить BTL-акции для привлечения новых и удержания прежних потребителей.

1. Постановка проблемы
2. Объект и предмет проекта
3. Идея проекта
4. Цель проекта
5. Задачи проекта
6. Целевая аудитория проекта
7. Технологии реализации проекта
8. Команда проекта
9. План-график проекта
10. Бюджет
11. Медиа-план
12. Оценка эффективности
13. Приложение