

МОЛОДОЙ СПЕЦИАЛИСТ - ИСТОРИЯ УСПЕХА. ОТ СТАРТАПА ДО МИЛЛИАРДА

Интервью - размышление о искусстве формирования спроса населения на товары и услуги. Как рождается мода на тот или иной товар. Что стоит во главе маркетинга Товар или Реклама. И как управлять потребительским спросом, все это мы узнаем от Руководителя Всероссийского Портала Молодой Специалист Голубева В. А.

Рабочая встреча Руководителя Портала «Молодой Специалист» Голубевым В. А. с учредителем FM Радио станций в Радио Холдинге «Выбери Радио FM» Голосовым А. Л.

Всероссийский Портал «Молодой Специалист»



Мы создаём
потребительский спрос
«Молодой Специалист»
MSrabota.ru

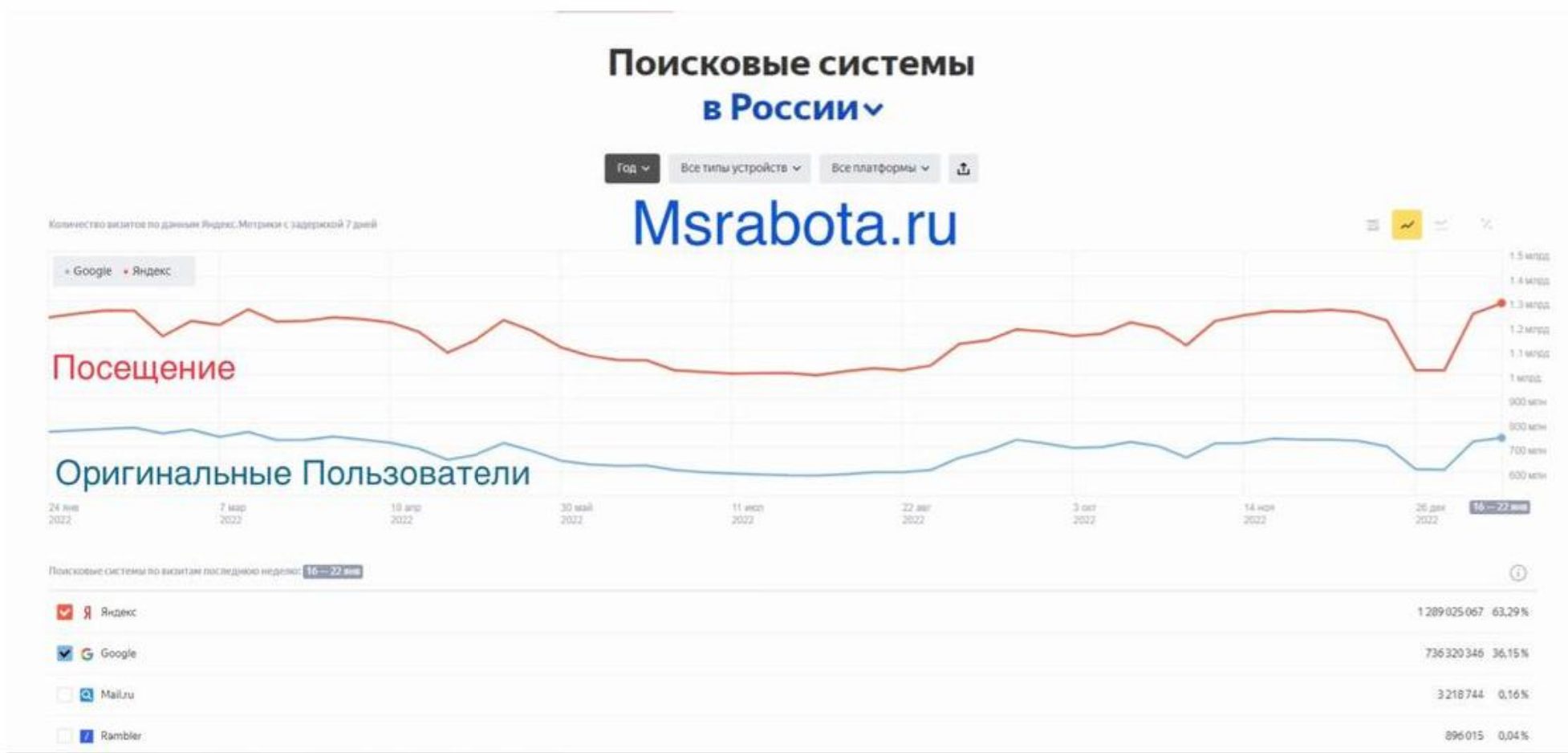
№1 для Молодёжи

В период сокращения рекламных компаний из-за коронавирусной пандемии особо остро стоит вопрос о рекламе товаров, услуг и самих компаний. На кону стоит устойчивость рынка и узнаваемость бренда. Никто не отменял основной закон маркетинга - Реклама двигатель прогресса.

Голосов Александр Львович задал ряд вопросов о тайных ингредиентах и интригах информационных технологиях.

ПОСЕЩАЕМОСТЬ ВСЕРОССИЙСКОГО ПОРТАЛ «МОЛОДОЙ СПЕЦИАЛИСТ» ПРЕВЫСИЛА МИЛЛИАРД ЧЕЛОВЕК В ГОД

Дата публикации: 03 февраля 2023



Вопрос: Вячеслав Александрович, Многие рекламные компании наблюдали феномен быстрого развития информационного ресурса Портал «Молодой Специалист». В 2019-2020 году у вас была блочная Реклама выставок по всей стране. Как вы добились такого количества рекламы крупнейших выставок и форумов и почему сейчас ее нет.

Ответ: Рекламу, как просто рекламный блок, мы не ставили. Мы давали рекламный блок вместе с информационным сопровождением самого мероприятия. Направляя информационный поток на целевую аудиторию. Расширенное Информационное сопровождение в виде статей, Новостей и интервью помогало в достижении своих целей заинтересованных компаний, которые размещали у нас информацию. Почему эти компании размещали информацию именно на Портале «Молодой Специалист»? Возможно рекламодатели и заинтересованные Партнеры увидели в нас быстроразвивающийся информационный ресурс с многомиллионной целевой аудиторией по всей стране. Это только на первый взгляд молодые люди не интересны глобальной информационной коммерции такой как ярмарки, форумы, Выставки и симпозиумы, это взгляд некомпетентных людей. Молодые люди крайне интересны информационно выставочному бизнесу. Во-первых, молодой человек имеет высокую коммуникацию, в отличие от «зрелого собрата» ограниченного семьёй и корпоративным общением, во-вторых молодым людям свойственно самосовершенствование и любопытство. В-третьих, любой молодой человек растёт, растёт профессионально в том числе и несёт в свет ту информацию которую он получил. Сейчас большинство выставок рассчитывают на молодежную аудиторию. А целевой Портал «Молодой Специалист» это информационный ресурс молодёжной аудитории.

Почему сейчас в конце 2020 и начале 2021 года у нас нет информации о выставках. Да потому что в условиях пандемии коронавируса, Выставки сокращены, а Конференции переведены в удалённый формат. Кстати информацию об «удалённых» ОнЛайн конференциях мы публикуем постоянно. Если конечно эти мероприятия подходят под наш формат.

Вопрос: Прежде чем говорить о Ваших возможностях об уникальности Ваших сотрудников и технологиях аналитики и пиара я хотел бы спросить о Портале Молодой Специалист, как об инструменте, буквально пару вопросов. Какова читательская и потребительская аудитория Портала «Молодой Специалист»?


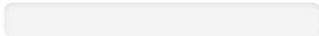
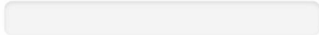
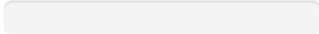
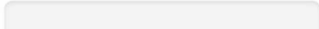
Ответ: Начну с того что это не просто Портал — это Всероссийский Портал «Молодой Специалист» с охватом аудитории по всей стране и ближнему зарубежью. В 2019 году мы разработали Портал для профориентации и трудоустройства миллионной аудитории молодых людей от 16 лет - выпускников школ. Профориентация в школах крайне слаба и Портал был необходим чтобы выпускник имел свой ориентир к выбору профессии. Дальше необходимо было занять студенческую молодёжь Колледжей, Техникумов и ВУЗов. Мы создали Электронную Библиотеку, Вакансии для студентов и молодых людей без опыта работы. Создали направления производственных практик для студентов. И это уже категория потребителей и читателей от 17 до 23 лет. Для Выпускников ВУЗов и Молодых Специалистов созданы категории саморазвития «Стартапы» и Техническая Библиотека для самосовершенствований развития. Все это актуально и для возрастной группы от 24 до 35 лет. И это более чем 25 миллионная аудитория.

К этой аудитории добавим друзей, родителей, родственников... умножайте сами. Я думаю, что 45 % населения или 60% активного - трудоспособного населения страны это и есть та аудитория которая интересна рекламному рынку. И конечно эта часть населения сама формирует свой вкус к товарам и услугам, ну мы только чуть-чуть помогаем молодёжи

с тем или иным выбором.

Отзывы и рейтинги Msrabota.ru

 Средняя оценка 5 от 5 баллов

5 баллов		1 ОТЗЫВОВ
4 баллов		0 ОТЗЫВОВ
3 баллов		0 ОТЗЫВОВ
2 баллов		0 ОТЗЫВОВ
1 баллов		0 ОТЗЫВОВ




[Добавить кнопку Webviki](#)

Поделитесь опытом: [Оценить компанию](#)



Андрей Петров 1 год назад

 Россия, 1 отзыв



(5 от 5 баллов)

Сайт работает в 32 городах России и зарубежом. Универсальный мультитк портал, единственный в современной России. Бесплатная библиотека и Новости, трудоустройство для молодёжи и профессионалов. В Москве и Питере устроено на работу более десятка тысяч специалистов за несколько месяцев работы

Вопрос: На Портале, извините на Всероссийском Портале «Молодой Специалист» стоит слоган: «Сайт №1 для Молодых специалистов», откуда такие выводы или это просто амбиции?

Ответ: Часть ответов на этот вопрос были Вам Александр, даны раньше, или как принято говорить читайте выше. А амбиции, без амбиций и лидерства дело лучше не начинать, тем более для молодых и амбициозных людей. Конечно наш Портал — это Портал - Лидер. Портал Молодой Специалист — это Сайт №1 для Молодых и успешных, это Портал №1 для перспективных и думающих, №1 это Первый во всем и всегда!

Вопрос: Я промониторил молодежные сайты ВУЗов и государственные агентства и центры по развитию молодёжи. Почему ВУЗовские сайты интересней Государственных центров развития. В Государственный сектор уходят лучшие из лучших вчерашних студентов IT сферы, пиара и СМИ

Ответ: Студенческая жизнь, отраженная на сайтах ВУЗа это водоворот событий образовательной, научной, спортивной и культурной жизни молодёжи. ВУЗ или Колледж должны быть интересны для всех возрастных и образовательных групп, от абитуриентов до

выпускников. Вузовцы публикуют все значимые события своего ВУЗа. Государственные Центры поддержки физически не могут дать аудитории полный объём информации всех учебных заведений. У ГосЦентров есть планы и регламенты, есть отделы, формирующие контент и план выходов материалов. Все по-Взрослому!

Вопрос: Если сейчас столько источников подачи информации, от ВУзовских пресс-служб до Государственных Центров и Агентств поддержки молодых специалистов, то как справляется Портал «Молодой Специалист» с формированием контента, подачей информацией и удержанием аудитории?

Ответ: Создать любой «Проект» мало. Идею надо доставить, необходим инструмент подачи информации целевой аудитории. Раньше говорили, что к любой разработке надо приделывать ноги и она будет жить. В принципе суть осталась та же, но теперь «Ноги» должны находиться в «Машине». Технологии, время и запросы потребителей делают своё дело. Прогресс.

Ежедневно создаётся десятки нужных и востребованных проектов, но они не доходят до потребителя из-за отсутствия инструментария и технологий подачи. Сейчас не действуют банальные информационные инструменты вчерашнего дня, хотя классические алгоритмы работают и в современных реалиях. Не надо забывать и о кадровом потенциале «Площадке». Кто будет формировать контент, аналитику, тактику и стратегию, кто будет осуществлять подачу и формировать политику на ближайшую и дальнюю перспективу. Кто будет работать ногами, осуществляя Контакты на местах и проводя мероприятия? Время дистанционного командно-административного воздействия и единого рупора прошло. Необходима тесная связь - контакт, взаимодействие с аудиторией, с человеком. (Мы отсели десяток профессионалов в 20 Регионах, Москве и Питере, пока не подготовили свои кадры из существующих профессионалов) на формирование команды уходят годы, нервы, финансовые и материальные потери. Приходится самим постоянно учиться, мониторить лидеров СМИ и ошибки конкурентов. Конечно все можно делать постаринке и на коленях, но результата не будет.

Сейчас не работает лобовая подача информации. Если раньше она имела идеологическую и направляющую силу, то теперь, в лучшем случае это консультационно-направляющая инстанция, в худшем, тебя никто не услышит. Сегодня для работы информационного ресурса необходима многоструктурная, многоступенчатая композиция и многократные информационные ходы. А это в разы увеличивает затраты. Но это интересно. Это живая работа. Сейчас потребитель избалован информацией. Что - бы подать что-то новое, это «новое» должно выстрелить как минимум на год или два вперёд, заинтересовав тысячи и миллионы пользователей.

К сожалению Информация обесценивается. Сверхдоступность и массовость информации, анонимные хамские обсуждения в форумах и комментариях, выступление некомпетентных групп «консультантов» в Ток-шоу и круглых столах, снизило значимость и ценность «информации и слова» в разы. Сегодня «новые технологии» вчерашнего дня (компьютерная вирусная и даже соц сети) меняются новыми подачами, и эти инструментарии должны быть пластичны и изменчивы ежедневно.

Для раскрутки любой идеи и Проекта требуется годы. Средняя раскрутка «Идеи» или «Проекта» 2,5 - 3,5 года. И что бы ты был интересен, в идеале, один Проект должен переходить в другой, без остановки и перерывов.

Нам за три года, частично удалось приблизиться к востребованности целевой аудитории. Для этого используется уникальный инструментарий и человеческий ресурс. Этим надо жить. Мы видим много идей наших коллег в частной и Государственной системе подачи информации для молодёжи, которые самонадеянно, создают единый контент на века. Любая, даже самая долговидная и совершенная идея, должна быть подстроена под время и человека. Надо жить в реалиях времени, привязанной к экономическим, политическим, социальным, индустриальным факторам. И это касается всего, от воспитания ребёнка, до патриотического воспитания

подростка или профориентации и трудоустройства выпускника ВУЗа. В противном случае это будет очередной пустой прожект.

Старые формы подачи практически не работают, и они деформированы малокомпетентностью, недалёковидностью и жадностью финансовой наживы исполнительного звена.

Отзывы Сначала новые ▾

Всероссийский Портал «Молодой Специалист»

В

Водник Академия Гость - 27 ноября 2020 20:30

Через «Молодой Специалист» устроились на практику в пандемию 2020 года. Через других нас не брали а тут взяли почти всю группу. И ещё у них Вакансии есть на Морской Коллегии России. Так может на госслужбу можно устроится

Ответить 👍 👎

Н

Новости науки супер Гость - 27 ноября 2020 20:22

«Молодой Специалист» сайт, проводит Конференции бесплатно и выставки

Ответить 👍 👎

Н

Новости науки супер Гость - 27 ноября 2020 20:21

Новости науки и медицины есть

Ответить 👍 👎

Н

Новости науки супер Гость - 27 ноября 2020 20:21

Классный портал. Все четко

Ответить 👍 👎

Р

Роман Гость - 15 октября 2020 17:20

Хорошо

Ответить 👍 👎

К

КлассСергей Гость - 29 августа 2020 20:30

На сайте msrabota.ru бесплатная библиотека. Есть даже Книги для инвалидов

Ответить 👍 👎

К

КлассСергей Гость - 29 августа 2020 20:28

Сайт работал в пандемию. Очень интересные новости и статьи отнауке.

Ответить 👍 👎

Х

Хороший сайт Гость - 8 января 2020 17:07


Для молодёжи и трудоустройству, сайт супер. Есть Вакансии, Библиотека и Новости

Ответить 👍 👎

Х

Хороший сайт Гость - 8 января 2020 17:08

На МСработа.ру Есть информация обо всех ВУЗах страны. Такого нет нигде



Вопрос: Почему на Портале «Молодой Специалист» практически отсутствует прямая

Реклама товаров.

Ответ: Отсутствие прямой рекламы товара на Портале «Молодой Специалист» вполне логично. Первое, мы не являемся торговой площадкой. Второе, Информационный ресурс Портала и его архитектура конечно позволяет выставлять блочную Рекламу любого высокого качества и сложности. Но! Мы не торговая площадка, мы Информационный - аналитический ресурс с возможностью формирования спроса населения на товар и услуги. Мы создаём уникальный Информационный продукт, который помогает раскрыть суть рекламного продукта. Наша аналитическая группа находит те потайные дверцы к каждому Инфо-продукту или Рекламированному товару, что у потребителя создаётся иллюзия «величайшего открытия» и необходимости приобретения того или иного товара или услуги. Мы формируем спрос на рынке. Мы создаём моду на этот спрос. И это не простая лобовая Рекламная атака, это искусство! А вот после устойчивого спроса, который мы создали как прецедент, на продукцию, товар, услугу или даже интеллектуальную собственность по будет действовать Реклама. Реклама — это Информационный выстрел, последний толчок потребителя к конкретному действию. Но до рекламы должен быть создан образ товара или услуги, раскрыты его потребительские свойства инициирована необходимость на потребительском рынке, создана мода и многое другое. Формирование спроса — это очень сложный процесс, который затрагивает экономические, технические, временные, конкурентные и другие достоинства товара.

Возможно мы пошли сложным путём. Но искусство формировать спрос на товар и создавать моду на спрос нам ближе чем просто Реклама.

Вопрос: Все это очень здорово что Портал «Молодой Специалист» обладает такими уникальными информационными технологиями по созданию моды на товар и управлению спроса. Но мне кажется, что это просто красивые слова. Вы можете дать конкретику? Приведите пример.

Ответ: Каждая такая разработка — это уникальный продукт. Это многоходовой, многофакторная тактическая задача. Часто такие разработки не имеют аналогов. Они уникальны. И как любой авторский продукт вся информация о нем защищена Законом. Более того формирование спроса на тот или иной продукт это интеллектуальная собственность даже не разработчика, а Заказчика и как правило Правообладателя данным продуктом.

Вопрос: Хорошо. Я понимаю Вас, но в общих чертах что-то можно рассказать.

Ответ: Одна Автомобильная Компания заказала Рекламу своих автомобилей у наших партнёров. Рекламная компания была выполнена профессионально, но продукт - автомобиль продаваться больше не стал. Заказчик не учёл ряд факторов при выпуске своего авто. Кстати скажу сразу, что автомобиль очень качественный и технически совершенен для своего времени. А вот потребительский спрос был не проработан. Потребитель был не подготовлен. Нам пришлось разработать ряд неординарных программ для решения данного вопроса. Для быстрого распространения информации, мы предложили использовать данный автомобиль в учебном процессе ряда ВУЗов. Студенты стали обсуждать технические характеристики в форумах выходя на другие возрастные группы. Почти у каждого студента есть родители, друзья и тд. Информация распространилась очень быстро. О ряде мероприятий конечно придётся умолчать, но скажу, что производитель учёл критику тестовой группы. Были произведены определенные доделки автомобиля и в ряде комплектаций снижена цена. Так автомобиль как продукт стал более привлекателен. Экономический фактор сделал своё дело.

Вопрос: Почему Заказчик сразу не поставил минимальную цену на базовую комплектацию?

Ответ: автомобиль был рассчитан на другую социальную и возрастную группу. А там темп продаж был низкий. Благодаря новой потребительской группе увеличились объемы продажи и как следствие спрос данной модели за счёт массового выброса потребителю вырос.

Вопрос: Вы говорите, что у на Портале «Молодой Специалист» сейчас нет блочной рекламы. Но я вижу рекламный блок на главной странице Портала. Стоит баннер Проекта «Мост Памяти- города Трудовой Доблести». Это Ваш проект?

Ответ: Да, это совместный проект с нашими друзьями Общественной организацией «Боевое братство». Это общественно значимый, я бы сказал государственно значимый Проект. И у такого проекта должна быть достойная Реклама. Кстати

этот баннер активный. Надо нажать на него и выйдет сама программа и первая, реализованная часть. Всем кто любит историю нашей страны, всем кто верит в себя и своё будущее, я рекомендую ознакомиться с проектом «Мост Памяти- города Трудовой Доблести- люди героического труда»

На главной странице Портала «Молодой Специалист» стоит активный баннер Вашего Радио Холдинга- «Радио FM». Я уверен, что ваши пиарщики и менеджеры рассчитали все выгоды по этой рекламе на нашем ресурсе.

Вопрос: Очень много рекламных баннеров на Портале, в разделе Библиотека «Молодой Специалист». Это зачем?

Ответ: В самой Библиотеке рекламных блоков и баннеров нет. А вот в статьях и Новостном блоке мы рекламируем нашу Библиотеку. Библиотека рассчитана на молодёжь и рекламные блоки мы делаем молодежные. Мы гордимся созданием профориентированной Электронной Библиотекой «Молодой Специалист». Это техническая библиотека для самообразования молодёжи. Она доступна для каждого пользователя и что важно все Книги и публикации на ней бесплатны.

Вопрос: Если Библиотека такая уникальная зачем Реклама?

Ответ: Сегодня библиотек много. Все они чём-то похожи или нет, дело вкуса читательской аудитории и направления самой Библиотеке. Наша Библиотека «Молодой Специалист» уникальна своим профобразованием. Есть Книги и учебники по классическим фундаментальным дисциплинам с уходом в научную детализацию. Есть рубрики и разделы учебников и книг реальной экономики и государственного управления. Рекламирывать новую уникальную Библиотеку сейчас необходимо. Помните знаменитое выражение: Театр начинается с вешалки, так и любое дело начинается с рекламы. Реклама — это не только красивые слова или яркие кричащие баннеры и растяжки. Реклама — это Наука, это технология, и как Вы видите это уникальная технология, помогающая людям правильно сделать свой выбор.