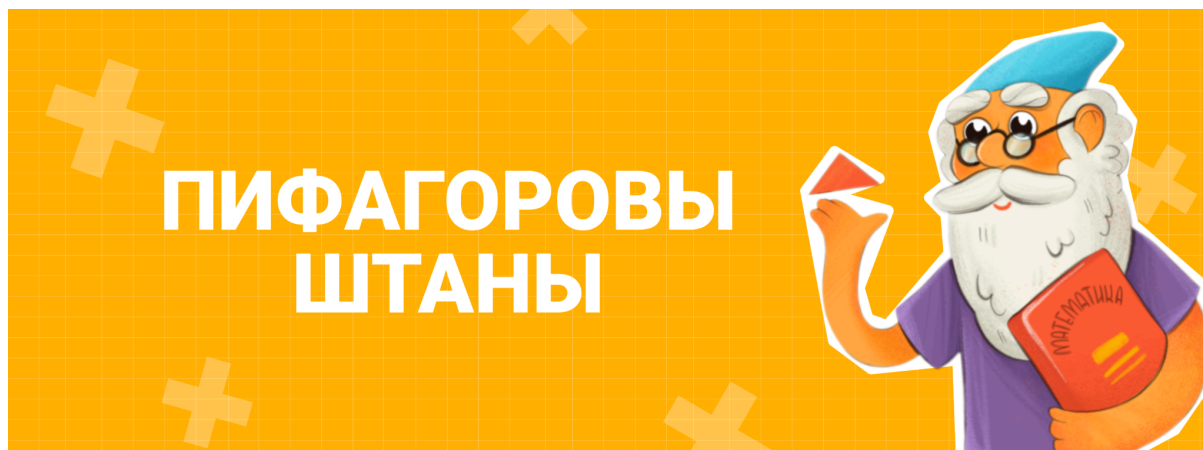


Маркетолог запусков

в онлайн-школу Пифагоровы штаны



Здравствуйте!

Меня зовут Анастасия Жукова, я соосновательница математической онлайн-школы Пифагоровы Штаны. Мы работаем с детьми 5–15 лет и помогаем им развивать настоящую любовь к математике. У нас «Диснейленд математики»: дети влюбляются в предмет, растут, побеждают в олимпиадах, поступают в матшколы и делают это с удовольствием. Наши занятия ведут преподаватели с Мехмата МГУ и других сильных матфакультетов, наша методика — это синтез фундаментального матобразования, игры и детской нейропсихологии.

У нас сплоченная команда, системный подход к задачам и фокус на деталях. Наш продукт должен быть лучшим. Растём $\times 2$ каждый год, развиваем новые форматы: от онлайн-групп до выездных матлагерей, своей олимпиады и новых курсов.

Мы ищем маркетолога запусков — человека, который возьмёт на себя логику запусков, прогревов и воронок по нашим продуктам, свяжет тексты, маркетинг, продажи и продукт в единую систему и поможет родителям проходить путь от интереса и сомнений до осознанной покупки. Это полностью удаленная работа на полный рабочий день.

Чтобы понять, какие мы, посмотрите наши сайты и соцсети:

Каналы основательниц:

t.me/krasnova_pifshtany

t.me/zhukova_pifshtany

Сайт:

<https://pifshtany.ru/>

Каналы школы:

t.me/pifshtany

vk.com/pifshtany

✨ Вам предстоит работать с несколькими ключевыми звеньями:

— SMM-менеджером, который отвечает за регулярный контент, посты, сторис и сообщество;

— дизайнером, который делает визуал, креативы, баннеры и лендинги;

— отделом продаж, который принимает заявки, закрывает клиентов и даёт обратную связь по качеству лидов;

— основательницами и продуктовой командой, которые создают программы, формируют офферы и задают стратегию.

Ваша роль — видеть картину целиком, понимать, что чувствует и думает родитель на каждом шаге, и превращать это в конкретные цепочки сообщений, прогревы и запускные кампании с понятной логикой и результатами.

Позиция маркетолога запусков сочетает стратегию и активную работу руками: вы будете придумывать и выстраивать логику прогревов, выбирать и настраивать каналы коммуникации, проверять контент и лендинги с маркетинговой точки зрения, писать и публиковать тексты в нужных чатах и рассылках, связывать всё это в цельную, работающую воронку. При этом вы работаете в плотной связке с SMM-менеджером, дизайнером, отделом продаж и основательницами, чтобы каждая кампания была точной, чистой и результативной.

Маркетолог запусков будет:

1. Планировать и выстраивать запуски продуктов

— создавать календарь запусков и кампаний (курсы, лагерь, спецпроекты, олимпиады);

— продумывать логику прогревов: какие боли, инсайты и истории должны

звучать, в какой очередности;

- формулировать ключевые смыслы и УТП для каждого продукта и сегмента родителей;

- предлагать офферы и форматы для разных аудиторий (новые, тёплые, текущие клиенты).

2. Делать прогревы и цепочки сообщений

- писать тексты для прогревов и публиковать в Telegram/VK/WhatsApp-чатах под запуск;

- делать сценарии рассылок (email, VK, Telegram) под конкретные кампании;

- адаптировать уже существующие материалы (отзывы, вырезки с уроков, сторис) под воронку;

- работать с болями родителей, возражениями и сомнениями через контент;

- совместно с SMM-менеджером связывать открытый контент и запускные смыслы.

3. Работать с аналитикой запусков

- смотреть конверсию этапов (подписка в чат → активность → заявки → оплаты);

- находить слабые места и предлагать гипотезы, как усилить прогрев;

- на основе данных менять сценарии и тексты, а не опираться только на интуицию;

- собирать обратную связь от РОПа и отдела продаж по качеству лидов.

4. Взаимодействовать с командой

- ставить задачи SMM-менеджеру на посты, которые поддерживают запуски;

- давать ТЗ дизайнеру на креативы, лендинги, иллюстрации, обложки для запускных постов и чатов;

- согласовывать офферы, цены и позиционирование с основательницами;

- работать в связке с техническим специалистом (боты, рассылки, CRM), чтобы ваши сценарии были реализованы.

Отлично, если вы:

- Имеете опыт работы в онлайн-образовании / онлайн-школах, особенно с запусками (от 1–2 лет);
- Понимаете, как устроены воронки: от привлечения до оплаты;
- Умеете писать: живо, понятно, с пониманием боли и логики родителя (читаете Ильяхова, например);

- Чувствуете нашу целевую аудиторию — амбициозных родителей;
- Любите тестировать гипотезы, работать с цифрами и делать выводы;
- Умеете работать автономно: брать задачу и доводить до результата;
- Готовы предлагать идеи, а не ждать пошаговых инструкций.

Что предлагаем:

- Работа с качественным продуктом и сильной командой (методисты, преподаватели, маркетинг, продажи);
- Много пространства для влияния: вы будете напрямую влиять на выручку и результаты запусков;
- Возможность выстраивать системы;
- Поддержку в онбординге: вы увидите текущие воронки, результаты, материалы;
- Полностью удаленный формат работы и выплаты дважды в месяц;
- Перспективы роста в сторону Head of Marketing / стратегического продуктового маркетинга.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

(состоит из трёх частей)

1. Мини-прогрев под один продукт

В январе мы проводим очный математический лагерь в Подмоскowie для 2-7 классов. Посмотреть про аналогичную летнюю смену можно в посте <https://t.me/pifshtany/4049>

Сделайте:

- краткое описание ЦА (кто родитель, какие боли и сомнения);
- структуру прогрева на 5–7 сообщений в чат (или постов/рассылок):

1. зацепка,
2. усиление боли,
3. новый взгляд / инсайт,
4. демонстрация решения,
5. оффер,
6. работа с сомнениями
7. дедлайн.

Одно сообщение распишите полностью (с текстом), остальные — в виде тезисов.

(Цель — увидеть ваше маркетинговое мышление, чувство ЦА и умение выстраивать логику прогрева.)

2. Разбор примерной ситуации с воронкой

Представьте, что запуск прошёл так:

- в чат запуска пришло 500 человек;
- из них активно читали и реагировали ~40%;
- на вебинар дошло 120 человек;
- заявку оставили 35;
- оплатили 18.

Ваша задача:

- коротко описать, какой это, на ваш взгляд, результат (норм/слабый/сильный — и почему);
- предложить 3 гипотезы, что можно усилить в следующем запуске:
 - в прогреве,
 - в вебинаре/оффере,
 - в коммуникации после вебинара.

(Цель — понять, как вы думаете через цифры и где ищите точки роста.)

3. Текст для запуска в Telegram

Напишите короткий продающий пост для Telegram, который:

- анонсирует старт набора в лагерь;
- объясняет, какую проблему родителя он решает;

- приводит к простому и понятному призыву к действию (записаться/оставить заявку).

Объём — до 1500 знаков.

(Цель — оценить ваш язык, точность формулировок и умение продавать без давления.)

Задание выполняйте в гугл-доке. Готовое задание (в виде ссылки на гугл-док) вместе с сопроводительным письмом, резюме и примерами ваших работ (запуски, тексты) присылайте на почту pifshtany@gmail.com с темой письма «Маркетолог запусков».

По дополнительным вопросам → t.me/vzhzh (Анастасия).