



Hochschule Worms

Marketing-/ Kommunikationskonzept für Pilotphase I

Ziel: Akquise von Proband*innen für SoSe 2017

Vorgehen / Ablauf:

- 1 Erstellung/ Sammlung der **Rahmenbedingungen**:
Modulbeschreibungen, Zertifikatsordnung, Zeitkonzept für Pilotphase I etc.
- 2 Gestaltung des **Webauftritts** & Erstellung des **Infoflyers** (ca. 2 Seiten)
- 3 Identifikation der **Zielgruppen und Kanäle**
- 4 **Verteilung der Info** über versch. Kanäle, z.B. per Mailing an Unternehmen, Social Media etc.
- 5 Entwicklung **Plan B** (IBA-Studierende bzw. im Rahmen des IBA-Präsenzunterrichts)
- 6 Versendung **Reminder**

Zielgruppen (HS Worms):

- | International tätige Unternehmen der Region, bevorzugt KMU
- | Studierende der HS Worms (auch als Kommunikator für Verwandte, Bekannte, Freunde)
- | Alumni der HS Worms (aller Fachbereiche)
- | Kammern
- | Arbeitsagenturen (Weiterbildungsmaßnahmen für Migrant*innen und "arbeitslose Akademiker*innen" etc.)
- | Berufsschulen und -akademien
- | Wirtschaftsförderungen
- | Siehe Verteiler der Onlineumfrage im Rahmen der ZG-Analyse

Mailing:

Kurzes zielgruppengerechtes Anschreiben mit Link zur HOMEPAGE und kurzem Infolyer im Anhang (ca. 2 Seiten).

Zunächst: Mailing an potenziell geeignete Unternehmen über Career Center der HS Worms.

Weitere Verteilungsmöglichkeiten:

Kurzer Text mit Link zur HOMEPAGE:

- | Social Media
- | PR der HS Worms (Facebookseite, Intranet, Homepage unter "Aktuelles/ News", Newsletter)
- | Webseite / Intranet / Newsletter der Kammern, Arbeitsagenturen, Wirtschaftsförderungen
- | Informationsabend an der HS Worms (z.B. im Rahmen der Veranstaltung "KMU meets KMH")

Webauftritt auf Verbundhomepage & HS-Worms-Homepage:

Aufteilung in Informationen für

- 1) Unternehmen (Geschäftsführung und Personal)
- 2) Interessierte / Teilnehmende / Studierwillige

Inhalte: Fakten zu Zertifikatsangeboten abgeleitet aus Modulbeschreibungen, Zertifikatsordnung und Zeitkonzept:

- | Verschiedene Produktangebote (Einzelzertifikat, Abschlusszertifikat, Zertifikatslehrgang, Name des Lehrgangs etc.) (Was?)
- | Ansprechpartner / Beratungsmöglichkeiten
- | Zugangsvoraussetzungen (Englisch, Einstufungstests etc.)
- | Kosten
- | Aufwand
- | Studienformat (Blended Learning – Anteile Präsenz- und Onlinelehre) (Wie?)
- | Zeitübersicht - Präsenztage und Prüfungszeitraum (Wann? Wie lange?)
- | Ort der Präsenzeinheiten/ Beratung etc. – Info zu Anfahrt und Logis (Wo?)
- | Anmeldeschluss / Fristen
- | Infos zu Lehrenden (Wer lehrt?)
- | Prüfungsform
- | Art des Zertifikates (Wer stellt aus und wer erkennt an?)
- | Möglichkeiten der Anrechnung / Anerkennung und Verweis auf späteres Bachelorangebot
- | Einbettung in Gesamtprojekt (Pilotphase I etc.)
- | Unterstützung seitens der Unternehmen (Wie können die Unternehmen ihre Mitarbeiter im Rahmen der Weiterbildung unterstützen (Prämie, Dienstzeit nutzen etc.?)

Als Vorlage dienen folgende Webauftritte:

- | Studienangebote der HS Worms
- | Andere Projekte des Wettbewerbs "Aufstieg durch Bildung: Offene Hochschulen"

Wichtige Tipps:

- | Zielgruppengerechte Sprache und Informationen wählen!
Oft wird aus akademischer Sicht gedacht und verfasst (ECTS, SoSe etc.) (Was interessiert die Unternehmen bzw. die Teilnehmenden wirklich?)
- | Kein bzw. nicht viel Prosastil. Besser: Klare übersichtliche Infokästen, stichpunktartige Auflistungen, tabellarische Übersichten etc.