

GATE-Germany: Internationales Hochschulmarketing mit geringem Budget

09. - 10. Mai 2023

Veranstaltungsort: Online / WebEx

Vorläufiges Programm / Änderungen vorbehalten

Dienstag, 09. Mai 2023

- 09:00 Uhr **Bestandsaufnahme und Analyse der bisherigen Marketing-Maßnahmen**
- Input: Was ist eine SWOT-Analyse? Welchen Nutzen bringt sie? Wie führt man sie durch?
 - Arbeitsphase: Ermittlung des Ist-Zustands inkl. Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken
 - Diskussion: Welche Strukturen und Maßnahmen haben sich in der Vergangenheit als erfolgreich erwiesen?
- 10:30 Uhr **Ziele und Zielgruppen**
- Input: Wie kann man Zielgruppen definieren (Personas, demografische Merkmale etc.)? Wie und über welche Medien erreicht man sie? Wie setzt man realistische Ziele und wie misst man diese? Welche Folgen ergeben sich aus den „Messergebnissen“?
 - Arbeitsphase: Definition von Zielen und Zielgruppen sowie relevanter Medien
 - Diskussion: Welche Schwierigkeiten gibt es beim Erreichen von internationalen Studenten? Und wie können Lösungen aussehen?
- 12:00 Uhr **Student Journey: vom Uninteressierten zum Botschafter**
- Input: Was ist eine Student Journey und was ein Recruitment Funnel? Welche Zyklen durchläuft ein Student während seiner Studienzeit? An welchen Touchpoints kann man ihn wie abholen

und binden? Welche Chancen bietet dabei Marketing Automation? Welche länderspezifischen Unterschiede gibt es?

- Arbeitsphase: Analysieren und optimieren der bisherigen Student Journey
- Diskussion: Wie sehen Student Journeys an anderen Hochschulen aus? Welche Methoden haben sich bei der Generierung von Kontakten/Leads als erfolgreich erwiesen?

ca. 13:30 Uhr **Seminarende**

Mittwoch, 10. Mai 2023

09:00 Uhr **Inbound-Marketing: Website und Organic Social**

- Input: Wie gut wird die eigene Website bei relevanten Suchbegriffen gefunden (SEO-Analyse)? Wie funktioniert Suchmaschinenoptimierung? Welche Bedeutung hat in diesem Zusammenhang das Content Marketing? Welchen Nutzen haben organische Social-Media-Aktivitäten? Wie kann man die Social-Media-Maßnahmen optimieren?
- Arbeitsphase: kurze SEO-Analyse; Erstellung einer To-Do-Liste für die Optimierung der Website und der Social-Media-Maßnahmen
- Diskussion: Was zeichnet einen guten Social-Media-Account aus?

10:30 Uhr **Outbound-Marketing: Online-Werbung und Paid Social**

- Input: Welche Möglichkeiten der Online-Werbung gibt es? Wie funktioniert Suchmaschinenwerbung (SEA) und wie Kampagnen auf Social Media? Wann lohnt sich eine Werbeschaltung auf Google und wann auf Instagram, YouTube & Co.?
- Arbeitsphase: Planung, Erstellung und Budgetierung einer online Werbekampagne
- Diskussion: Welche Erfahrungen wurden mit Online-Werbung bislang gemacht?

12:00 Uhr **Die perfekte Marketing-Strategie**

- Input: Warum braucht man eine Marketing-Strategie? Wie entwickelt man sie? Wie setzt man sie durch und um?
- Arbeitsphase: Entwicklung einer neuen bzw. Anpassung der bisherigen Marketing-Strategie
- Abschluss-Feedback / Reflexion

Trainer:

Axel Kopp

Online-Marketing-Berater,
ursprünglich Kulturmanager (M.A.) mit Schwerpunkt Online-Marketing
Liebigstr. 252 in 50739 Köln
☎ +49 221 30502743

Leitung und Organisation:

Alema Ljumanović-Hück

Leitung Referat S23 - internationale DAAD-Akademie
DAAD, Kennedyallee 50, 53175 Bonn
☎ +49 228 882 707, ✉ ljumanovic@daad.de

Nicole Alef

Referat S23 - Internationale DAAD-Akademie
DAAD, Kennedyallee 50, 53175 Bonn
☎ +49 228 882 635 ✉ alef@daad.de