

Online-Marketing für Bildungseinrichtungen

Eine Einführung

Klaudija Paunovic B.A.

- 1 Was versteht man unter Online Marketing?
- 2 Warum Online Marketing für Bildungseinrichtungen?
- 3 Die vier klassischen Marketing-Ps nach Mc Carthy

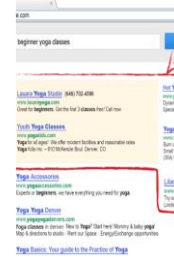
Was versteht man unter Online Marketing?

Was versteht man unter Online Marketing?

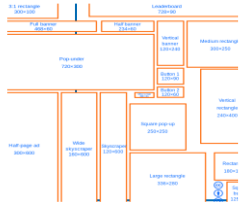




Search Engine Optimization (SEO)



Search Engine Advertisement (SEA)



Display Marketing



Social Media

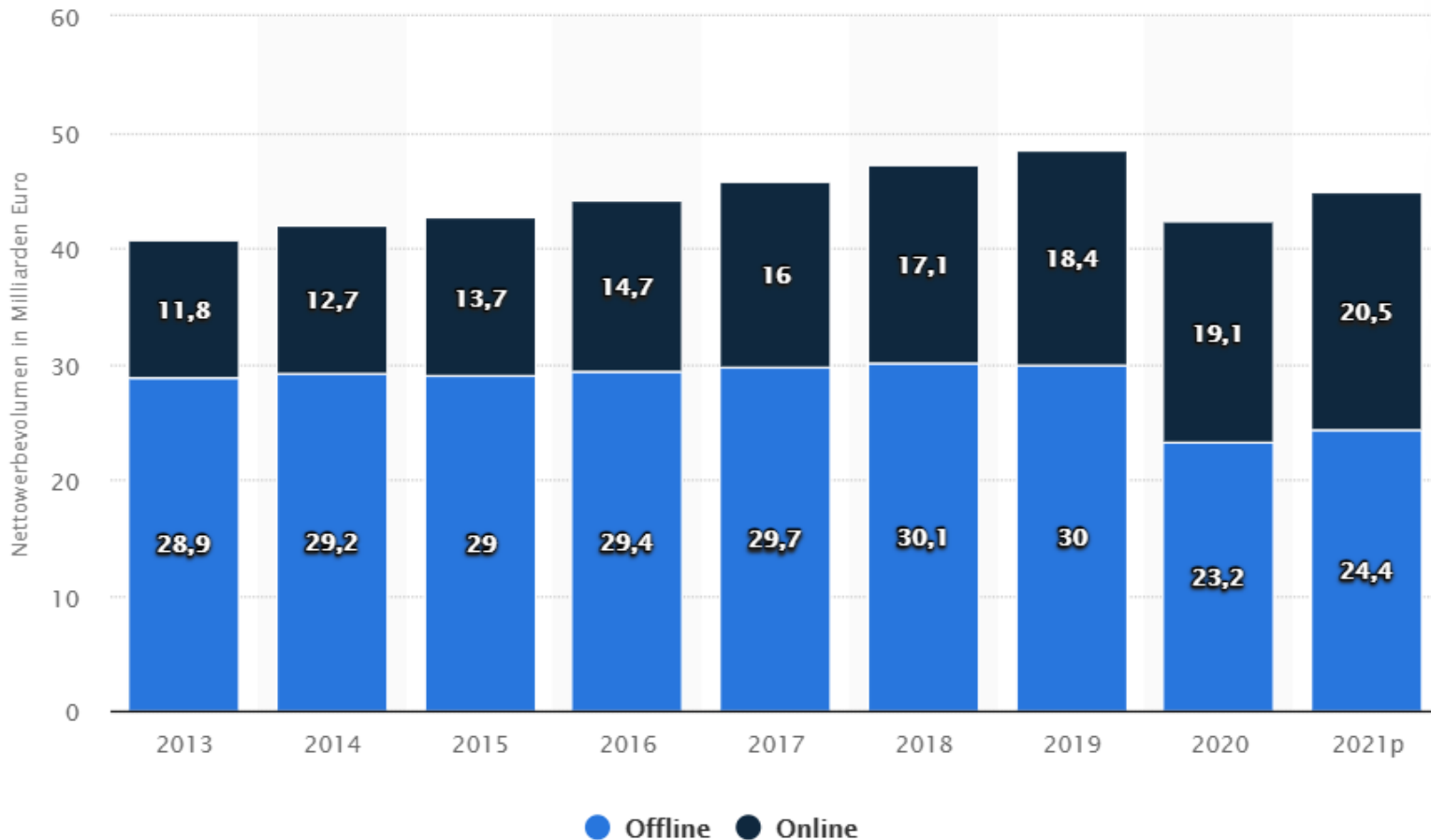


Affiliate Marketing

+ Tracking



Werbe-Ausgaben in Deutschland mit Prognose für 2021



Digital Marketing Monitor 2021 hält fest

- Während vor der Corona-Krise mehr als 50% der befragten KMU angaben, dass die Bereitschaft ihrer Kunden digitale Kontaktmöglichkeiten zu nutzen nur sehr gering oder gering ausgeprägt war, kehrte sich das auf eine fast 90%ige sehr hohe oder hohe Bereitschaft um
- Obwohl der Umbruch wie oben beschrieben massiv ist, bringt die Corona-Krise für die KMU keinen Quantensprung: es wird nur das absolut Notwendigste gemacht.

2

Warum Online-Marketing für ein Bildungsinstitut?

Gängige Kanäle

- Facebook
- Twitter
- Google-Suche
- Freunde
- Schule
- Nähe zum Wohnort



Warum Unis durch Online-Marketing profitieren

- Branding
- Wissenschaftliches Renommé
- Studentenbindung (Freunde anwerben)
- Umsatzsteigerung = Mehr Studenten

Kleine Uni-Rangliste

Die Top ten – und die besten deutschen

1.	Harvard (Vereinigte Staaten)
2.	Cambridge (Großbritannien)
3.	Oxford (Großbritannien)
4.	MIT Boston (Vereinigte Staaten)
5.	Stanford (Vereinigte Staaten)
6.	Berkeley (Vereinigte Staaten)
7.	Princeton (Vereinigte Staaten)
8.	Yale (Vereinigte Staaten)
9.	California Institute of Technology (Vereinigte Staaten)
10.	Columbia University (Vereinigte Staaten)
35.	Ludwig-Maximilians-Universität München
38.	Universität Heidelberg
41.	Humboldt-Universität Berlin

- Jedes Jahr lässt die Zeitschrift "Times Higher Education" mehr als 10 000 Wissenschaftler darüber abstimmen, welche Universität den besten Ruf hat. 2015.



3

Die vier klassischen Marketing-Ps nach Mc Carthy

Von Jerome McCarthy 1960

PRODUCT = Produktpolitik

- Bildungs/Studienangebote
- Struktur & Gestaltung (Webseite)

PRICE = Preispolitik

- Kosten für den Kurs
- Einflüsse: Nachfrage & Angebot, Rabattmodelle

PLACE = Distributionspolitik

- Wie das Angebot erworben werden kann, z.B. nur online

PROMOTION = Kommunikationspolitik

- Welche Marketing-Maßnahmen getroffen werden
- PR & Werbung

Übertragen auf die HHU

- Wie ist der Webaufttritt?
- Grobe SEO-Untersuchung der Webseite: eta-Tags, Speedtest & Searchmetrics
- Welche Studienfächer gibt es?
- Welche sind beliebter?
- Wie sind die Studienfächer unterteilt (Institute) ?
- Was sind Faktoren, um das Studienangebot noch attraktiver zu gestalten, z.B. Professoren mit anerkanntem Renommé ?

Übertragen auf die HHU

- In Deutschland sind die Studiengebühren zwar abgeschafft, aber im Ausland nicht
- Elite-Uni Harvard kostet z.B. 50.000 \$ im Jahr

Übertragen auf die HHU

- Wie kann man sich einschreiben?
- Online bewerben
- Persönlich erscheinen
- Weitere Möglichkeiten erörtern

Übertragen auf die HHU

- Facebook-Seite
- Content (gut für SEO)
- Broschüren
- Besuch in Schulen
- Tag der offenen Tür

Vielen Dank für deine
Aufmerksamkeit!

Bei Fragen bitte wenden an
info@pfauensohn.de