

HET JUISTE MOMENT, DE JUISTE INFORMATIE

HvA bereidt internationale studenten goed voor



- Klant** Amsterdam School of International Business
- Oplossing** Salesforce Education Cloud
- Doel** Automatisering één-op-één marketing en communicatieproces met aankomende studenten
- Doelgroep** Meer dan 2.000 aankomende student aanvragen per jaar
- Inrichtingstijd** 3 maanden

Studenten komen van over de hele wereld naar onze hoofdstad om aan de Amsterdam School of International Business, onderdeel van de Hogeschool van Amsterdam (HvA), te studeren.

Maar voordat ze hier zijn, heeft Bjorn Martin van den Berg en zijn team al veel contact gehad. 'Op basis van hun Student Journey sturen we ze op het juiste moment de juiste informatie.' Om Bjorn Martin en zijn team te ondersteunen heeft Cobra CRM Salesforce Education Cloud ingericht. 'We willen graag iedere student op de juiste plek.'

'Amsterdam School of International Business (AMSIB) is onderdeel van de Hogeschool van Amsterdam en specifiek de faculteit Business and Economics. Onze school is uniek, aangezien we als één van de weinig hogescholen een EPAS-accreditatie hebben ontvangen, een accreditatie die meestal is voorbehouden aan de beste business opleiding bij universiteiten. Ik ben samen met mijn team binnen AMSIB verantwoordelijk voor onder andere de marketing en voorlichting aan internationale studenten', vertelt Bjorn Martin van den Berg.

DE JUISTE INFORMATIE OP HET JUISTE MOMENT

Zonder een diversiteit aan internationale studenten, vertelt Van den Berg, kan er geen echte internationale studie aangeboden worden. Maar studeren in het buitenland heeft vaak veel voeten in de aarde en daarom is het belangrijk dat studenten op het juiste moment de juiste informatie via het juiste kanaal aangeboden krijgen. Dat kan via e-mail, het web of social media en 'soms gaan we zelfs fysiek naar het buitenland om aankomende studenten en hun ouders te ontmoeten.'

Echter, tot voor kort was het ondersteunen van aankomende studenten een ouderwetse aangelegenheid, vertelt Van den Berg. 'We verzamelden leads in het buitenland op papier of in een Excel-lijstje. Dat kan echt niet meer, zeker gezien de GDPR-eisen.

Ook kan onze communicatie efficiënter. Maar de belangrijkste reden om volledige en tijdige informatie te versturen: we willen te allen tijde voorkomen dat een student hier toch niet op haar plek is.'

SALESFORCE EDUCATION CLOUD DOOR COBRA CRM

Om deze persoonlijke communicatie met aankomende studenten te stroomlijnen, besloot Van den Berg Salesforce Education Cloud te laten inrichten door Salesforce partner Cobra CRM. 'We hadden al een project met hen afgerond, namelijk Alumni CRM, om in contact te blijven met onze oud-studenten. We hebben altijd contact gehouden met Cobra CRM en zij waren nooit te beroerd om ons bekwaam en open advies te geven.'

Salesforce Education Cloud is nog maar net live bij AMSIB, maar Van den Berg is nu al enthousiast. Vooral over de begeleiding vanuit Cobra CRM, zoals het meedenken over de roadmap, het vertalen van de wensen en eisen naar de oplossing en het opleiden van de eindgebruikers: 'Alle lof en eer gaat naar Emily van der Hoff, zij is bij Cobra CRM onze steun en toeverlaat. Ze heeft samen met mijn collega Hristijan Ralchev de Student Journey vertaald naar de oplossing. Dus: welke informatie hebben welke studenten op welk moment nodig en hoe laten we dat terugkomen in de oplossing.'

EEN VOORBEELD: VIETNAMESE STUDENTEN

Welke informatie aankomende studenten nodig hebben? Laten we Vietnamese studenten als voorbeeld nemen. 'Vietnam is één van onze focuslanden. We gaan daarom eens per jaar daarheen om Vietnamese middelbare scholieren en meestal hun ouders te ontmoeten. We geven informatie via een brochure over studeren in Nederland en aan de Hogeschool van Amsterdam. Wij noteren dan de basisgegevens: voornaam, achternaam en e-mailadres.'



We hebben altijd contact gehouden met Cobra CRM en zij waren nooit te beroerd om ons bekwaam en open advies te geven.

Bjorn Martin van den Berg

'We voeren de student in en dan ontvangen ze direct een welkomstmail. We vertellen ze dat we het superleuk vonden om ze te ontmoeten en geven nog meer inzicht hoe het is om te studeren in Amsterdam. Ook geven we aan dat we binnenkort contact met ze opnemen met meer informatie. De opvolgende mails besteden we aan onder andere scholarships, aanmelden bij de hogeschool en informatie over het aanvragen van een visum.'

HOREN VAN MEDESTUDENTEN

Overigens, zegt Bjorn Martin, willen aankomende studenten vooral wat horen van hun peers, andere

internationale studenten die het liefst uit hetzelfde land komen als zij. 'We hebben daarom filmpjes gemaakt waarop internationale studenten vertellen hoe het hier werkt, hoe blended learning eruitziet, hoe de tentamens verlopen en dat je in het eerste jaar je eigen bedrijfje moet opzetten.'

Op het moment dat de student zich heeft aangemeld, is de Journey nog lang niet over. Geautomatiseerd ontvangen de aangemelde studenten informatie over het verdere verloop van hun aanmelding via Studielink, DUO, welke diploma's nodig zijn, vervolgstappen via de IND, zorgverzekeringen, het openen van een bankrekening en de eerste weken in Amsterdam. 'Die informatie komt via alle relevante afdelingen, instanties en organisaties bij de student binnen. Met Pardot brengen we alles overzichtelijk bij elkaar om zo op het juiste moment de juiste klantondersteuning aan de student te bieden.'

DE STUDENT ZICH WELKOM TE LATEN VOELEN

Door het sturen van de juiste informatie op het juiste moment verlopen de processen soepeler, maar misschien voelen studenten zich daardoor vooral welkom, vertelt Bjorn Martin. 'Zo creëer je een binding tussen de student en de opleiding, waardoor ook het studiesucces groter is. Het gaat om verwachtingsmanagement: als wat ze meemaken aansluit bij hun verwachtingen, dan zijn ze meer gemotiveerd én blijer.'

Hoe het allemaal in de praktijk gaat werken, moet nog blijken, maar de verwachtingen zijn hoog, aldus Bjorn Martin. 'Ik ken Cobra CRM, vertrouw ze en weet wat ze kunnen. Ik heb dat door het hele project ook gezien. Ze koppelden regelmatig terug, ze nemen eigen initiatief en zijn intrinsiek gemotiveerd om een nonforprofit-organisatie te ondersteunen in het leveren van hun meerwaarde voor de maatschappij.'

