

HET BELANG VAN ENGAGEMENT: AANPASSING AAN EEN ONLINE PUBLIEK

Hogeschool Utrecht boekt succes met online wervings-events



- Klant** Hogeschool van Utrecht
- Oplossing** Salesforce Education Cloud + Pardot
Marketing automatisering + (online) event management app
- Doel** De juiste student op de juiste plek
- Doelgroep** Meer dan 12.000 aankomende student aanvragen per jaar

De Hogeschool Utrecht (de HU) is een van de grootste hogescholen van Nederland. Met meerdere locaties in de prachtige middeleeuwse stad herbergt de HU meer dan 35.000 studenten uit 125 landen.

Samen met overheden, bedrijven en andere instellingen, hebben deze studenten een grote impact op de regio en de samenleving.

Traditioneel ontvangt de HU duizenden aspirant-studenten op de campus tijdens hun Open Dagen en Open Avonden. Ontworpen om een voorproefje te geven van het campusleven, leren bezoekers rechtstreeks van professoren en studenten over de toelatingseisen en de inhoud van het programma. Een 'meet-en-greet' en een rondleiding door de geweldige campus en faciliteiten volgen, waardoor deze evenementen uitermate geschikt zijn voor toekomstige studenten die voor belangrijke studie en carrièrekeuzes staan.

VIRTUEEL GAAN OM IEDEREEN VEILIG TE HOUDEN

Toen de campus in maart werd gesloten om de verspreiding van COVID-19 te voorkomen, werkten de docenten en medewerkers van de HU snel aan het online zetten van het onderwijs en onderzoek voor de huidige studenten, terwijl ze bleven werken volgens de richtlijnen van het RIVM. De afdeling werving was echter niet in staat om de reguliere open dagen en avonden op de campus te organiseren, waardoor een van de meest cruciale stappen in het wervingsproces wegviel. De HU wist dat ze deze virtueel moesten gaan aanbieden aan studiekeizers om hen te helpen bij de belangrijke beslissingen voor de komende semesters van 2020 en 2021.

BELANG VAN ENGAGEMENT: AANPASSING AAN EEN ONLINE PUBLIEK

De HU's reguliere open dagen en avonden zijn vergelijkbaar met een eendaagse conferentie voor studiekeizers en hun familie. Om dat zomaar te vertalen naar een virtueel equivalent zou een uitdaging worden. Niet iedereen zit namelijk te wachten op een virtuele sessie die uren duurt. Tieners en volwassenen hebben immers te maken met de afleidingen van thuis, sociale media enzovoorts.

Daarom creëerde de HU een serie van kortere, 30 minuten tot 1 uur durende virtuele sessies, waarbij de inhoud van één Open Dag werd omgevormd tot meer dan 200 specifieke online evenementen. Elke sessie behandelt specifieke programma's of onderwerpen die voor de studenten relevant zijn. Belangrijker nog, de studenten zijn in staat om direct te chatten met zowel docenten, medewerkers en studenten van de HU. Dit alles in een format dat hielp betrokkenheid te creëren door middel van verschillende communicatiestijlen.

AANKOMENDE STUDENTEN BEGINNEN DE HU TE VERKENNEN

Een online "Open Dag" en "Open Avond" sessie laat studiekeizers live naar presentaties kijken en leert

ze alles over de HU en de aangeboden studies. De meeste mensen zijn gewoon op zoek naar basisinformatie en hebben nog geen behoefte om 1-op-1 met iemand te praten. Als een deelnemer tijdens de presentatie een vraag heeft kan dat via een chatvenster.



Het virtuele formaat verhoogde de HU's kandidatenpool voor de komende semesters, wat bewijst dat het Online Open Dagen Toelatingsevenement een blijvertje is.



AANKOMENDE STUDENTEN DIE VERDER ZIJN IN HET BESLUITVORMINGS PROCES

Een virtueel vragenuurtje werkt geweldig voor personen die waarschijnlijk naar de HU gaan, maar nog steeds twifelen tussen bepaalde studies of specifieke vragen hebben. In dit uur krijgen de studenten de antwoorden op al hun vragen van docenten en huidige studenten.

AANKOMENDE STUDENTEN DIE HET GEVOEL WILLEN ERVAREN VAN HET STUDEREN

Een virtuele oriëntatiedag laat aankomende studenten een dag lang een student volgen door hen toe te laten om virtueel deel te nemen aan een college of project en te chatten met andere studenten en docenten.

DE VERBINDING MAKEN

Het beste onderdeel van de wervingsevenementen van de HU voor studiekeizers was de mogelijkheid om hun toekomstige medestudenten te ontmoeten of te praten met reeds afgestudeerden die nu in hun werkveld aan de slag zijn. Voor de marketing- en communicatieteams was het belangrijk om een open en interactief formaat toe te staan dat identiek is aan de reguliere evenementen, waarbij docenten, studenten en zelfs alumni in contact komen met studenten die geïnteresseerd zijn in een studie aan de HU.

SUCCES

De HU heeft met meer dan 400 virtuele sessies meer dan 9.000 aanwezigen geholpen om te kiezen voor de HU of zich beter voor te bereiden op hun studiekeuze. Een belangrijk winstpunt was daarnaast dat studiekeizers die normaal gesproken niet konden deelnemen aan de wervingsevenementen op de campus vanwege de reistijd, nu de mogelijkheid hadden om alle informatie en zelfs het persoonlijk contact mee te krijgen, vanuit de veiligheid en het comfort van hun huis.

