

# ZUKUNFTS- MARKT 65PLUS

Angebote für Seniorinnen und Senioren  
entwickeln



FRIEDRICH-SCHILLER-  
UNIVERSITÄT  
JENA

## PROJEKTTEAM

**Prof. Dr. Bärbel Kracke** - *Projektleiterin*

**Prof. Dr. Eva Schmitt-Rodermund** - *Projektleiterin*

**Dr. Astrid Körner** - *Projektmitarbeiterin*

**Nicole Fuchs** - *Projektmitarbeiterin*

**Jonas Dirlam** - *Studentischer Mitarbeiter*

**Julia Engert** - *Studentische Mitarbeiterin*

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung, und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16OH21037 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor/bei der Autorin.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



# WORKSHOP

## HERAUSFORDERUNG KUNDENBINDUNG – TEILNEHMENDE WEITERBILDENDER STUDIENGÄNGE AKQUIRIEREN UND BETREUEN

Fachtagung

Vom Projekt zum Produkt: (Weiter-)Bildung für beruflich  
Qualifizierte an Thüringer Hochschulen

Universität Erfurt

29.03.2017

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



HOCHSCHULE  
SCHMALKALDEN

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Friedrich-Schiller-Universität Jena

### Agenda

- Input: Vermarktung von Studiengängen  
(Referentin: Nicole Fuchs, Friedrich-Schiller-Universität Jena)
- Aufgabe I: Ableitung von Marketingstrategien anhand Canvas Modells  
(Moderation: Astrid Körner, Friedrich-Schiller-Universität Jena)
- Aufgabe II: Entwicklung von Strategien zur Kundenbindung und -betreuung  
(Moderation: Andrea Dellit & Eleonore Danz, Hochschule Schmalkalden)
- Diskussion

### Aufgabe 1

Einigen Sie sich gemeinsam auf ein Studienangebot, für welches Sie Kunden akquirieren möchten. Dies kann ein Beispiel aus Ihrer Praxis oder ein fiktives Beispiel sein. Nutzen Sie das Canvas Modell um Ihr Studienangebot und Ihre Zielgruppe(n) zu definieren und entsprechende Marketingstrategien abzuleiten.

Beantworten Sie insbesondere folgende Fragen:

- Wie sieht Ihr Angebot aus? (Wertangebot)
- Welche Zielgruppe(n) spricht Ihr Angebot an? (Kundensegmente)
- Welche Arten von Beziehungen erwartet Ihre Zielgruppe? (Kundenbeziehungen)
- Über welche Kanäle können Sie Ihre Zielgruppe erreichen? (Kanäle)

### Aufgabe 2

# Betreuungskonzepte im Studienverlauf am Beispiel Weiterbildung



#### vor Studienbeginn

Individuelle Beratung zu allen inhaltlichen und organisatorischen Fragen

Zum Beispiel:  
Zulassungsvoraussetzungen, notwendige Unterlagen, Fördermöglichkeiten, Hilfe beim Ausfüllen der Formulare)  
Individueller Ansprechpartner je nach Studienwunsch

#### während des Studiums

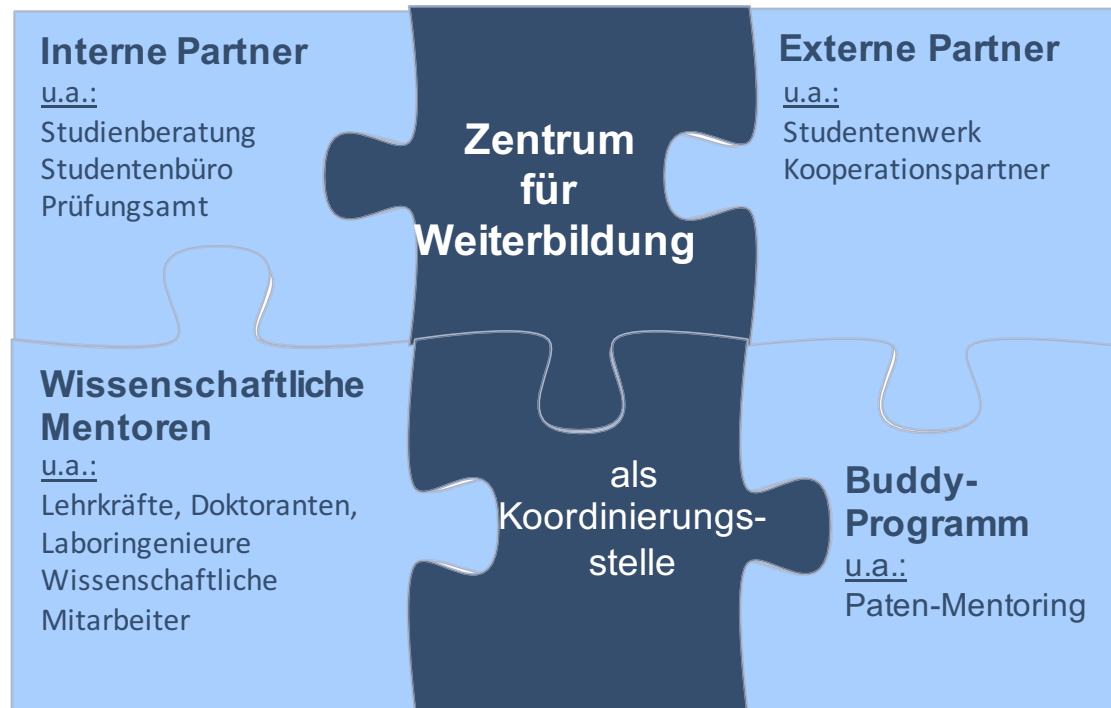
Individuelle Betreuung zu allen inhaltlichen und organisatorischen Fragen

Individueller Ansprechpartner je nach Studiengang

- Betreuung Vorort, per Email und Telefon,
- Studienbetreuer als Kontaktperson zu Studierenden und Dozenten, internen und externen Partnern
- Versand von Skripten und Studienmaterial
- Koordination von Prüfungen bzw. Wiederholungsprüfungen
- Organisation von Veranstaltungen und Exkursionen
- Durchführung von Evaluationen zur Qualitätsverbesserung

### Aufgabe 2

# Betreuungsnetzwerk am Beispiel Weiterbildung



### Aufgabe 2

Überlegen Sie sich ein Betreuungskonzept für den aus Aufgabe kreierten Studiengang.

Beantworten Sie insbesondere folgende Fragen:

- Wie sieht die Beratung und Betreuung vor dem Studienstart aus (inhaltlich und organisatorisch)?
- Wie sieht die Beratung und Betreuung während des Studiums aus (inhaltlich und organisatorisch)?
- Welche Probleme können dabei auftreten? Reflektieren Sie aus Ihrer eigenen Berufspraxis.
- Erarbeiten Sie Lösungsansätze.



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**