

Felsőoktatási nemzetközi marketing

10 marketing tipp a nemzetköziesítéshez

1. A marketingterv kapcsolódjon az intézmény nemzetközi terveihez. Határozzuk meg a kiemelt stratégiai elemeket és fogalmazzunk meg világos célokat.
2. Fontos a szervezeti megoldás: hol helyezkedik el a nemzetközi szervezeti részleg a teljes intézmény szervezetében, milyen más egységekkel működik együtt, hogyan használják ki a szinergiákat.
3. Figyelmet kell fordítani a karok együttműködésére és az intézményen belüli kommunikáció fejlesztésére a hatékony közös erőforrás-felhasználás érdekében.
4. Meghatározó a kollégák hozzáállása és a gyakorlati tapasztalatok megosztása. Hasznos, ha a nem marketinges munkatársak is gyakorlatorientált képzésben részesülnek.
5. A célcsoport-orientáció mellett a márkamenedzsmentre is hangsúlyt kell fektetni.
6. Érdemes újragondolni az adatbázis-marketinget.
7. A piackutatások fontosságát nem lehet eléggé hangsúlyozni, hiszen ezek adják a tervezés alapját.
8. Integrált kommunikáció, piackutatás eredményei alapján strukturált kampányterv a célravezető.
9. Mint minden befektetés esetében, itt is rendkívül fontos a mérhetőség: például a beiskolázási kampányok hatékonyságmérése fontos mutatókkal szolgálhat.
10. Az új kihívásokra rugalmas válaszokat kell találni (pl. virtuális mobilitás, élményszerűség megjelenése).

Kuráth Gabriella (PTE) előadása alapján