

12 tipp

NEMZETKÖZI ALUMNI HÁLÓZAT KIÉPÍTÉSÉHEZ



A korábban Magyarországon tanulmányokat folytatott külföldi hallgatók összefogását célzó nemzetközi alumni hálózat kiépítése 2016-ban vette kezdetét a Campus Mundi projekt keretében. Ennek egyik fontos eleme a hazai felsőoktatási intézményekkel való szoros együttműködés, aminek része az intézményi szintű alumni tevékenységek fejlesztését célzó képzések és tréningek szervezése, a nemzetközi tapasztalatok megosztása.

A 2016 novemberében megtartott első ilyen képzési alkalom témája a nemzetközi alumni toborzása és elköteleződésük erősítése volt.

Carolyn Wever, az Amszterdami Egyetem Alumni Kapcsolatok Fejlesztéséért felelős irodájának igazgatónője a nemzetközi alumni tagok elkötelezésének lehetséges módszereiről beszélt (ők maguk mintegy 140 ezer korábbi hallgatóval állnak kapcsolatban). Pamela Barrett, a Barton Carlyle nemzetközi oktatási tanácsadó cég igazgatója pedig további toborzási fortélyokkal is megismertette a résztvevőket.

► Az alumni hálózat az intézményi brandépítés egyik eszköze. ◀

A nemzetközi alumni megszólítása és elkötelezése már a **leendő külföldi hallgatók toborzásánál** elkezdődik.

Érdemes szem előtt tartani, hogy **az alumni hálózat kiépítése komoly beruházás**, ami hosszú távon fog megtérülni mind az egyetemeknek, mind pedig az országnak.

Az alumni tagoknak rendkívül nagy szerepe lehet egy intézmény nemzetközi promóciójában. **A leghitelesebb az, ha ők a saját tapasztalatukra alapozva mondják el**, miért jó az adott felsőoktatási intézményben tanulni. Hazatérve akár egy helyi öregdiák hálózat létrehozásában is segíthetnek, de számos marketingötlettel is szolgálhatnak.

A külföldi hallgatókat addig kell elkötelezni, **amíg még az országban tanulnak**, mivel hazatérésük után megszólítani őket rendkívül nehéz.

Az alumni munkatársak hatékony munkájának **alfája és omegája a naprakész adatbázis**. A különböző CRM rendszerek használata nagyban segítheti a napi munkát.

Nemzetközi alumni hálózatot **nem lehet önkéntesek nélkül** felépíteni és működtetni.

A nemzetközi alumni tevékenységet – ugyanúgy, mint bármilyen más projektet vagy üzleti tevékenységet – **időről időre felül kell vizsgálni**, a tevékenység hatásainak folyamatos mérése kiemelkedően fontos feladat.

A nemzetközi alumni tevékenység az intézmények nemzetköziesítési céljait is szolgálja – különös tekintettel a külföldi hallgatók toborzására –, ezért célszerű, ha **a nemzetköziesítési stratégia részeként** kezelik.

A **közösségi médiában való kapcsolattartás** fontosságát nem lehet elégszer hangsúlyozni. Figyelembe kell venni azt is, hogy a világ más tájain a kapcsolattartás eszközeül nem csak a nálunk is ismert és bejáratott platformokat használják a hallgatók.

A nemzetközi alumni tevékenységből fakadó **előnyöket érdemes megismertetni az intézmény többi munkatársával és a felsővezetéssel** is!

Az alumni tagoknak nyújtandó szolgáltatásokról, illetve további lehetséges igényeikről mindig érdemes **közvetlenül az érintettektől tájékozódni**, például kérdőívek segítségével.

A tevékenységeink tervezése során mindig figyelembe kell venni, hogy **az egykori hallgatók mely életciklusban járnak**, az adott periódusban mennyire fogékonyak a témára. A pályájuk csúcspontján általában igen elfoglaltak, míg a frissen végzettek még lelkesek és könnyen aktivizálhatók, csakúgy, mint a friss nyugdíjasok, akiknek már több az ideje és a megosztandó tapasztalata.

ANGYAL ZSUZSANNA
Tempus Közalapítvány,
Kommunikációs egység

SZÉCHENYI 2020



Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE