



Daten und Fakten

Kurstermin

14.07.2008
bis 18.07.2008

Konzeption/Leitung

Prof. Heiner Barz
Heinrich-Heine-
Universität Düsseldorf

Zeit/Dauer

je nach Modul 2-5 Tage,
Mo-Do. 10:00 bis 17:00,
Fr. 10:00 bis 16:00 Uhr

Tagungsort

Schloß Mickeln
Alt Himmelgeist 25
40589 Düsseldorf

Anmeldefrist

30.06.2008
(danach auf Anfrage)
oder bis Erreichen der
Höchstteilnehmerzahl
von 12 Personen

Kursgebühren

beide Module: 990,- €
nur 1. Modul: 690,- €
nur 2. Modul: 450,- €

Übernachtung

im Schloss ca. 80,- €,
weitere Hotels/Zimmer
auf Anfrage

Anmeldung/Kontakt

HIER können Sie sich
zum Seminar anmelden.

Prof. Heiner Barz
+49 211 81-15002
info@barz-online.de

Link zur Anmeldung im Klartext:
www.sommeruni-duesseldorf.de/2008/07wpw53

Zielgruppen-Marketing im Weiterbildungsmarkt

Auf dem enger werdenden Weiterbildungsmarkt hat Erfolg, wer die Marktchancen für Bildungsangebote frühzeitig erkennt, seine Programme marktgerecht konzipiert und auf geeignete Weise dafür wirbt. Die Prioritäten der verschiedenen Zielgruppen in Bezug auf Angebotstypen und -inhalte differieren dabei beträchtlich und zwingen Weiterbildungsträger, sich darauf einzustellen. Wer alte Teilnehmergruppen halten und neue soziale Segmente gewinnen will, muss über Bildungsbarrieren ebenso informiert sein wie über milieugeprägte Lebensstile und Wertpräferenzen.

In den letzten Jahren konnte an der HHU Düsseldorf die Erforschung und Implementierung des Milieumarketings für Weiterbildungsinstitutionen realisiert werden. Was im Rahmen eines größeren Projektes mit einigen deutschen Pilotorganisationen an Methoden, Instrumenten und Qualifizierungsmaßnahmen entwickelt wurde, kann in diesem Workshop für die besonderen Bedingungen und Zielgruppen der Weiterbildungseinrichtungen der Teilnehmer fruchtbar gemacht werden.

Seminarinhalt:

Online-Vorlauf: Drei Wochen vor dem Start des Seminars wird auf der Lernplattform ILIAS ein Einführungsmodul freigeschaltet.

1. Tag (Mo): Weiterbildungsmarketing – Ansätze und Instrumente

- Überblick über das Marketing-Management und die Besonderheiten des Bildungsmarketings
- Analysen des Weiterbildungsmarktes
- Absatzmarktforschung
- Konkurrenzumfeldanalysen

2. Tag (Di): Soziale Milieus als Zielgruppen

- Einführung in das Modell der sozialen Milieus nach Sinus-Sociovision
- Einführung in das Milieumarketing für den Weiterbildungsbereich, Best-Practice-Beispiele
- Vertiefung der Milieukenntnisse: „Milieu-Puzzle“

3. Tag (Mi): Angebotswerkstatt

- Spezifikation von Produktideen anhand der Marketing-Matrix
- Analyse, Bewertung, Verbesserung der Angebotsentwürfe
- Arbeit mit dem „Mood-Board“ („Weiterbildungs-Baukasten“)

4. Tag (Do): Zielgruppenpassung

- Text-Werkstatt: zielgruppenadäquates Schreiben
- Bildwerkstatt: zielgruppenadäquate Motive
- Werbung für Weiterbildung
- Event-Marketing

5. Tag (Fr): Überblick Online-Marketing - Instrumente, Möglichkeiten, Kosten

- Homepage als Vertriebs- und Marketingkanal
- Der Bildungssurfer, das unbekannte Wesen
- Verlinkungsvergleich und Suchmaschinenranking
- E-Mailings und Newsletter
- Rechtliche Aspekte des Onlinemarketings

Modul 1
Modul 2

