

Vermarktungsstrategien für den berufsbegleitenden Studiengang der Hotelfachschule Berlin



Zusammenfassung

Seit den letzten Jahren leidet die Hotelfachschule Berlin unter dem Rückgang von Anmeldungen potenzieller Studierender.

Um diesem entgegenzuwirken, hat die Hotelfachschule einen Teilzeitstudiengang entworfen, der im Sommer 2019 erstmalig eingeführt wird.

Unsere Aufgabe war es, Ideen für das Marketing in Form von Newslettern sowie neue Flyer für den neuen Studiengang, zu entwerfen. Zusätzlich war es uns wichtig, eine FAQ-Seite für die Hotelfachschule Berlin zusammenzustellen mit wichtigen Fragen, die sich ein potenzieller Studierender fragen könnte.

Um diese Studiengänge zu fördern, sind wir zu dem Entschluss gekommen Flyer zu entwerfen. Dem potenziellen Studierenden soll deutlich gemacht werden, dass die Hotelfachschule Berlin verschiedene Angebote eines Studiums anbietet, neben dem Vollzeitstudium das neue Teilzeitstudium. Verschiedenfarbige Flyer sollen den Unterschied der verschiedenen Studiengänge deutlich machen.

Lehrer und Studierende der Hotelfachschule gehen seit 2018 an die jeweiligen OSZs und betreiben Akquise. Bei diesen Besuchen werden von Interessenten die E-Mail-Adressen gesammelt. Um mit diesen potenziellen Studierenden, die Ihre E-Mail-Adressen abgegeben haben, Kontakt aufzunehmen, haben wir einen Newsletter entworfen. Dieser Newsletter soll die Schüler der OSZs informieren, dass ab dem Sommer 2019 zusätzlich das berufsgleitende Studium angeboten wird. Dieser Newsletter wird per Email verschickt und hat eine Verlinkung zur Homepage der Hotelfachschule Berlin. Damit kann das Interesse und gleichzeitig eventuelle Fragen zum Studium beantwortet werden.

Zusätzlich sind wir der Meinung, dass eine FAQ-Seite das Sekretariat der Schule, bei eventuellen Fragen, entlasten kann. Viele Studierende haben Fragen, bevor sie sich anmelden. Wir denken, dass so eine Seite die meisten Fragen beantworten kann. Auch eventuelle Ängste können auf diese Weise genommen werden und so potenzielle Studenten ermutigt werden, sich anzumelden.

Wir haben uns ausgiebig mit den drei Marketingmaßnahmen beschäftigt und jeweils einen Vorschlag dazu erstellt.

Wir hoffen, dass wir der Hotelfachschule mit unseren Lösungsvorschlägen helfen konnten und sie diese auch umsetzen werden.