

Bonn, Oktober 2017

Marketing für Angebote im Bereich Erweiterte Lernwelten

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Erweiterten Lernwelten sind erfolgreich gestartet. In 34 Digicirclen arbeiten 150 Volkshochschulen an der Umsetzung von fast 100 unterschiedlichen Projekten. Vielen Dank für Euer Engagement und Eure Motivation Volkshochschule in die Zukunft zu führen.

Bei der Durchführung der Projekte in den Digicirclen zeigt sich immer wieder, dass wir im Bereich Marketing noch besser werden müssen, insbesondere in der Ansprache potenzieller (neuer) Kunden, die mit modernen und effektiven Lernsettings arbeiten wollen. Aus dieser Erkenntnis heraus wurde im Mai 2017 ein Workshop in Zusammenarbeit mit der Agentur Kleiner & Bold durchgeführt, um herauszufinden, an welchen Stellen Änderungen in der Vermarktung vorgenommen werden können und sollten.

Um die Kundenperspektive auf das Kursangebot zu verstehen, wurden echte VHS-Kunden eingeladen und eine sogenannte „Customer Journey“ durchgeführt. Aus der Perspektive von Nutzern war dann nachvollziehbar, wie potentielle Kunden unterschiedlicher Altersgruppen, Lebenssituationen und Bildungsbiografien nach Bildungsangeboten suchen. Das theoretische Konzept, aus dem die „Customer Journey“ stammt, heißt „Service Design“.

Folgende Erkenntnisse brachte der Workshop:

- **Die Kurssuche beginnt auf google.** VHS-Webseiten sind dort meist nicht gut gerankt (Suchmaschinenoptimierung / google adwords – Tipps zur Verbesserung der Findbarkeit s.u.).
- Die Suchkategorien sind eher weniger von Technikbegriffen geprägt, es geht eher um Bedürfnisse und Emotionen.
- Kunden denken eher in Begriffen wie: flexibel lernen, von zu Hause aus lernen, zeitunabhängig lernen, von jedem Ort aus lernen, effizient lernen, kostengünstige Bildungsangebote wahrnehmen, in meinen Alltag einpassen etc.
- Kunden suchen in der Freitextsuche nicht zwangsläufig nach Begriffen wie „online“ oder „digital“. Diese Begriffe sind nicht hinreichend präzise definiert und können nur Kategorien klassifizieren. Sie können als Filter in einer Auswahl dienen.
- Lernen in einer Gemeinschaft (Community) ist wichtig, auch wenn es von zu Hause aus stattfindet.

- Kunden wünschen sich eine zentrale Kurssuche, gegebenenfalls unterstützt durch Printmedien, vertieft durch Informationen auf Webseiten. QR-Codes könnten von Print auf Web verweisen.
- Kunden würden gerne unterschiedliche Kursangebote auf der Webseite schnell miteinander vergleichen können.
- Webseiten der Volkshochschulen sind oft aus der Logik der jeweiligen VHS aufgebaut und machen den Kunden die Orientierung nicht leicht (beispielsweise ist ein Kundenlogin oder die Eingabe von abweichender Rechnungsadresse selten möglich) und die Seiten werden über google nicht gefunden. Besser wäre es, wenn die unterschiedlichen Seiten alle eine einheitliche Navigation aufweisen würden. Optimal wäre nur eine Webseite mit allen Angeboten aller VHS und der Möglichkeit direkt zu buchen.
- Beim Bezahlen ist das Online-Medium nicht durchgehend. Der Kunde ist mittlerweile von jedem Onlineshop das Bezahlen mit Kreditkarte, PayPal etc. gewöhnt. Das findet sich noch eher selten bei den Volkshochschulen.
- ELW eignet sich nicht als Begriff für die Endkundenansprache.
- Online-Lernen ist ebenso ungeeignet als Suchkategorie. Es kann sehr unterschiedliche Bedeutungen haben und weckt unterschiedliche Erwartungen bei Kunden. Auch Kursplanende haben kein einheitliches Verständnis hierzu.

Empfehlungen

Wir haben diese Ergebnisse bewertet und empfehlen Euch folgende erste kleine Maßnahmen zur Verbesserung des Suchens und Auffindens vorzunehmen:

Stichwörter/Tags

Bitte kennzeichnet eure ELW-Kurse alle mit dem Stichwort „online“. Dieses allein ist zwar nicht aussagekräftig genug für die präzise Suche des Kunden, aber wir werden es zukünftig in der gemeinsamen Datenbank OpenVHS und allen anderen Datenbanken als Kennzeichen nutzen, um in Werbekampagnen ELW-Kurse zu selektieren.

Darüber hinaus sind folgende Stichwörter oder Sätze gute Kurs-Kennzeichen für die bessere Suche von Kunden.

- Lernen an verschiedenen Orten
- Lernen von zu Hause aus
- Lernen, wenn du Zeit hast
- jederzeit nochmal nachschauen

Tagging: *Online-Inhalte werden mit „Schildchen“ oder „Etiketten“ versehen, um Inhalte mit zusätzlichen Informationen (Schlagwörtern, Kategorien) auszustatten. Suchmaschinen werten diese aus. Je besser die Tags, desto besser die Findbarkeit!*

- Lernen in der Community
- Lernen im eigenen Tempo
- Onlinebegleitung
- flexibel
- passgenau
- effektiv
- besser lernen
- *online (obligatorisch)*
- Flipped Classroom
- Lernplattform
- vhs.cloud

Text für die Freitextsuche

Neben den Stichwörtern, die dem entsprechenden Kurs im Kursverwaltungsprogramm zugeordnet werden müssen, ist ein Standardtext unter jeder Kursbeschreibung, die die vhs.cloud nutzt, auf der Webseite eine gute Möglichkeit über die Freitextsuche bessere Suchergebnisse für attraktive ELW-Kurse zu erzielen. In diesem Standardtext sind hierfür einige wichtige Stichwörter „untergebracht“. Er sollte nach Möglichkeit nicht verändert werden.

„Dieser Kurs nutzt die vhs.cloud, die Lernplattform der deutschen Volkshochschulen. Damit wird Lernen flexibel und unabhängiger von Zeit und Ort. Sie können online von zu Hause aus oder in der Volkshochschule mit den digitalen Werkzeugen der vhs.cloud arbeiten. Fragen Sie welche Möglichkeiten der Lernplattform Ihr Kursleiter ausgewählt hat und nutzt. Mit der vhs.cloud sind Sie ein Teil der VHS-Community und können sich mit anderen austauschen und vernetzen.“

Wir empfehlen Euch diese zwei kleinen Maßnahmen umzusetzen. Wir arbeiten an einem Filter für „Online-Angebote“ auf Volkshochschule.de und planen google-adwords-Kampagnen hierzu (**Bitte unbedingt prüfen, ob Eure VHS schon die Daten zu OpenVHS exportiert!!!**). Damit kommen wir einer häufig gestellten Anforderung von Kunden, die Kurse auf google besser zu finden, näher.

Anmeldung und Teilnahme an der Datenbank und damit dem Kursfinder auf volkshochschule.de und der vhsApp unter <https://www.dvv-vhs.de/service/openvhs-kursdatenbank/>

Schöne Grüße

Euer Team ELW