

ZIELGRUPPE

1. ZIELGRUPPE KONKRETISIEREN

WER GENAU SOLL ERREICHT WERDEN?
(NATIONALITÄT, STUDIENGANG, SEMESTER,
SPRACHE, LEBENSITUATION ETC.)

2. BEDÜRFNISSE & MOTIVATIONEN

WAS WILL DIESE ZIELGRUPPE? WELCHE
PROBLEME WOLLEN SIE LÖSEN? WAS SIND IHRE
ZIELE?
(JTBD - JOBS TO BE DONE / GAINS)

3. KONSEQUENZ

WAS WÄRE DAS **WORST-CASE Szenario**, WENN
DIE STUDIERENDEN NICHT FÜR IHRE ZIELE
HANDELN?

NUTZENVERSPRECHEN

4. NUTZENVERSPRECHEN (VALUE PROPOSITION)

WAS BIETEST DU IHNEN KONKRET – UND WIE
FORMULIERST DU DAS ATTRAKTIV?
(GAIN CREATOR, PAIN RELIEVER)

5. ANGEBOTE / PRODUKTE

WELCHE KONKRETE ANGEBOTE GIBT ES?

6. ALTERNATIVE LÖSUNG /

KOMMEN DIE STUDIS AUCH OHNE DAS ANGEBOT AN
IHRE ZIELE? WENN JA, WIE?

MARKE

7. FEEL

WIE SOLL SICH DIE MARKE BEI DER ZIELGRUPPE
ANFÜHLEN?

8. KONKRETE PERSONEN

DURCH WELCHE PERSONAS / PERSONEN WIRD DAS
ANGEBOT SPÜRBAR?

KOMMUNIKATION

9. KERNBOTSCHAFT

WELCHE MESSAGES / STORIES /SOLLEN BEI DER
ZIELGRUPPE ANKOMMEN?

10. KANÄLE

WELCHE KANÄLE KOMMEN ZUM EINSATZ?

UMSETZUNG

16. BUDGET /

RESSOURCEN

WELCHES BUDGET UND
RESSOURCEN STEHEN ZUR
VERFÜGUNG?

17. MARKETING

ZIELE

WELCHE ZIELE GIBT ES FÜR DAS
MARKETING?

18. KONKRETE

MARKETING

MAßNAHMEN

WELCHE KONKRETE MARKETING
MAßNAHMEN PLANST DU FÜR DAS
KOMMENDE SEMESTER?

STUDENT JOURNEY

11. BARRIEREN / HÜRDEN

WARUM NEHMEN SIE (NOCH) NICHT TEIL?
(PAINS)

12. TOUCHPOINTS / PLACE

WO KOMMT DAS PROJEKT MIT DER
ZIELGRUPPE KONKRET IN KONTAKT?
WELCHE ANDEREN STAKEHOLDER
HABEN/HALTEN KONTAKTE?

13. VERTRAUENSAUFBAU & AKTIVIERUNG

WIE KANNST DU INTERESSE WECKEN UND
ECHTE TEILNAHME FÖRDERN?

14. ENGAGEMENT & RETENTION

WELCHE MAßNAHME SORGT FÜR
RÜCKKEHR & WEITEREMPFEHLUNG?
(SOCIAL PROOF)

19. METRICS & FEEDBACK

WORAN MISST DU, OB DEINE MAßNAHMEN
FUNKTIONIEREN?

15. PEERS & COMMUNITY

WO TREFFEN SICH DIE PEERS? WIE KÖNNT IHR COMMUNITY BUILDING UNTERSTÜTZEN?

20. ITERATIVES

VORGEHEN