

Digitalisering en personalisatie in het onderwijs

De juiste informatie op het juiste
moment in je Student Life Cycle



Inhoud

Student Life Cycle: de studentreis in stappen

De 4 stappen in de Student Life Cycle

Voor wie is de Student Life Cycle relevant?

Data als vertrekpunt

Een aantal voordelen van een integratie tussen SIS en CRM

Integratie SIS en CRM in de praktijk

Het belang van een integraal beeld

Je kunt niet anders

Voordelen van een integraal beeld

4 De aanpak voor jouw onderwijsinstelling 12

5 Wat is jouw Student Life Cycle? 12

6 Communicatie en personalisatie 13

7 Hoe Dynamics 365 Customer Engagement de Student Life Cycle ondersteunt 14

10 Toepasbaarheid voor onderwijsinstellingen 14

De rol van een externe partner 14

11 BEND CRM - dé CRM-partner voor het onderwijs 15

11 Zo helpen we je jouw Student Life Cycle te digitaliseren 16

11 Klaar voor de volgende stap? 17

Digitalisering en personalisatie in het onderwijs

Het onderwijsveld is in beweging. Dat gaat gepaard met grote uitdagingen: de concurrentie neemt toe, studenten worden veeleisender en verwachten steeds vaker maatwerk. Je doet je best om deze ontwikkelingen bij te houden, maar op het vlak van digitalisering en persoonlijke communicatie valt er nog wel wat winst te behalen. Want maatwerk in de communicatie, afgestemd op de wensen en behoeften van de student, is belangrijker dan ooit.

Bij veel onderwijsinstellingen is de communicatie met studenten die zich hebben aangemeld en ingeschreven redelijk in orde. Het SIS speelt hier vaak een belangrijke rol in. Veel minder grip en zicht is er op de communicatie met studiekeizers en alumni. Ook de communicatie met het werkveld kan op veel vlakken verbeterd worden.

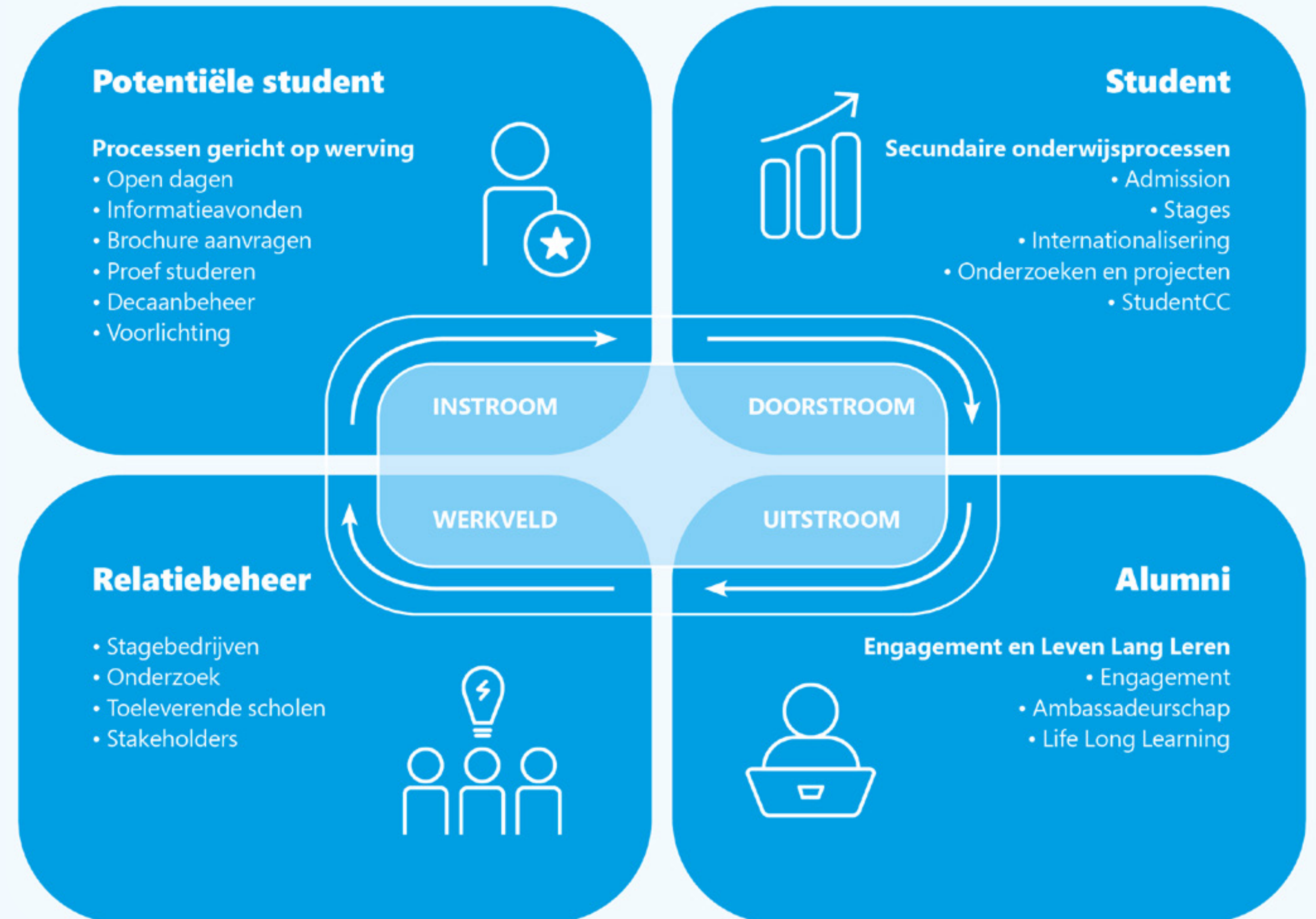
De communicatie verloopt vaak via verschillende platforms en softwareoplossingen, waardoor er geen eenduidige werkwijze is. Bovendien verloopt het werk niet altijd even efficiënt en is er niet altijd stuurinformatie beschikbaar. Ook is het lastig om toegang te krijgen tot de juiste data om persoonlijke communicatie mogelijk te maken, en wordt er niet altijd AVG-proof gewerkt.

Kortom: tijd voor verandering, tijd om van de uitdagingen kansen te maken. Door de hele reis van jouw student te digitaliseren, kun je op elk contactmoment persoonlijke communicatie mogelijk maken. Je krijgt een integraal beeld vanaf het eerste contactmoment en kunt het werk grotendeels automatiseren. Hierdoor kun je de focus verleggen naar het verbeteren van de processen, zodat je meer aanmeldingen krijgt. Het stelt je ook in staat een intensievere band op te bouwen met studenten, wat de kwaliteit en het imago van je onderwijsinstelling ten goede komt. Bovendien geeft het de mogelijkheid om op basis van data continu verbeteringen door te voeren en verder te optimaliseren.

Is dat een kleine klus? Zeker niet. Is het onmogelijk? Absoluut niet! Is het de moeite waard? 100%. In deze whitepaper geven we je inzichten en handvatten op elk punt in de studentreis, en laten we zien hoe digitalisering je helpt om de kansen te pakken. We delen ook concrete tips hoe je deze berg werk op kunt knippen in behapbare stukken die snel resultaat opleveren.

Student Life Cycle: de studentreis in stappen

Studenten vormen de basis van jouw onderwijsinstelling. Vanaf het moment dat ze in beeld komen als studiekeizer totdat ze jouw instelling weer verlaten met een diploma, doorlopen ze de zogenaamde studentreis of Student Life Cycle.



De 4 stappen in de Student Life Cycle

1. Studiekeizer

Zodra een toekomstige student geïnteresseerd raakt in een opleiding van jouw onderwijsinstelling, begint de Student Life Cycle. Er spelen in deze stap vooral processen rondom werving, zoals open dagen, brochureaanvragen en voorlichtingsbijeenkomsten. De communicatie richting studiekeizers is er vooral op gericht om ze te informeren en adviseren.

2. Aanmelder

Heeft iemand zich aangemeld voor jouw opleiding, dan worden er andere processen relevant. De communicatie wordt overtuigender van aard, waarbij een persoonlijke aanpak vaak het beste werkt. Je geeft advies op maat, deelt relevante toelatingscriteria of gebruikt gepersonaliseerde berichten om de aanmelder over te halen voor jou te kiezen.

3. Student

Schrijft iemand zich in, dan wordt de communicatie weer informatiever van aard. Toch is ook hier een persoonlijke aanpak nodig, omdat elke student andere informatie nodig heeft. Ook rondom stages en andere periodes in het buitenland moet er veel communicatie in goede banen geleid worden.

4. Alumni

Na het afstuderen vertrekt je student de wijde wereld in. Natuurlijk hou jij contact, zodat je in beeld blijft voor eventuele vervolgstudies of niet-bekostigd onderwijs. Of je vraagt een student nog eens als gastdocent of donateur. En zo is de cirkel weer rond.

Nauw verbonden met al deze stappen is er ook de relatie met het werkveld. Zo is er bijvoorbeeld rondom de potentiële student communicatie met de toeleverende scholen, en heb je rondom stages contact met stagebedrijven. Verder zijn er ook nog andere externe stakeholders waarmee je wilt communiceren.

Voor wie is de Student Life Cycle relevant?

Is het echt nodig dat je de communicatie in alle stappen van de Student Life Cycle gaat stroomlijnen? Je SIS doet het toch voor een groot gedeelte heel prima, en de rest regel je wel met andere tooltjes?

Deze denkwijze is begrijpelijk, maar helaas niet houdbaar. Oneerbiedig gezegd is dit toch een houtje-touwtje-oplossing. Het gaat misschien een tijd goed, maar vroeg of laat stort de boel toch als een kaartenhuis in elkaar. Dus op de vraag voor wie de Student Life Cycle relevant is, is het antwoord eenvoudig: voor elke onderwijsinstelling die voldoende studenten wil blijven trekken, nu en in de toekomst.

Het klopt dat je, tot op zekere hoogte, grip hebt op stap 2 en 3 van de Student Life Cycle. Maar de wereld is groter dan dat, stap 1 en 4 van de Student Life Cycle zijn minstens zo belangrijk. De communicatie binnen deze stappen is waarschijnlijk zeer versnipperd, niet erg effectief, slecht te sturen en meestal niet AVG-proof.

En dan hebben we het nog niet over de verwachtingen van (potentiële) studenten. Die verwachten namelijk veel van je als het op persoonlijke communicatie en het gebruik van moderne technologie

aankomt. Het is bijna vanzelfsprekend dat ze aangesproken worden op een manier die past en informatie krijgen die op dat moment 100% relevant is. En één ding weet je zeker: vanuit dat versnipperde informatielandschap krijg je dat nooit voor elkaar. Wat je nodig hebt is een totaalbeeld, inzicht in de status, relevante informatie over de persoon en een toolbox waarmee je effectief op persoonlijk niveau kunt communiceren.

En dan hebben we het nog niet over de verwachtingen van (potentiële) studenten. Die verwachten namelijk veel van je als het op persoonlijke communicatie en het gebruik van moderne technologie aankomt. Het is bijna vanzelfsprekend dat ze aangesproken worden op een manier die past en informatie krijgen die op dat moment 100% relevant is. En één ding weet je zeker: vanuit dat versnipperde informatielandschap krijg je dat nooit voor elkaar. Wat je nodig hebt is een totaalbeeld, inzicht in de status, relevante informatie over de persoon en een toolbox waarmee je effectief op persoonlijk niveau kunt communiceren.



Data als vertrekpunt

Een SIS is natuurlijk onmisbaar. Het is een prima oplossing voor een aantal processen binnen jouw onderwijsinstelling. Maar op een aantal vlakken is deze software wel ingehaald door de realiteit. Met name de procesborging rondom aanmeldings- en communicatieprocessen is bij veel onderwijsinstellingen een groot pijnpunt.

Bovendien is een SIS vaak erg registratiegedreven. De stappen in een aanmeldproces kunnen misschien wel vastgelegd worden, maar er is geen ondersteuning voor de verschillende subprocessen die hieraan verbonden zijn.

Wij geloven dat een integratie tussen jouw SIS en een moderne CRM-oplossing de perfecte combinatie is. Waar een SIS traditioneel voor de interne administratieve processen geschikt is, gebruik je moderne CRM-software ervoor dat je de externe processen rondom interactie met klanten. Op dit snijvlak ontstaat een situatie waar 1 en 1 samen 3 worden.



Een aantal voordelen van een integratie tussen SIS en CRM

Aan de ene kant wil je alle relevante gegevens volledig en correct registreren en secundaire processen ondersteunen met het SIS. Aan de andere kant zie je de noodzaak van persoonlijke communicatie met (potentiële) studenten, die overtuigt en op het juiste moment komt. Dat kan met een integratie tussen je SIS en moderne CRM-software.

Betere borging van en grip op eenduidige processen

Bij gebrek aan procesborging in SIS is er een wildgroei aan tools ontstaan om dat wel voor elkaar te krijgen. Hierdoor ontstaan fouten, ontbreekt het overzicht en kan er niet proactief gewerkt worden. Een integratie tussen SIS en een CRM-systeem zorgt voor borging en grip, waardoor dit soort processen soepel, naadloos en voor een deel zelfs geautomatiseerd verlopen.

Verbeterde samenwerking

CRM-software met een SIS-integratie is een uitstekend platform voor samenwerking, bijvoorbeeld tussen opleidingen en het marketingteam.

Prettiger werken

Met een integratie tussen SIS en CRM-software ontstaat een integraal klantbeeld, van waaruit iedereen zijn taken kan voltooien. Werk kan eenvoudig verdeeld en overgenomen worden als dat nodig is, en managers krijgen kant-en-klare sturingsinformatie die 100% klopt.

Differentiatie binnen standaardisering

Kies je voor de juiste CRM-software, dan is het binnen een nieuwe standaardwerkwijze nog steeds mogelijk om af te wijken waar nodig. Elke opleiding kan zo bijvoorbeeld zijn unieke aanmeldproces blijven gebruiken, waarbij alle processen netjes geborgd zijn.

Het toepassen van AI en Customer Data Platform (CDP) in Onderwijsinstellingen

In een tijd waarin digitalisering en personalisatie de sleutel tot succes zijn, omarmen onderwijsinstellingen innovatieve technologieën zoals AI en Customer Data Platforms (CDP). Met een CDP kun je als onderwijsinstelling alle gegevens over verschillende kanalen en systemen verzamelen en verenigen om tot één bron van waarheid te komen om een optimaal 360°-klantprofiel op te bouwen. Deze gegevens kunnen variëren van studentinformatie (SIS) tot interacties op digitale platforms (socials, website). Met behulp van AI kun je als onderwijsinstelling deze enorme hoeveelheden data analyseren en interpreteren.

De kracht van AI stelt je als onderwijsinstelling in staat om geautomatiseerde follow-upacties uit te voeren op basis van

de inzichten die zijn verkregen uit het CDP. Of het nu gaat om het personaliseren van lesmateriaal voor individuele studenten, het identificeren van leerbehoeften, of het voorspellen van conversie resultaten, AI maakt het mogelijk om snel en efficiënt te handelen.

Door deze technologieën te integreren in je werkprocessen, kun je als onderwijsinstelling een meer gepersonaliseerde leerervaring bieden aan studenten, studieadviseurs en marketingmedewerkers met waardevolle inzichten en de algehele efficiëntie van je operaties verbeteren. Zo ben je niet alleen klaar voor de toekomst, maar vorm je ook de toekomst van het onderwijs.



Integratie SIS en CRM in de praktijk

Hoe zo'n integratie er precies uitziet, verschilt per situatie. We geven je graag een voorbeeld uit de praktijk.

Open dagen bij Zadkine

Zadkine is een ROC in de regio Rotterdam waar meer dan 15.000 studenten een opleiding volgen. Een van hun wensen was het verbeteren van de communicatie richting potentiële studenten rond open dagen.

Dankzij de SIS-integratie kunnen we in Dynamics zien of iemand die zich heeft aangemeld voor een opleiding al eerder met Zadkine in contact is geweest, bijvoorbeeld op een open dag of andere voorlichtingsbijeenkomst. Dit geeft inzicht in de conversieratio van zo'n voorlichtingsmoment, zodat je hier verbeteringen in kunt doorvoeren.

Aan de andere kant heb je dankzij de integratie meer inzicht in de voorgeschiedenis van een aanmelder, en krijg je de kans om de juiste follow-up te verzorgen. Een heel simpel voorbeeld laat hier de meerwaarde van zien: zonder integratie stuur je de aanmelder misschien wel informatie over een

voorlichtingsbijeenkomst waar hij eerder al geweest is. Mét integratie weet je precies wat er al gebeurd is, kun je daaraan refereren en op die manier persoonlijk communiceren.

Stel dat je als potentiële student ná het bezoeken van een open dag deze mail krijgt, word je daar dan blij van?

"We hebben je aanmelding ontvangen. We nodigen je graag uit voor de open dag op 29 februari."

Of word je vrolijker van deze e-mail?

"Leuk dat je vorige maand op onze open dag was, en dat je je hebt aangemeld voor deze opleiding. Over twee weken kun je komen proefstuderen op deze opleiding, heb je zin om mee te doen?"

[Meer over deze case](#)



Het belang van een integraal beeld

Dat de communicatie in fase 1 en 4 van de Student Life Cycle voor jouw onderwijsinstelling een uitdaging is, heeft er misschien voor gezorgd dat je deze whitepaper hebt gedownload. Wij geloven dat een integraal beeld, een overzicht over en inzicht in alle stappen van Student Life Cycle dé manier is om je te onderscheiden ten opzichte van andere onderwijsinstellingen.

Je kunt niet anders

De studenten van 10 jaar geleden zijn niet te vergelijken met de studenten van nu, of de studenten van de toekomst. Dat is vooral zichtbaar op het vlak van gepersonaliseerde communicatie. Een paar jaar geleden was het geen enkel probleem om in je marketing en overige communicatie met hagel te schieten, maar de student van nu haal je daar simpelweg niet meer mee binnen. Die verwacht een persoonlijke aanpak en informatie op maat.

Tegelijkertijd wil je als organisatie grip houden op alle communicatie. Niet alleen omdat je regelmatig te maken hebt met privacygevoelige gegevens, maar ook omdat het niet houdbaar is dat iedereen 'zomaar wat doet'. Je tone of voice en een eenduidige presentatie naar de buitenwereld is belangrijker dan ooit. Bovendien kan in deze tijd een verkeerd geformuleerde communicatie-uiting zomaar viral gaan, met alle gevolgen van dien.

Een andere belangrijke reden om te kiezen voor een integraal beeld in alle stappen van de Student Life Cycle, is het feit dat je alumni ook steeds belangrijker worden. We leven in een tijd waar studeren allang niet meer ophoudt na het behalen van een diploma: Life Long Learning is echt geen hype meer. Grote kans dat jij dus ook al cursussen of trainingen aanbiedt aan volwassenen, of van plan bent dat te gaan doen. Hoe mooi is het dan als je eenvoudig een persoonlijke en warme band kunt onderhouden met je alumni, zodat ze bijna vanzelf weer bij jou uitkomen voor vervolgonderwijs?

Voordelen van een integraal beeld

Een integraal beeld op alle stappen van de Student Life Cycle brengt een aantal voordelen met zich mee. We beschrijven er een paar die we in de praktijk tegenkomen.

- Geen wildgroei van tools en software voor communicatie naar buiten
- AVG-proof
- Persoonlijke en gerichte benadering van studenten
- Inzicht in conversies en effect van marketinginspanningen
- Kwalitatieve borging van processen
- Warme relatie met alumni
- Efficiënter werken dankzij geautomatiseerde processen
- Meer kans om twijfelaars over te halen

De aanpak voor jouw onderwijsinstelling

De implementatie van CRM-software en integratie met je SIS is maatwerk. Bekijk in hoofdlijnen hoe je dat aan kunt pakken.

Wat is jouw Student Life Cycle?

Hoewel de fases in een Student Life Cycle min of meer een gegeven zijn, betekent dat niet dat elke Student Life Cycle er hetzelfde uitziet. Daarom start een integratietraject met het uitwerken van de Student Life Cycle van jouw onderwijsinstelling. Welke processen zijn belangrijk, welke stakeholders spelen een rol en zijn er nog bijzonderheden?

Student Journey Mapping: het belang van touchpoints

Een belangrijk onderdeel van het integratietraject is Student Journey Mapping. Dat is een methode waarmee we helder krijgen op welke momenten (aankomende) studenten contact hebben met jouw onderwijsinstelling. Elk contactmoment is een zogenaamd 'touchpoint'. Dat kan bijvoorbeeld het downloaden van een brochure zijn, of het bezoeken van een open dag. Door al deze touchpoints boven water te krijgen, kun je inzicht krijgen in de werking van de achterliggende processen.



Zodra duidelijk is wat de huidige situatie is, prioriteren we gezamenlijk welke elementen uit de Student Life Cycle we in eerste instantie gaan borgen in de CRM-software. Het maakt niet uit in welke fase van de Student Life Cycle we beginnen, het is maar net waar jij de meeste behoefte aan hebt. In veel gevallen beginnen we met de studiekeizer, omdat veel onderwijsinstellingen inzien dat hier nog veel winst valt te behalen.

Zodra we de scope van het eerste subproject hebben vastgesteld, gaan we aan de slag met de integratie. Naast het technische deel gaan we ook al snel op zoek naar de eerste gebruikerservaringen. In een continu verbeterproces werken we zo naar een afgerond product, en daarna kunnen we alles opnieuw doorlopen en steeds meer processen borgen.

Communicatie en personalisatie

Bij het uitwerken van jouw Student Life Cycle en de bijbehorende touchpoints kijken we nadrukkelijk naar kansen en mogelijkheden op het gebied van gepersonaliseerde communicatie. Door de integratie tussen jouw SIS en moderne CRM-software krijg je meer overzicht en kun je dwarsverbanden leggen die eerder niet zichtbaar waren.

Gepersonaliseerde communicatie betekent voor ons twee dingen. Aan de ene kant gaat het om relatief simpele zaken als het gebruiken van iemands voornaam en andere relevante persoonlijke gegevens

in een e-mail. Aan de andere kant, en dit is misschien wel veel belangrijker, betekent het dat je de juiste informatie op het juiste moment aanbiedt. Dankzij jouw SIS en CRM-software verstuur je straks bijvoorbeeld automatisch een e-mail met een uitnodiging voor een studieadviesgesprek als iemand zich 2 maanden na het bezoeken van een open dag nog niet heeft aangemeld. Door deze informatie aan te bieden op momenten dat de ontvanger er ook daadwerkelijk iets aan heeft, maak je het verschil ten opzichte van andere onderwijsinstellingen.

Hoe Dynamics 365 Customer Engagement de Student Life Cycle ondersteunt

Gaat het om de keuze voor een CRM-pakket, dan zijn wij van mening dat er voor onderwijsinstellingen 1 pakket met kop en schouders boven de rest uitsteekt, en dat is Microsoft Dynamics 365 Customer Engagement. Uit onze ervaring blijkt dat dit pakket alle opties biedt die je nodig hebt, zonder dat het log wordt. Bovendien is het erg eenvoudig in gebruik, dankzij de sterke overeenkomst met andere software van Microsoft, zoals Word en Excel.

Toepasbaarheid voor onderwijsinstellingen

Dynamics 365 Customer Engagement biedt een uitgebreid scala aan functionaliteiten die specifiek zijn afgestemd op de behoeften van onderwijsinstellingen. Met zijn flexibele en aanpasbare platform kun je studentgegevens beheren, interacties met ouders en leerlingen volgen, en communicatie stroomlijnen tussen docenten, administratie en andere belanghebbenden.

Een van de meest waardevolle aspecten van Dynamics 365 Customer Engagement is de mogelijkheid om een 360-gradenbeeld van studenten te creëren. Door het integreren van verschillende

databronnen, zoals academische prestaties, gedragsinformatie en extracurriculaire activiteiten, kun je als onderwijsinstelling een holistisch beeld krijgen van elke student. Dit stelt je in staat om gepersonaliseerde leertrajecten te ontwikkelen en tijdig in te grijpen wanneer dat nodig is. Bovendien biedt Dynamics 365 Customer Engagement geavanceerde analyses en rapportagemogelijkheden, waardoor je als onderwijsinstelling waardevolle inzichten kunt verkrijgen uit je gegevens. Door trends te identificeren en toekomstige behoeften te voorspellen, kun je als instelling proactief reageren en je onderwijsaanbod optimaliseren.

De rol van een externe partner

Software-implementaties hebben een slecht imago. Budgetten en tijdlijnen zouden slechts vage richtlijnen zijn, en het is maar afwachten of je aan het eind ook echt hebt wat je wilt. Tegelijkertijd is een CRM-implementatie, inclusief een SIS-integratie, ook niet iets wat je eventjes zelf doet. Daarom is het belangrijk dat je in zee gaat met een betrouwbare partner met kennis van zaken, én kennis van de onderwijswereld. Wij zijn BEND CRM, en willen graag die partner voor jou zijn.

BEND CRM

dé CRM-partner voor het onderwijs

Wij zijn BEND. Een trots bedrijf uit Groningen, dat al voor ontzettend veel onderwijsinstellingen de implementatie van Dynamics 365 heeft verzorgd. Van relatief kleine commerciële opleiders tot en met de grootste ROC's, hogescholen en universiteiten van het land: we hebben het allemaal al eens meegemaakt.

We hebben geleerd dat er veel zaken zijn die voor elke onderwijsinstelling min of meer gelijk zijn, maar nog belangrijker is het inzicht dat er geen standaardoplossing is. Daarvoor verschillen de processen, wensen en mogelijkheden simpelweg te veel.

In Microsoft Dynamics 365 Customer Engagement hebben we hét platform gevonden dat werkt voor onderwijsinstellingen. Binnen het standaardpakket is er genoeg ruimte voor maatwerk, waardoor je het beste van twee werelden krijgt.



Zo helpen we je jouw Student Life Cycle te digitaliseren

Veel onderwijsinstellingen hebben slechte ervaringen met software-implementaties. Het duurt te lang, wordt te duur of het eindproduct voldoet niet aan de wensen en wordt niet gebruikt. Zo doen wij dat niet.

Begin met een roadmap

Door van tevoren met elkaar een roadmap te maken, is een implementatie van Dynamics 365 en een SIS-integratie eigenlijk niet zo spannend meer. En dat doen we écht samen: we leggen in de roadmap vast wat je precies krijgt, wanneer je dat krijgt en wat het kost. De prioriteiten worden vermeld, en we beschrijven wat het project tot een succes maakt. Pas als aan alle eisen voldaan is en alle zorgen weggenomen zijn, zijn we tevreden.

Projectmethodiek

Om implementaties succesvol te laten verlopen, gebruiken we onze bewezen projectmethodiek. Die kunnen we heel kort beschrijven:

We beginnen met een projectplan, inclusief scope en planning van het afgesproken werk. Daarna beginnen we aan het functioneel projectontwerp, oftewel het ontwerp van de processen uitvoer.

De volgende stap gaat over de configuratie van de software, zodat de processen daadwerkelijk geborgd worden in de nieuwe software-oplossing.

Vervolgens gaan we de oplossing testen, waar nodig aanpassen en verbeteren, zodat hij uiteindelijk geaccepteerd kan worden. In de laatste stap wordt de oplossing daadwerkelijk in gebruik genomen en het beheer ingebed in de organisatie. En dan is het tijd voor het volgende proces!





Onderdeel van **AXELIO**

Klaar voor de volgende stap?

Je hebt kunnen lezen waarom personalisatie in het onderwijs zo belangrijk is, en hoe je daar met de juiste software enorme stappen in kunt zetten. Dan werkt iedereen vanuit dezelfde waarheid, is je informatielandschap overzichtelijk en efficiënt, en de wildgroei aan tools stopt. Bovendien hebben managers veel betere stuurinformatie tot hun beschikking.

Daarnaast zullen ook (toekomstige) studenten voordelen ervaren. Een onderwijsinstelling die persoonlijk met je communiceert, en je bovendien op het juiste moment de juiste informatie geeft? Dát maakt verschil in de concurrentiestrijd!



Contact

Ben jij klaar om de mogelijkheden verder te verkennen?

Neem dan contact met ons op, dan maken we snel een afspraak!

🌐 www.bendcrm.nl ☎ 050 820 02 13

Laan Corpus den Hoorn 108, 9728 JR Groningen