

Ambitiedocument Marketing & Communicatie

Team Marketing & Communicatie beschrijft in dit document welke functionaliteiten binnen Microsoft Dynamics 365 en het Power Platform in gebruik zijn genomen/zijn ingericht, gevolgd door de gewenste doorontwikkelrichtingen/-ambities per onderwerp. De genoemde doorontwikkelrichtingen zijn richtinggevend en bedoeld als input voor verdere uitwerking, prioritering en fasering na gunning.

1. Student journey en contactbeheer

Huidige situatie:

- Microsoft Dynamics 365 maakt inzichtelijk in welke fase van de student journey het contact zich bevindt (fases: studiekeizer, aanmelder, student, alumnus).
- Onderscheid tussen studiekeizer en ouder/begeleider (onderling verbonden).
- Profielopbouw met o.a. interesses, gedragsdata, contactmomenten, contentinteracties, evenementen.

Doorontwikkelingrichtingen student journey en contactbeheer:

- Integratie met het SIS om profielen te verrijken met conversie-informatie en de student te kunnen volgen in de verdere fases van de student journey.
 - Statusupdates profiel/student journey:
 - datum aanmelding
 - gekozen opleiding(en)
 - status aanmelding
 - datum inschrijving
 - ingeschreven opleiding
 - daadwerkelijk gestart
 - datum afstuderen
 - datum schoolverlaat

2.1 Evenementenorganisatie

Huidige situatie:

- Processen zijn ingericht op basis van gebeurtenissen.
- Het registreren van evenementen/gebeurtenissen (locaties, sessies en capaciteit), zoals; open dagen, infoavonden en workshops.

- Aanmeldformulieren (gebouwd in Microsoft Dynamics 365, die ge-embed kunnen worden op de website).
- Registratie van aanmelders (potentiële studenten en/of ouders/begeleiders).
- Registratie van bezoekers (d.m.v. een QR-code scanner die check-in registreert per locatie).
- Evenementencommunicatie (bevestiging, voorbereiding, herinnering, post-event follow up): multichannel (e-mail en sms).

2.2 Meeloopdagenorganisatie

Huidige situatie:

- Proces is ingericht op basis van leads (niet op basis van gebeurtenis(sen)). Zie bijlage 14 Weergave meeloopdagenproces ter kennisname.
- Het proces aan de kant van de docent is ingericht middels Power Automate, d.m.v. formulieren (docenten hebben geen toegang/inzage in het Microsoft Dynamics 365).
- Aanvraagformulieren (gebouwd in Microsoft Dynamics 365, die ge-embed kunnen worden op de website).
- Registratie van aanvragen.
- Communicatie richting potentiële student via Microsoft Dynamics 365 (aanvraagbevestiging, afspraakbevestiging, herinnering en mogelijk wijzigingsbevestiging, inactivatie en/of annulering).
- Communicatie richting docenten via Power Automate flows (aanvraag, afspraakbevestiging, herinnering en mogelijk wijzigingsbevestiging en/of annulering).

Doorontwikkelrichtingen evenementenorganisatie (incl. meeloopdagen):

- De mogelijkheid om met filters te werken in het aanmeldformulier.
- De mogelijkheid om op basis van een geselecteerd antwoord een vervolgvraag te kunnen stellen in het aanmeldformulier.
- De mogelijkheid om tijdsloten te kunnen laten boeken (incl. de mogelijkheid om af te kunnen melden, zodat het tijdslot weer beschikbaar komt).
- Sessiekeuze en roostering per deelnemer (incl. begeleider/ouders).
- Wachtlijstbeheer.
- Enquêteresultaten die herleidbaar zijn naar potentiële student.
- Meeloopdagen organisatie op vaste dagen, naast de meeloopdagen op aanvraag. Dus op basis van gebeurtenis i.p.v. op leads, maar wel dusdanig dat we niet voor 480 opleidingsvarianten een eigen formulier ontwikkelen.
- Eventrapportages: zie hoofdstuk 5 Rapportages en dashboards.

3. Campagnes

Huidige situatie:

- Gesegmenteerde marketingmailings op profielen (vmbo/havo/vwo, interesses, gewenst startjaar, maar ook basis van bezochte evenementen die niet door Talland College worden georganiseerd).
- Personalisatie (dynamische contentblokken, merge fields).
- E-mailsjablonen binnen de huisstijl.

Behoeften campagnes:

- Ondersteuning bij het inrichten van segmentaties.
- Kennisoverdracht/Training op het gebied van A/B-tests, performance analytics, bouncebeheer.

4. Relatiebeheer

Huidige situatie:

- Beheren van accounts (vo-scholen, gemeenten en leerplichtambtenaren), incl. sublocaties
- Beheren van contacten en onderliggende verbindingen.
- Vastleggen van gespreks-/bezoekverslagen, afspraken, notities en taken (binnen Microsoft Dynamics 365).
- Vastleggen van evenementen die door vo-scholen zelf worden georganiseerd (beroepenmarkten, gastlessen e.d.) en hun wensen ten aanzien van onze bijdragen (voorlichters/sprekers).

Doorontwikkelingrichtingen relatiebeheer vo-scholen:

- De leverancier ondersteunt opdrachtgever bij het in kaart brengen en verbeteren van bedrijfsprocessen, gericht op beter benutten van Microsoft Dynamics 365.
- Koppeling met DUO om accounts (vo-scholen/stichtingen) automatisch in te laden en te actualiseren.
- Koppeling met Teams agenda en Tasks.
- Koppeling met Outlook, t.b.v. inladen e-mailconversaties.
- Workflows voor voorlichters/sprekers en Team Advies & Begeleiding.
- Training en adoptieplan voor gebruikers.
- Organisatie decanendagen en follow-up flows.
- Voortgezet onderwijs-rapportages: zie hoofdstuk 5 Rapportages en dashboards.

5. Rapportages en dashboards

Huidige situatie

- Momenteel maakt Marketing & Communicatie enkel gebruik van exports naar Excel om te kunnen rapporteren. Er zijn geen actuele realtime dashboards en rapportages binnen Microsoft Dynamics 365.

Doorontwikkelingsrichtingen rapportage en dashboards:

- **Dashboards en rapportages voor Marketing & Communicatie en Management in Microsoft Dynamics 365 (en indien nodig Power BI), ten behoeve van onderstaande informatiebehoeften:**
 - Eventrapportages/dashboards:
 - Vooraf en 'aan-de-deur-' aanmeldingen per evenement (per locatie en per opleiding(srichting)).
 - Aantal binnengekomen aanmeldingen per evenement per weeknummer.
 - Daadwerkelijke opkomst per evenement per locatie en per opleiding(srichting) vs.no show.
 - Aantal aspirant-studenten per vo-school per evenement.
 - Jaar-op-jaar vergelijking per evenement (5 jaar terug in de tijd).
 - Vergelijking vorige evenement (van hetzelfde type) in hetzelfde wervingsjaar.
 - Conversie naar vervolgacties.
 - Conversie naar aanmelding opleiding.
 - Kanaaleffectiviteit.
 - Vo-rapportages/dashboards
 - Aantal aspirant-studenten per wervingsjaar per vo-school.
 - Aanmeldingen decanendag en daadwerkelijke opkomst decanendag.
 - Inzicht in marketingcampagneprestaties.
 - Inzicht in funnel/student journey per fase
 - Conversiepercentages per opleiding(srichting), regio, vo-school en doelgroep.