



transformer

// SVEB / FSEA

Gaby Neyer

QM-zertifiziert?



transformer

// QM-Labels – wieso?

Was sind Gründe für ein Bildungsinstitut, sich für ein QM-Label zertifizieren zu lassen?



// Beantwortet ein QM-Label die wesentlichen Fragen des Kunden?

- Qualität der Weiterbildung?
- Anerkennung des Diploms national / international?
- Entwicklung des Arbeitsmarkts?
- Nachhaltigkeit, berufliche Chancen?
- Entwicklungsmöglichkeiten?



// Nein! Aber was können Zertifizierungen beim Kunden bewirken?

- Sie sollen Transparenz / Glaubwürdigkeit / Sicherheit schaffen.
- Sie bieten Differenzierungsmöglichkeit für die Anbieter untereinander.



// QM-Label erhalten – und dann?

Warum also die Labels nicht auch nach der Zertifizierung intensiver nutzen fürs Marketing?



// Quality-Management und Marketing

- Kunde steht im Zentrum
- Wandlung Verkäufermarkt ➡ Käufermarkt
- Kein High-Involvement-Product
- Professionalität im Marketing-Management?
- Synergieeffekte ➡ dem Zufall überlassen

// Quality-Management und Marketing (2)

- Immaterielle Güter ➡ qualitativ schwer zu bewerten
- Grosser Interpretationsspielraum durch den Kunden
- Käufer definiert «Qualitätsempfinden» ➡ Nutzungserwartungen
- Qualität des Guten ➡ immer wieder hervorheben

// Aber – die Chancen sind:

- Labels ➡ zielgruppenübergreifend
- Labels ➡ emotionale Aufladung
- Sichtbarkeit der QM-Labels erhöhen ➡ ohne grosse Kostenfolge



// Analyse: Die QM-Labels

Wenn man sich mit diesem Thema befasst,
befindet man sich in ...



// Quizfrage: Was steht für was?



Zertifizierter Qualitätsbetrieb
Entreprise de qualité certifiée



transformer

// Grundsätzliches

- Wildwuchs
- Was ist Qualität und was Werbung?
- Zertifizierungen unterliegen einer Inflation.
- Breitest etablierte Label wie «ISO» ➡ sind klar im Vorteil.

// Heterogenität in der Anwendung am Beispiel eduQua



transformer

// Analyse: aktueller Umgang mit QM

Website-Beispiele

// Integration QM



→ Schon auf der Startseite im Slider wird Qualität kommuniziert:

→ «Wir garantieren Qualität.»

// Integration QM



→ Über uns →
Zertifizierungen:

→ Hier werden
verschiedene Labels
aufgeführt mit Logos
und Erklärung zu
deren Werten.

// Integration QM

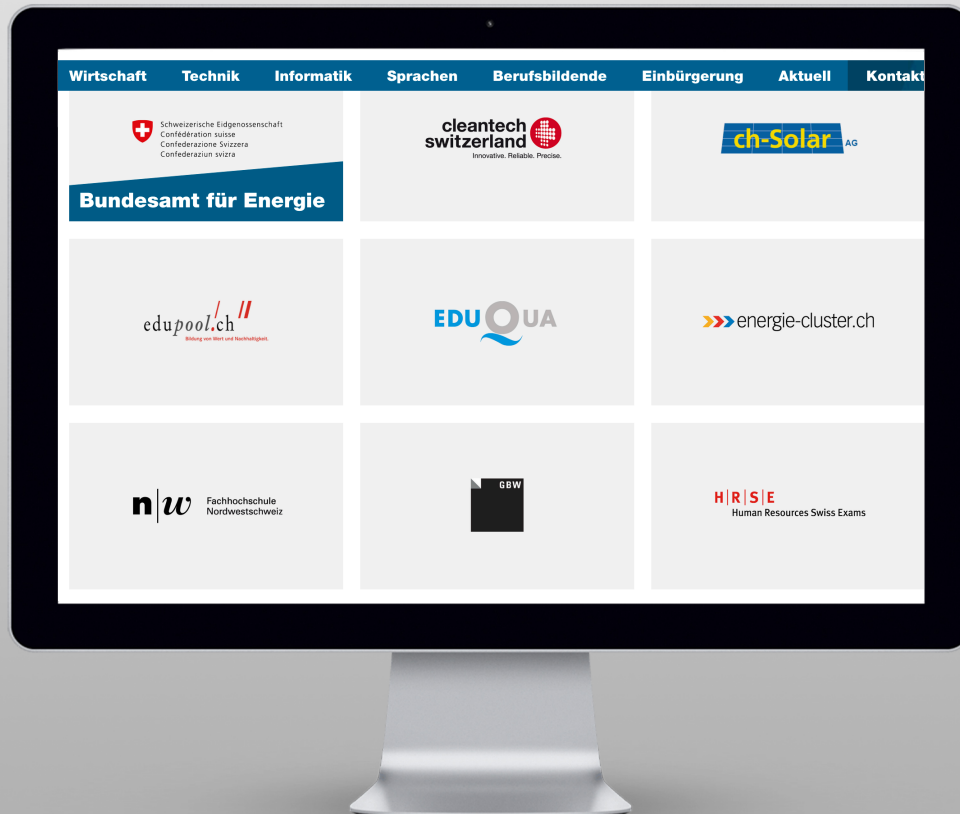


→ Auf der Startseite wird eine Bewertung mit ***** aufgeführt:
ausbildung-weiterbildung.ch

→ Zertifizierung?

→ Gewohntes System weckt trotzdem Vertrauen.

// Integration QM – Beispiel unter «Partner»



- Auf der Subsite werden Partner / Zertifikate / Labels gemischt aufgeführt.
- Keine Erklärungen dazu sind ersichtlich.
- Bei Click auf die Box wird auf die entsprechende Website weiterverlinkt.
- Für den Interessenten schwierig einzuordnen.

// Integration QM



→ eduQua-Zertifikat abgebildet.

→ Von der Startseite «Home» in zwei Clicks beim Zertifikat

// Integration QM



→ In einer Start-Box werden immer wieder Infos aus dem QM-Bereich publiziert.

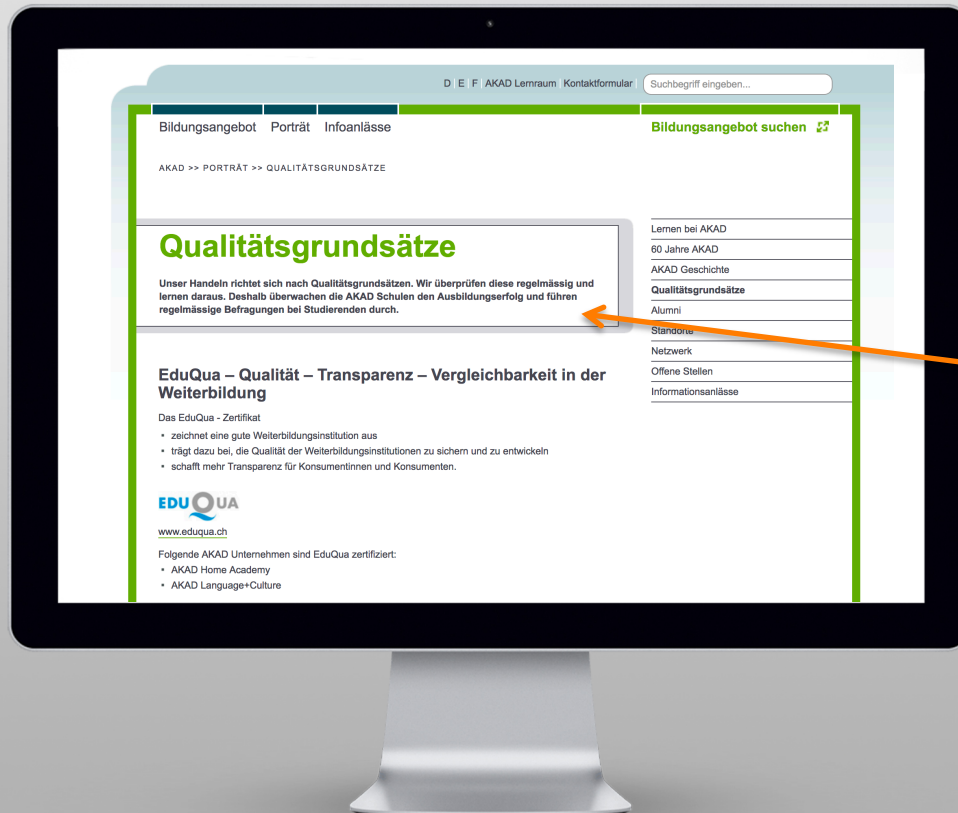
// Integration QM



→ QM-Sub-Seite ist grosszügig.

→ Leider ohne Labels, dafür mit viel Content.

// Integration QM



Von der Startseite «Home»

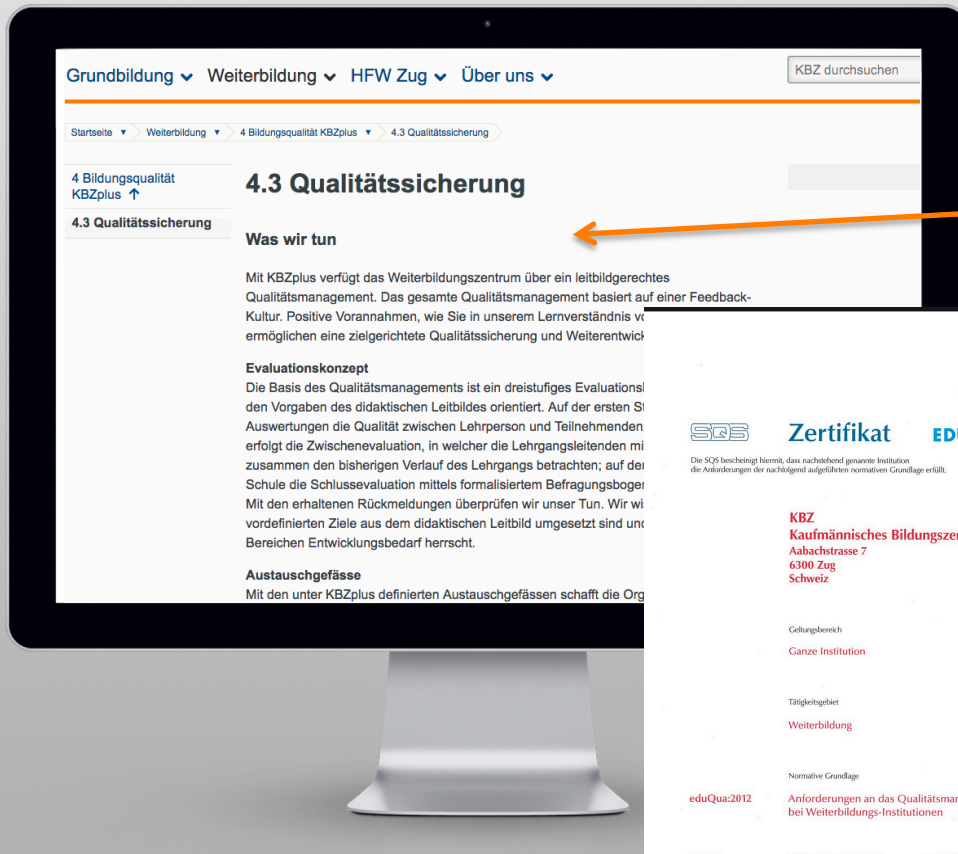
in zwei Clicks beim QM

→ Qualitätsgrundsätze
ausformuliert

→ mit Label-Integration

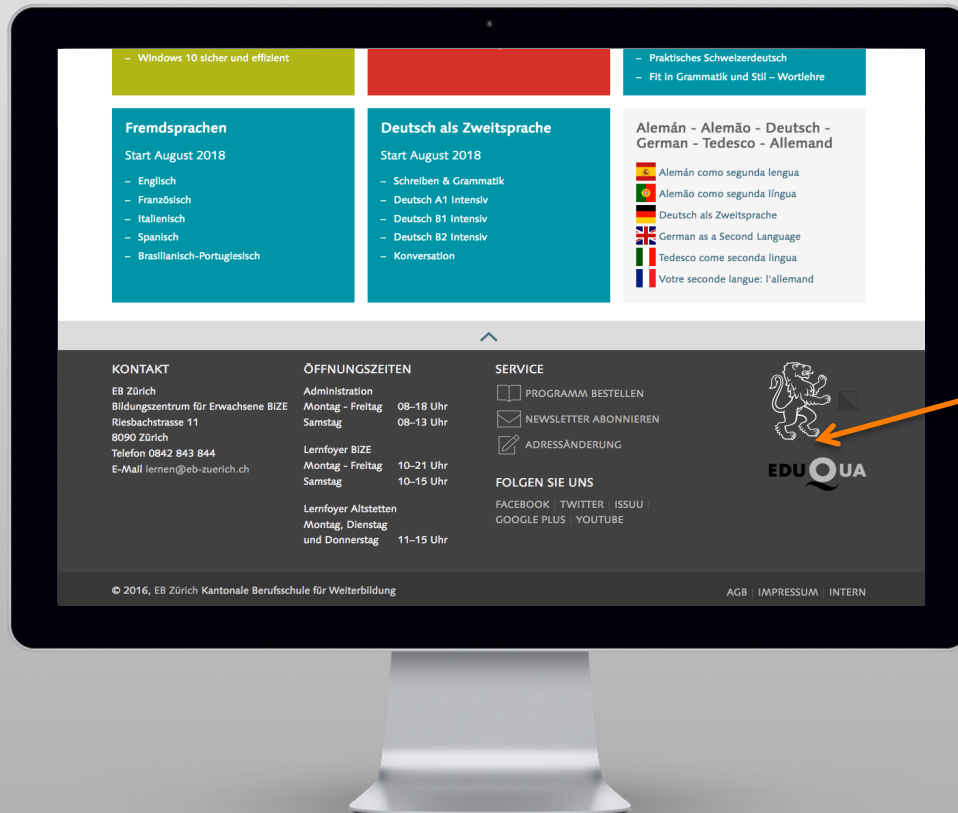
→ ohne Zertifikatsabbildung

// Integration QM



- Unterseite «Weiterbildung»
- «4 Bildungsqualität KBZplus»
- «4.3 Qualitätssicherung»
- Zertifikat abgebildet

// Integration QM-Logos – häufig anzutreffen



→ QM-Logos befinden sich im Website-Footer.

→ Keine weiteren Inputs zum Thema.

→ Dies haben wir bei sehr vielen analysierten Bildungsanbietern so vorgefunden.

// Das gibt es auch ...



// Frage 1

Wie wird ein QM-Label
zum Erfolgsfaktor?

// Wie wird ein QM-Label zum Erfolgsfaktor?

- Dem Kunden Wissen um die Qualität und Bedeutung der Labels vermitteln
- Die Labels mit Inhalt füllen – Publikationen mit Erklärungssatz!
- Die Labels mit EMOTIONEN verbinden
- Erreichte Erfolge kommunizieren
- Die Schule muss die Labels leben!

// Frage 2

Was sind die Voraussetzungen, dass QM Marketing und QM Labels zum Verkaufsargument werden können?

// Wie werden QM-Labels/-Marketing zum Verkaufsargument?

- Labels in alle Verkaufsmassnahmen integrieren
- Verkaufsgesprächen und Infoabende ➡ QM-Labels erklären
- Differenzierung im Umgang mit den Labels

// Frage 3

Wie füllt man ein QM-Label mit Inhalt?

// Wie füllt man ein QM-Label mit Inhalt?

- Integration QM-Bereiche in Unternehmens-Grundsätze / Leitbild / Vision-Mission / Jahresbericht
- **Aktiv** darüber sprechen
- Informationsmaterial dazu anbieten
- Man lebt es!

// Frage 4

Wo liegt in QM-Label Potenzial für Storytelling?

// Wo liegt in QM-Label Potenzial für Storytelling?

→ QM-Erfolge!

→ Diplom- und Abschlussfeiern

→ Testimonial-Aussagen

→ Mitarbeiter-Interviews

→ Prozessbeschriebe – wie sind wir zu diesem Erfolgen / Ergebnis gekommen?

// Frage 5

QM-Marketing im Social Media-Bereich?

// QM-Marketing im Social Media-Bereich?

→ UNBEDINGT!

→ Zielgruppengerechte Plattformen

→ Emotionale «Posts»

→ Differenzierungspotenzial

// Potenzial – Ziele

// Wohin soll die Reise gehen?



Dorthin, wo das
Gütesiegel ZEWO heute
im Spendenmarkt steht.



Dorthin, wo das Detail-
handels-Label MAX
HAVELAAR steht.

transformer

// Ziel soll sein, ...

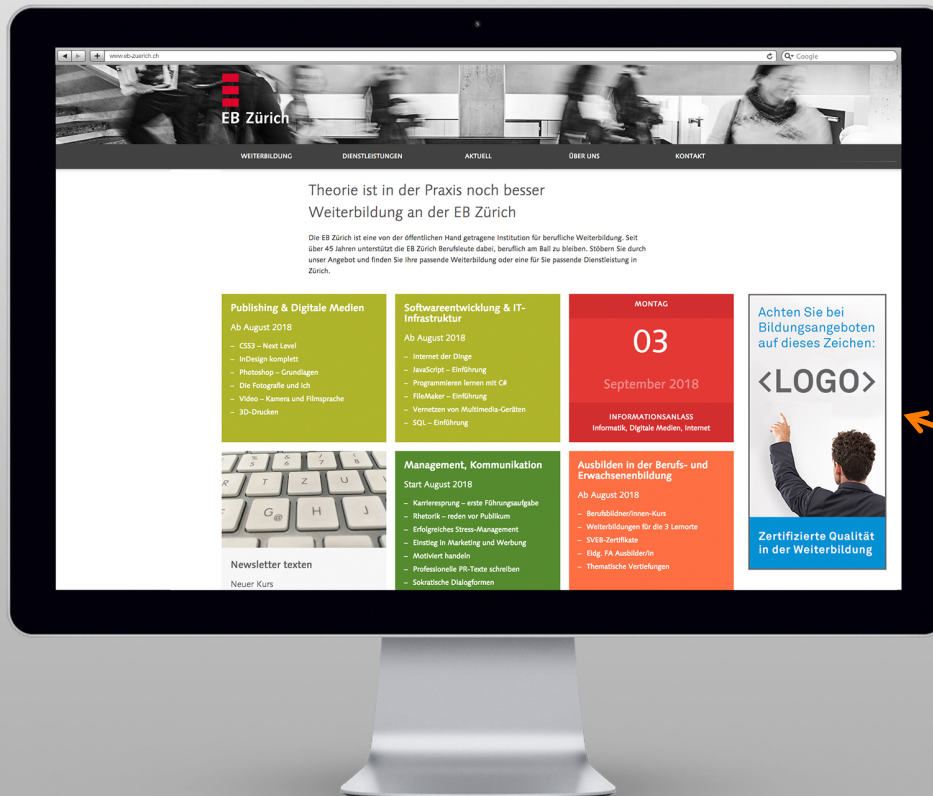
... dass weiterbildungs-interessierte Personen wissen:

«QM-zertifizierte Schulen
bieten für mich einen echten
Mehrwert an Qualität.»

// Und wie erreichen wir das?

Praktische Möglichkeiten anhand von realen und fiktiven Beispielen.

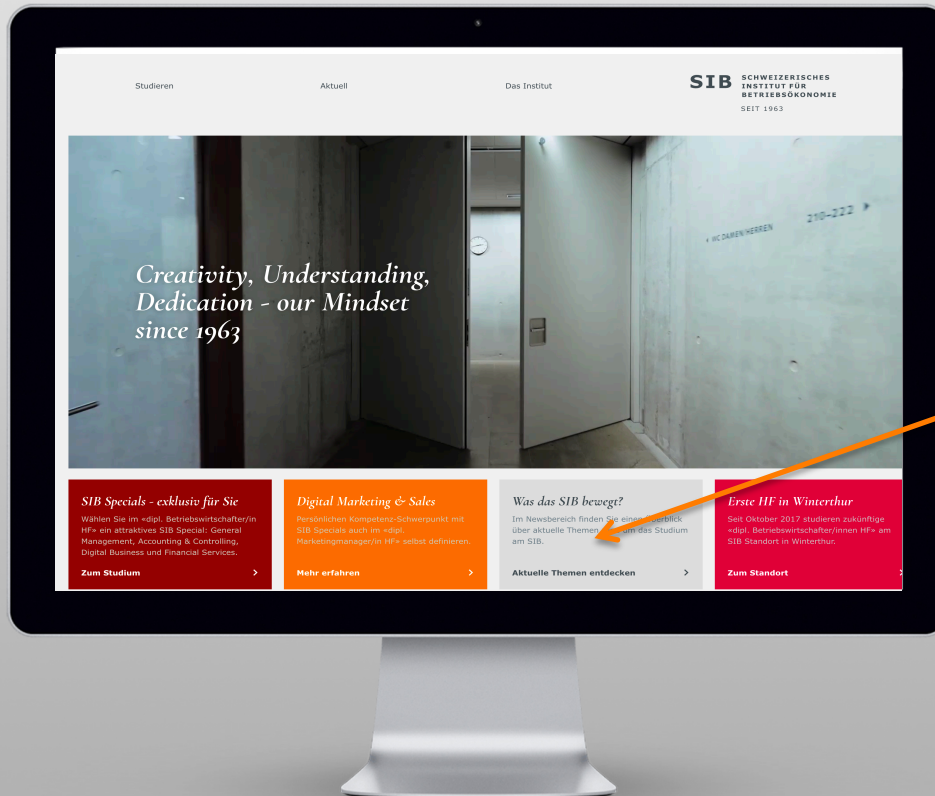
// Beispiel fiktiv – Integration Ad auf Website



→ Auf der Startseite werden Ads platziert.

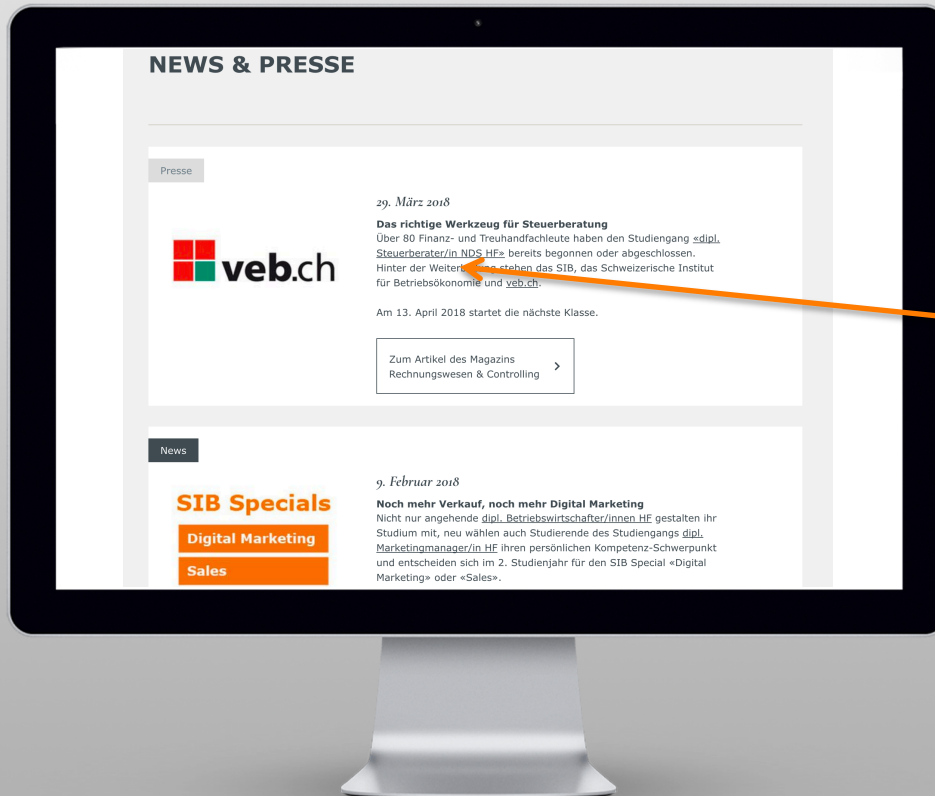
→ Diese können individuell auf Sub-Sites der Schule zum Thema «Qualitätsmanagement» verlinkt werden.

// Integration QM-Content – Homepage



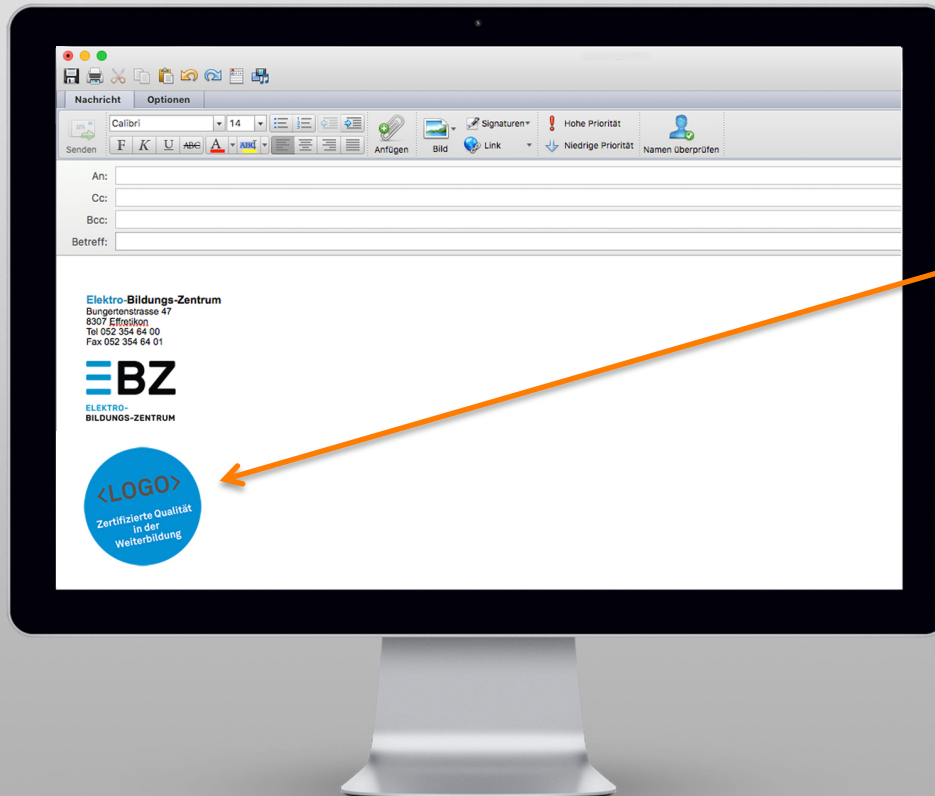
→ Innerhalb einer Start-Box werden immer wieder Infos aus dem QM-Bereich publiziert.

// Integration QM-Content – Homepage



→ Und im News-Release werden auf der Subsite Detailberichte aus dem QM-Bereich publiziert.

// Integration QM-Button in Mailfooter



→ Mailfooter-Button

// Beispiel fiktiv – Integration Button in Inserate



**Wirtschaftskarrieren
starten bei uns!**

Dipl. Betriebswirt/-in HF
Nächster Start am 23.10.2018

<LOGO>
Zertifizierte Qualität
in der
Weiterbildung

Join us!

Alles für Ihr Weiterkommen unter einem Dach

→ Wichtig: Erklärungstext!
«Zertifizierte Qualität in der
Weiterbildung.»

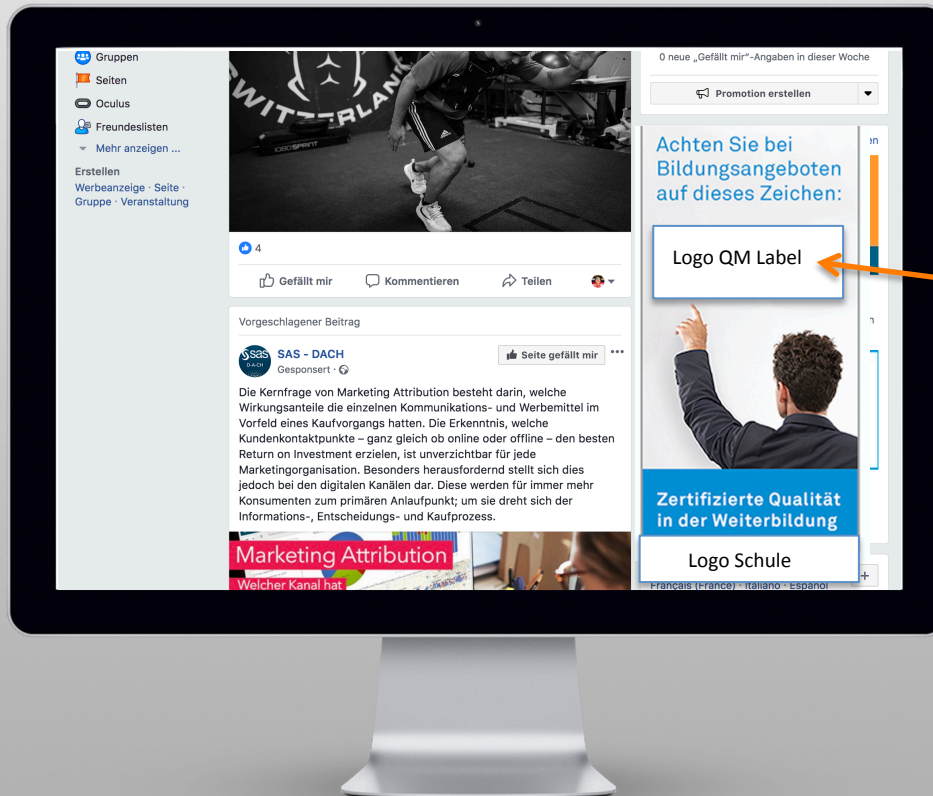
// Beispiel fiktiv – Integration Kursprogramm Front



→ Auf Titelseiten

→ Erklärungstext:
«Zertifizierte Qualität in der
Weiterbildung»

// Beispiel fiktiv – facebook Ads

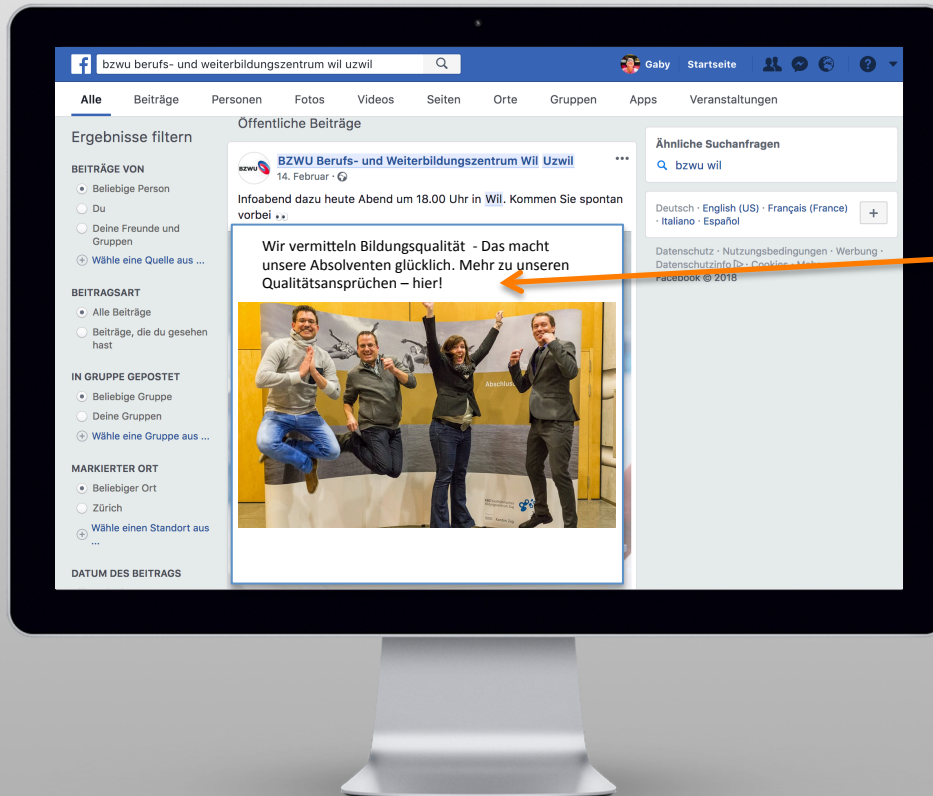


- Zielgruppengerechte Ads
- mit Regio-Targeting und Weiterbildungs-Targeting

→ Logo QM-Label und Logo Schule sind integriert.

→ Verlinkung auf Website der Schule.

// Beispiel fiktiv – facebook Post



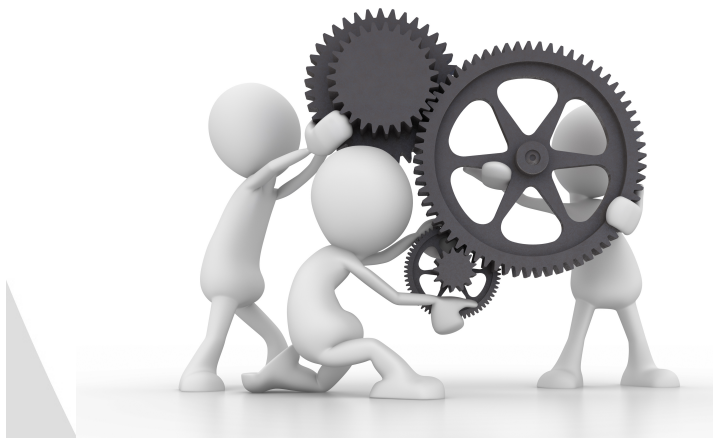
In den Posts auf die Integration von Keywords achten wie:

- Bildungsqualität
- Zertifizierung
- Qualitätsmanagement

// Und: enorm wichtig!

Die effizientesten Botschafter sind:

- Mitarbeitende
- Lehrpersonen
- ehemalige Teilnehmende



// Zusammenfassung – Grundsätzliches

- QM-Labels immer und überall **mit Erklärung** zu Inhalt und Wert publizieren.
- QM-Labels **wo immer möglich** mit publizieren!
- QM-Labels in allen Kontakten mit dem Kunden **erklären**.

// Zusammenfassung

// Massnahmenkatalog

Extern

- Buttons für Prospekte, Programme, Mailfooter, Inserate
- Ads online, Printprodukte
- Infoabende / Verkaufsgespräche
- Social Media-Posts und Ads (Testimonials / Storytelling)
- Website:
 - . Integration auf Startseite
 - . Abbilden / Erklären der Labels
 - . Zertifikat anzeigen
 - . Verantwortliche Person QM
 - . QM als separate Subsite

Intern

- Integration QM in das Leitbild / Vision
- Mitarbeiter integrieren / motivieren
- Lehrpersonen briefen
- Ehemalige Teilnehmende (Influencer-Aufgaben)
- Lehrerkonferenzen QM fixes Thema
- Kontakt mit den Labels zur Zusammenarbeit suchen

// Schlusswort



transformer

transformer

Transformer Kommunikation | Häldeliweg 35 | 8044 Zürich | 044 267 44 55 | input@transformer.ch