

# ALUMNI-TRENDS. 2014.

**Wie Sie als Alumni Manager im Jahr 2014 Geschichte schreiben.**

**Die wichtigsten Alumni-Trends 2014 im Überblick.**

## **1 KOMMUNIKATIONS-KANÄLE**

Seit das Internet erfunden wurde, hat sich die Kommunikation wegweisend verändert. Über immer mehr Medienkanäle wird kommuniziert. Publikationen, Social Media, Broschüren, Website – um nur einige Beispiele zu nennen.

Nutzen Sie die Synergien und experimentieren Sie mit neuen Kommunikationskanälen. Seien Sie dort, wo Ihre Zielgruppe weilt.

## **2 ZIELGRUPPEN**

Wer sich erfolgreich vermarktet, arbeitet mit klaren Zielgruppen. Und nein, Alumni von 22 bis 80 gehören nicht in ein und dieselbe Zielgruppe! Junge und Senioren erwarten andere Schwerpunkte, möchten unterschiedlich angesprochen werden. Segmentieren Sie Ihr Zielpublikum.

## **3 VERNETZUNG & ZUSAMMENARBEIT**

Die Zusammenarbeit mit der Hochschule ist für den Erfolg einer Alumni-Organisation essenziell. Pflegen Sie, über unterschiedliche Personen, den Kontakt zur Schulleitung sowie den einzelnen Departementen.

Alumniarbeit ist immer auch Lobbyarbeit. Verzahnen Sie sich mit der Hochschule. Eine Küche gehört in jede Wohnung; genauso ein Alumni-Verein zur Schule.

## **4 FUNDRAISING**

Menschen teilen gerne, auch Geld. Nutzen Sie dies und fragen Sie um Spendengelder für konkrete Projekte des Alumni-Vereins oder der Hochschule.

Bevorzugt spenden wir, wenn klar wird, wohin das Geld fließt. Vermeiden Sie unspezifische Spendenaufrufe – ausser bei der Mitgliedschaftsgebühr, bei welchem Sie selbstverständlich um grosszügige Aufrundung bitten.

## **5 ANALYSE**

Testen Sie alles und hinterfragen Sie Ihre Arbeit. Was bewährt sich; was nicht? Welche Dienstleistungen werden genutzt; welche nicht? Welche Veranstaltungen sind erfolgreich?

Lernen Sie aus den Erkenntnissen und misten Sie systematisch aus. (Unter)Lassen Sie, was nicht funktioniert. Freiraum fördert innovative, neue Ideen. Zudem hält es die Alumni-Organisation effektiv und frisch.

## 6 ABGRENZUNG GEGENÜBER DER KONKURRENZ

Das durchlässige Bildungssystem der Schweiz hat viele Vorteile. Für Alumni-Organisationen bietet dies Vernetzungschancen; zugleich sind andere Organisationen aber auch zunehmend Konkurrenten.

Sorgen Sie für ein klares Profil. Grenzen Sie sich ab – von anderen Alumni-Vereinigungen sowie anderen Konkurrenzangeboten wie Verbände.

Ehemalige werden kaum in drei Alumni-Vereinen Mitgliederbeiträge bezahlen, nur weil sie überall eine Aus- oder Weiterbildung absolviert haben.

## 7 WACHSTUM

Jede Alumni-Organisation muss wachsen, um die Akzeptanz weiter auszubauen. Analysieren Sie zu diesem Zweck den Prozess der Mitgliedergewinnung und optimieren Sie ihn.

Starten Sie A/B-Tests, sogenannte Vergleichstests mit kleinen Unterschieden. Verwerfen Sie die schlechtere Variante – auf Basis von Fakten und Zahlen.

Prozesse müssen kontinuierlich verbessert werden. Fertig ist man nie. Bleiben Sie dran.

## VIEL ERFOLG!

Bereits jetzt wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches Alumni-Jahr 2014. Bleiben Sie am Ball und nutzen Sie die Alumni-Trends als Impulse für Ihren Alltag.

Alles Gute, Ihnen, Ihrem Team sowie der gesamten Alumni im Jahr 2014!

## INFORMATIONEN

[www.alumnitools.ch](http://www.alumnitools.ch)

[www.imstrategies.ch](http://www.imstrategies.ch)