

УДК 004

CRM-СИСТЕМА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ АБИТУРИЕНТОВ

Довнар В.В., Довнар Е.В., студентки гр. МК-7, III курс
Научный руководитель: Жук Д.А., старший преподаватель
Белорусский государственный технологический университет
г. Минск

Идеальное учебное заведение сочетает в себе традиции и новинки технического прогресса. Цель современного высшего учебного заведения в области работы с абитуриентами – обеспечить 100% набор студентов, удовлетворяющих требованиям ВУЗа в части знаний и обладающих желанием получить соответствующие специальности. Таким образом, главной задачей ВУЗа является непрерывное накапливание базы данных потенциальных абитуриентов для целенаправленного воздействия на них с помощью проведения маркетинговых мероприятий.

Определению будущей профессии во многом способствует установление длительных взаимоотношений с абитуриентами, когда ещё со школьной скамьи формируется интерес к высшему учебному заведению и предлагаемым специальностям. Такой подход получил название маркетинга взаимоотношений. Грамотно выстроить работу в данном направлении позволяет специализированная CRM-система, которая может быть представлена в виде программного продукта NORBIT4Edu.

В любом высшем учебном заведении разрабатывается «Программа по работе с абитуриентами». В идеальном виде она содержит следующие компоненты: проведение маркетинговых мероприятий для абитуриентов, заблаговременное информирование абитуриентов о выполнении формальных требований, необходимых для поступления в ВУЗ, отслеживание заинтересованных абитуриентов и персональная работа с ними.

Но каким образом может наполняться база потенциальных абитуриентов? В каждом ВУЗе существует несколько уже готовых источников информации: школьники, которые посещают подготовительные курсы при университете (информация может быть напрямую импортирована в NORBIT4Edu с помощью стандартных инструментов Microsoft Dynamics CRM), посетители сайта ВУЗа в интернете (при наличии на сайте формы предварительной регистрации на какое-либо мероприятие, информация может быть автоматически передана в NORBIT4Edu).

Внесение информации о заинтересованных абитуриентах дает возможность не только вести учет посетителей, но и опрашивать их после посещения определенного мероприятия для получения обратной связи. Подобные опросы позволяют правильно формировать программу следующего мероприятия, которая будет интересна основной массе абитуриентов.

При наличии базы данных значительно упрощается процесс планирования и приглашения абитуриентов на определенное мероприятие. Например, в NORBIT4Edu можно выбрать только тех абитуриентов, которые еще ни разу не посещали информационные мероприятия данного ВУЗа [1].

Накопление информационной базы, включающей контактную информацию, а также сведения об интересах абитуриента, позволяет в дальнейшем использовать технологии сегментирования по степени заинтересованности ВУЗа в абитуриенте. Разделив аудиторию на однородные сегменты, можно перейти к проведению соответствующих профилирующих и мотивационных мероприятий.

Список литературы:

1. Вертоградов, В.П. CRM для ВУЗов: информационные мероприятия./ В.П. Вертоградов. – М.: РОСМЭН-БИЗНЕС, 2004.– 202 с.