



# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma





inspiratie  
ambitie  
onafhankelijkheid  
betrokkenheid

Wie werkt of studeert aan de Universiteit Utrecht

- Werkt of studeert bevlogen en geïnspireerd
- Legt de lat hoog
- Krijgt de ruimte om onafhankelijk te denken, maar respecteert de hoge eisen van verantwoordelijkheid en integer handelen die daarmee gepaard gaan
- Toont betrokkenheid en verantwoordelijkheid naar medewerkers, studenten en de maatschappij
- Is loyaal aan de organisatie en zorgt ervoor dat het aanzien of de belangen van de Universiteit niet beschadigd worden.

[www.uu.nl](http://www.uu.nl)

Mastermarketing

Kernwaarden  
Universiteit Utrecht

Onze uitgangspunten  
van communicatie

Hier zijn wij goed in

Onderwijscultuur  
Universiteit Utrecht

Communicatiemiddelen

Stappenplan  
Strategische Communicatie

Tips

Vind collega's die  
kunnen helpen

◀ vorige pagina

● volgende pagina

# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma



Onze uitgangspunten van communicatie zijn:

Wij communiceren wervend, maar tegelijk eerlijk en duidelijk.

Niemand heeft er iets aan als wij studenten werven die uiteindelijk niet op hun plek blijken te zijn.

Wij proberen zoveel mogelijk studenten direct naar een passende plek te leiden door middel van matching en selectie aan de poort.

Mastermarketing

Kernwaarden  
Universiteit Utrecht

Onze uitgangspunten  
van communicatie

Hier zijn wij goed in

Onderwijscultuur  
Universiteit Utrecht

Communicatiemiddelen

Stappenplan  
Strategische Communicatie

Tips

Vind collega's die  
kunnen helpen

◀ vorige pagina

● volgende pagina

# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma



### Wij zijn goed in:

- kwaliteit van onderwijs bewaken en verhogen
- nauwe relatie met maatschappelijke veld en instanties
- kleinschalig, persoonlijk onderwijs
- een breed aanbod met keuzevrijheid en interdisciplinariteit
- een sfeervolle, kleinschalige, historische binnenstadscampus
- studeren en samenkomen in de UBU als belevenis

Mastermarketing

Kernwaarden  
Universiteit Utrecht

Onze uitgangspunten  
van communicatie

Hier zijn wij goed in

Onderwijscultuur  
Universiteit Utrecht

Communicatiemiddelen

Stappenplan  
Strategische Communicatie

Tips

Vind collega's die  
kunnen helpen

◀ vorige pagina

● volgende pagina

# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma



### De onderwijscultuur van onze universiteit:

Het studieklimaat is uitdagend, persoonlijk en activerend. Studenten leren van elkaar door discussie, overleg en samenwerking. Dat sociale aspect uit zich bovendien in de betrokkenheid bij en samenwerking met de 'buitenwereld' (= beroepenveld of andere maatschappelijke velden).

[Mastermarketing](#)

[Kernwaarden  
Universiteit Utrecht](#)

[Onze uitgangspunten  
van communicatie](#)

[Hier zijn wij goed in](#)

[Onderwijscultuur  
Universiteit Utrecht](#)

[Communicatiemiddelen](#)

[Stappenplan  
Strategische Communicatie](#)

[Tips](#)

[Vind collega's die  
kunnen helpen](#)

[← vorige pagina](#)

[● volgende pagina](#)

# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma



Voor Mastermarketing veel gebruikte communicatiemiddelen:

- eigen websites (up-to-date!)
- vermeldingen op externe websites (up-to-date!)
- advertenties
- digitale banners
- Facebook
- Youtube
- mailingen (intern en extern)
- brochures
- video's
- beurzen
- blogs
- masteravonden
- digitale banners
- persoonlijke werving in de bachelorcolleges
- persoonlijke (tel.) begeleiding aangemelden

Andere geschikte communicatiemiddelen:

- LinkedIn
- Twitter
- mailingen
- beurzen
- blogs
- chatmogelijkheden
- brochures (papier en/of digitaal)
- interactieve pdf's (vooral voor tablet)
- posters
- bijeenkomsten
- flyers
- boekenleggers
- e-mail (bijv. uitnodiging masteravond)
- link in e-mail-handtekening
- ...
- ...

- Mastermarketing
- Kernwaarden Universiteit Utrecht
- Onze uitgangspunten van communicatie
- Hier zijn wij goed in
- Onderwijscultuur Universiteit Utrecht
- Communicatiemiddelen
- Stappenplan Strategische Communicatie
- Tips
- Vind collega's die kunnen helpen

# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma



Download het Stappenplan Strategische Communicatie

**J&P STAPPENPLAN STRATEGISCHE COMMUNICATIE**

Communicatie

Ontwerp 'hoe' een goed onderbouwde, authenticke communicatie voor een organisatie (deel) of project. Houd de volgende aan, want elke stap bestaat je op voorgaande stappen. Het resultaat is een richtinggevend strategisch communicatieplan. J&P Communicatie kan dit proces begeleiden.

<p><b>IDENTITEIT</b></p> <p>1 <b>ACHTERGROND</b> Tegen welke achtergrond komt dit plan tot stand? Wat is de aanleiding?</p> <p>2 <b>KERNWAARDEN</b> Kies de 3 à 5 belangrijkste waarden die je wilt naleven, uitstralen en bewaarden.</p> <p>3 <b>VISIE</b> Wat is je visie op je werkveld, je wereldbeeld, toekomst op jouw sector?</p> <p>4 <b>MISSIE</b> Welke rol wil je vervullen in dit wereldbeeld? Waartoe bestaat jouw organisatie?</p> <p>5 <b>ORGANISATIEDOEL</b> Wat wil je bereiken? Wat is je droom? Wat zijn de tussendoelen?</p> <p>6 <b>COMMUNICATIE-UITGANGSPUNTEN</b> Wat wil je bij je communicatie altijd in het achterhoofd houden, wat geldt altijd?</p>	<p><b>POSITIONERING</b></p> <p>7 <b>DOELGROEPEN</b> Noem je doelgroepen en hun behoeften en verwachtingen die jij kunt vervullen, emotioneel en instrumenteel.</p> <p>8 <b>SAMENLEVING</b> Welke omkeringen in de samenleving spelen mee?</p> <p>9 <b>CONCURRENTEN</b> Benoem je concurrenten op verschillende werkvelden.</p> <p>10 <b>KERNCOMPETENTIES</b> Waar ben je speciaal goed in? Denk aan werkwijze, product, dienstverlening...</p> <p>11 <b>BEDRIJFS-CULTUUR</b> Beschrijf de bedrijfscultuur die je nastreeft (waarden, werkwijze, uitgangspunten, ...)</p> <p>12 <b>POSITIONERING</b> Wil in Wij willen worden gezien als een ... organisatie, die onze doelgroepen opzeken als ... en die hun dan ... biedt.</p>
---	---

<p><b>STRATEGIE</b></p> <p>13 <b>COMMUNICATIEDOEL</b> Welk doel (t.b.v. het organisatie) heeft je communicatie op het gebied van kennis, houding en gedrag?</p> <p>14 <b>HUIDIGE SITUATIE</b> Wat is de situatie op het gebied van communicatie? Beschikbaar, middelen, budget, ...</p> <p>15 <b>RISICO'S</b> Wat zijn de risico's? Zoek je in het slechtst denkbare scenario en beschrijf hoe je ze kunt beperken.</p> <p>16 <b>KANSEN</b> Wat zijn de kansen? Zoek je in het beste denkbare scenario en beschrijf hoe je ze kunt grijpen.</p> <p>17 <b>KNOEPPUNTEN</b> Welke knooppunten bepalen optimale communicatie?</p> <p>18 <b>STRATEGIE PER DOELGROEP</b> Welke strategieën kies je? Zenden of ook ontvangen? Informeren, overtuigen, uitwisselen, verbinden?</p>	<p><b>ACTIE</b></p> <p>19 <b>AKTIVITEIT</b> Maak een tabel met doelgroepen met per doelgroep ambities, strategie, middel, binderschap en toon.</p> <p>20 <b>ORGANISATIE VAN DE COMMUNICATIE</b> Wie is verantwoordelijk, wie voert uit, hoe lopen contacten?</p> <p>21 <b>PRIORITERING</b> Maak keuzes: wat moet zeker doorgaan, wat laat je wezen afhankelijk en beslis je wanneer?</p> <p>22 <b>MONITORING</b> Hoe zul je de effecten van je activiteiten monitoren, evalueren en bijstellen?</p> <p>23 <b>PLANNING</b> Plaats activiteiten in een tijdstabel. Bepaal marges en flexibiliteit in. Zet er namen bij.</p> <p>24 <b>BEGROTING</b> Schat de kosten en uren van je activiteiten.</p>
--	---

**J&P** www.JTenP.nl post@JTenP.nl

communicatie

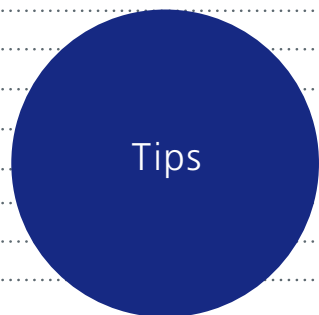
LINKEDIN FACEBOOK TWITTER

Stappenplan Strategische Communicatie

- Mastermarketing
- Kernwaarden Universiteit Utrecht
- Onze uitgangspunten van communicatie
- Hier zijn wij goed in
- Onderwijscultuur Universiteit Utrecht
- Communicatiemiddelen
- Stappenplan Strategische Communicatie
- Tips
- Vind collega's die kunnen helpen

# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma



### Tips van collega's

- 1 Kies zorgvuldig een naam op basis van identiteit en positionering. Test hem.
- 2 Speel in op vragen van potentiële studenten. Leg contact in bachelorcolleges.
- 3 Zet studenten in voor werkzaamheden.
- 4 Zoek contact met coördinatoren en docenten van bachelorprogramma's.
- 5 Zet masterstudenten en alumni in als ambassadeurs.
- 6 Zet jezelf en mededocenten in. Vorm een duidelijk zichtbaar docententeam.
- 7 Zet persoonlijke contacten (ook internationale) in.
- 8 Maak met sociale media een gemeenschap van (oud-)studenten.
- 9 Overleg met Communicatie & Marketing over strategie en communicatiemiddelen.
- 10 Gebruik het Stappenplan Strategische Communicatie. Vraag indien nodig begeleiding.
- 11 Deel op reis flyers uit en vertel, voeg een dia toe aan je presentatie, etc.
- 12 Gebruik adresbestanden van alumni, bijv. van het U-fonds.
- 13 Geef duidelijkheid over stage en arbeidsperspectief via sprekers of een markt.
- 14 Laat belangstellenden nabellen door studentassistenten.

[Mastermarketing](#)

[Kernwaarden  
Universiteit Utrecht](#)

[Onze uitgangspunten  
van communicatie](#)

[Hier zijn wij goed in](#)

[Onderwijscultuur  
Universiteit Utrecht](#)

[Communicatiemiddelen](#)

[Stappenplan  
Strategische Communicatie](#)

[Tips](#)

[Vind collega's die  
kunnen helpen](#)

[← vorige pagina](#)

# Mastermarketing

Helpt je ambassadeur te worden van je eigen programma