

Data Driven CX bij Hogeschool Utrecht

Ronde Tafel Onderwijs PVKO
20 januari 2023

Warsha Hanoeman & Marc Dijksterhuis
Hogeschool Utrecht



Even voorstellen

Aanleiding, hoe het allemaal begon

Opbouw presentatie:

1. Organisatie van CX
2. Aanpak van CX
3. Voorbeeld: hybride wervingsconcept
4. Blik op de toekomst van CX

Organisatie CX bij Hogeschool Utrecht

2020

- Chapter Customer Experience (CX) toegevoegd aan M&C-afdeling
- Nog meer focus op klantwaarde en beleving van de student centraal stellen in de dienstverlening
- Start met **Student Journey**, Business Journey en Employee Journey
- Start met agile werken en zelforganisatie > oprichting squads en introductie PO-rol
- Eerste stappen: subjourney's in kaart, persona's opstellen, nieuwe werkwijze eigen maken
- Corona grote impact op dienstverlening > alles razendsnel naar online

Reis van M&C

2021

- Positieve resultaten maar missen integrale aanpak met andere diensten
- Leidt tot HU-breed thema Student Journey met themalijnen Studentroutes, **Student Experience** en **Student Analytics**
- Teams geformeerd met collega's van verschillende diensten (en onderwijs)
- Scheiden van running the business (in de lijn) and changing the business (in het thema)
- Inrichten feedbackloop

Start HU-breed thema en
nieuwe werkwijze

2022

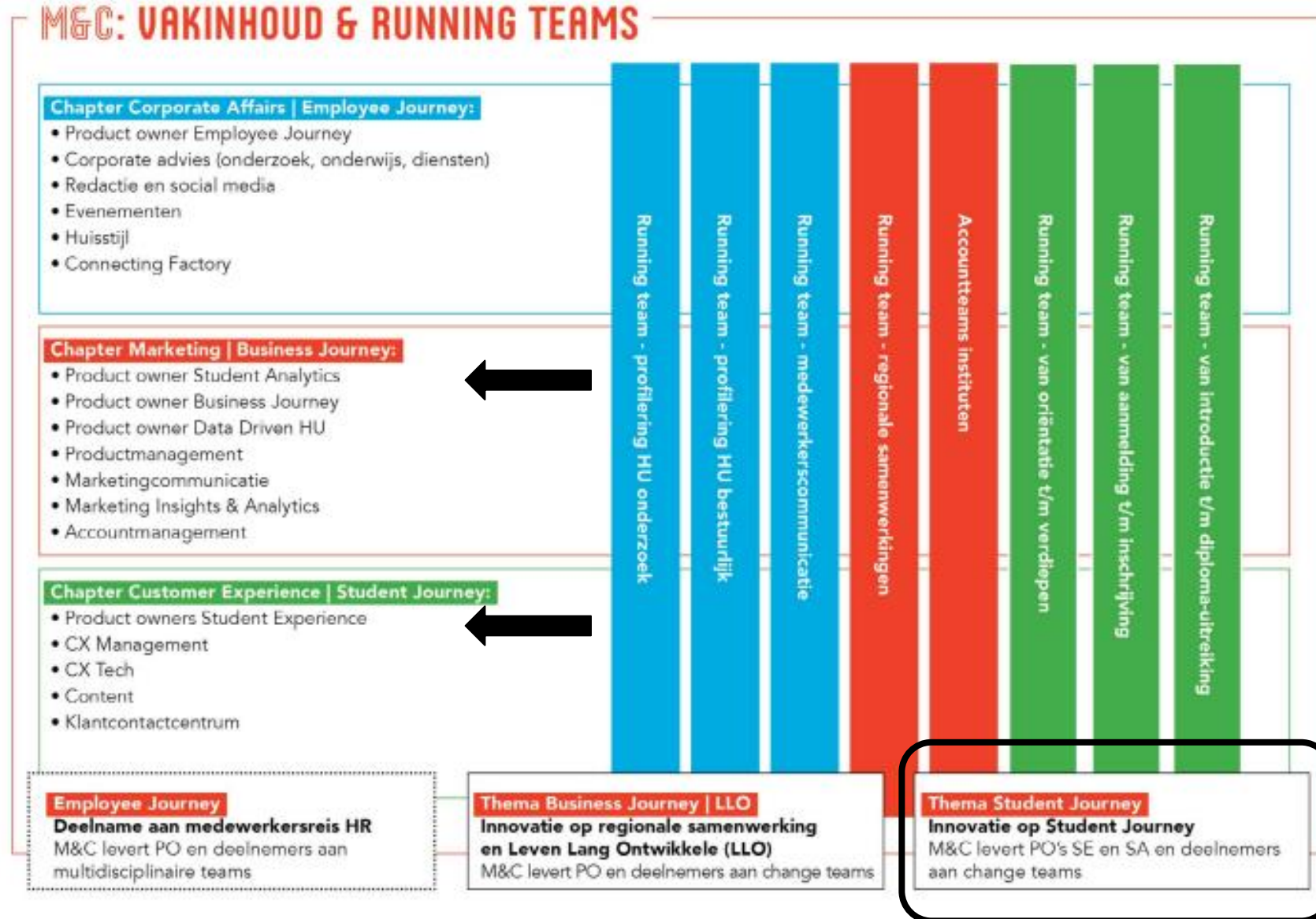
- Product: CX Framework
- Product: nieuw hybride concept studiekeuze-events

Resultaten

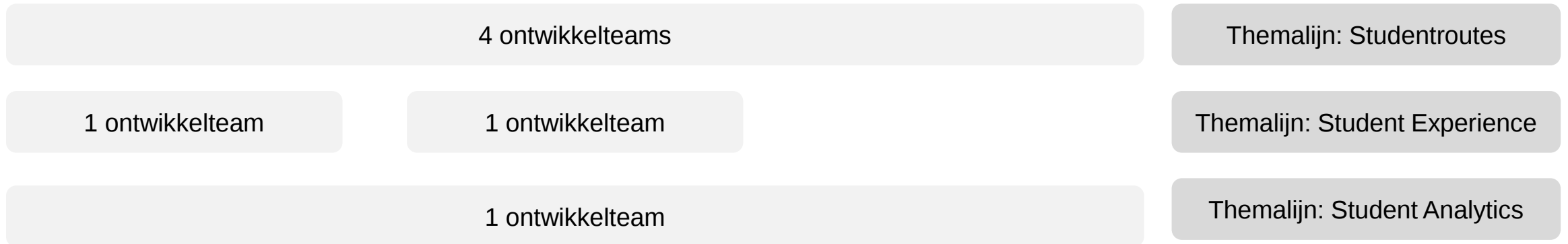
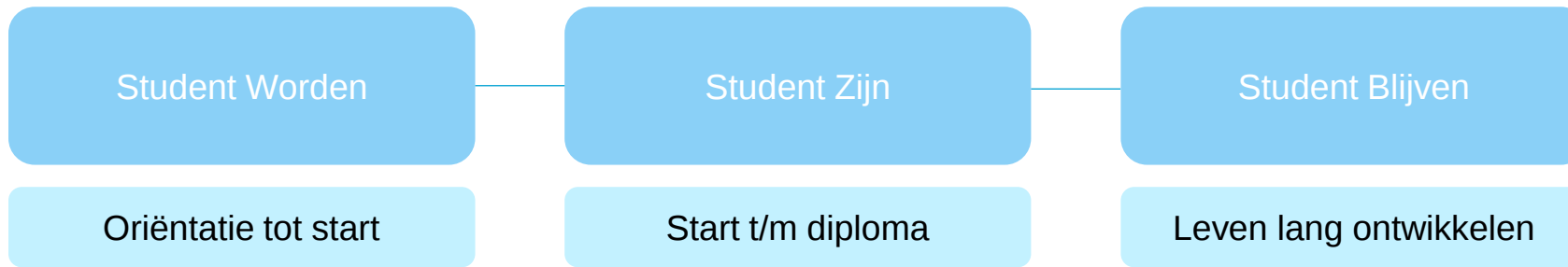
2023

- Uitdagingen in de nabije toekomst

Focus en uitdagingen



Inrichting thema Student Journey



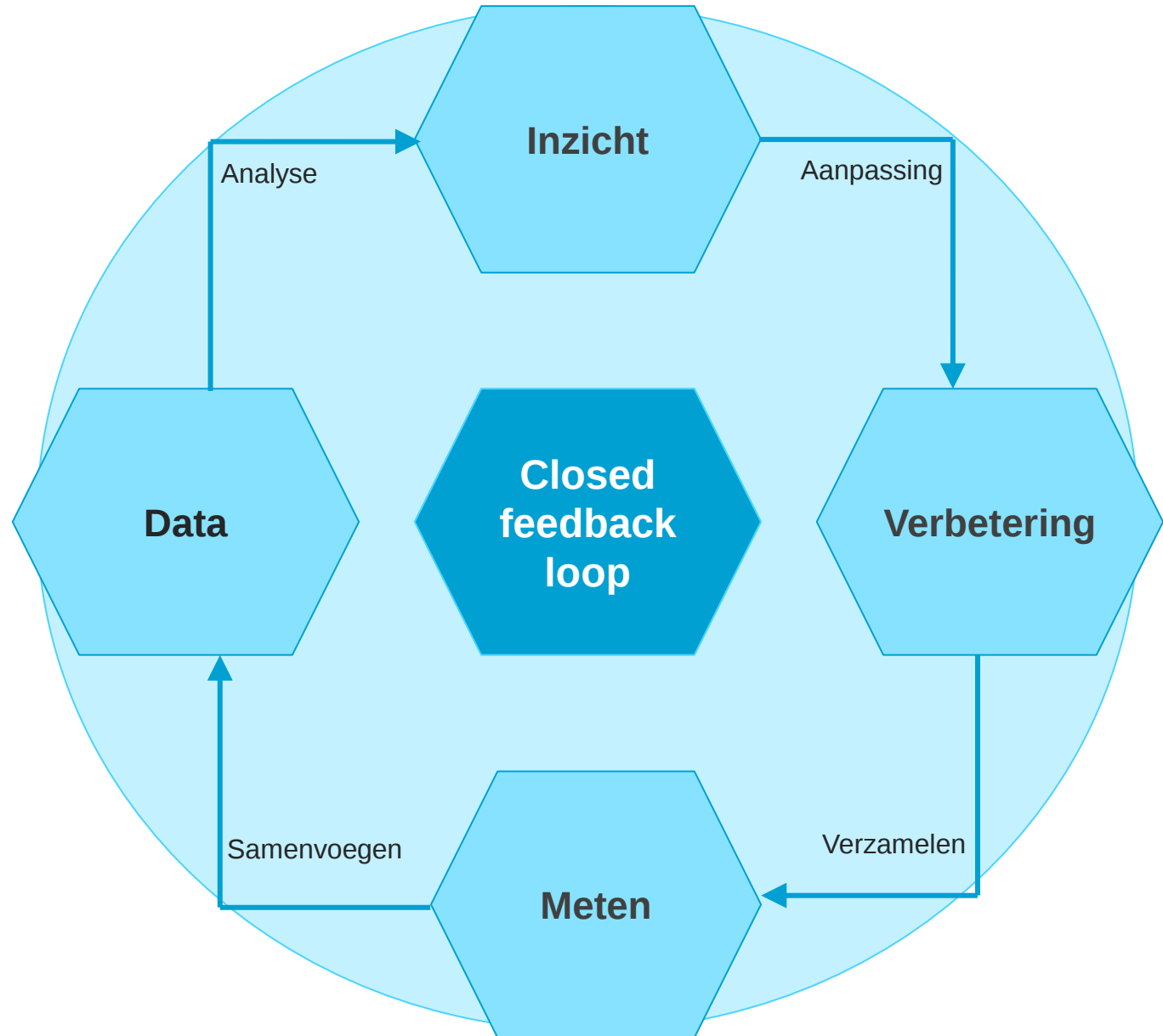
In het thema werken we aan het verhogen van het studentsucces door het onderwijs te flexibiliseren en personaliseren en zorgen voor een memorabele studietijd door studentbeleving in de journey kortcyclisch te monitoren en verbeteren.

Aanpak CX bij Hogeschool Utrecht

Closed Feedbackloop: samenbrengen data en CX



- Wens om data en CX sterker met elkaar te verbinden
- Feedbackloop helpt om meer vanzelfsprekend de verbinding met elkaar te zoeken
- Medewerkers zijn meer betrokken op elkaars 'blokje'
- Loop: verbeteren stopt niet





Doel: optimale beleving bieden aan onze studenten. Uitdaging: de beleving consistent vormgeven, over alle kanalen, in alle sub-journeys en touchpoints.



Oplossing: design principes zijn richtlijnen die de basis vormen voor ieder product of dienst. Ze borgen de behoefte van de student, de identiteit van de HU en ondersteunen in het maken van keuzes.



Doelgroep: iedereen die namens de HU in contact staat met de student kan deze principes gebruiken.



Principes vormen de basis voor onze dienstverlening naar de studenten. In communicatie, houding en gedrag. Ze dienen als toetssteen voor de verschillende contactmomenten in de studentreis.

Een studiekeuze en studeren is uitdagend, alles eromheen is moeiteloos en naadloos

De kracht van eenvoud

Studeren is uitdagend genoeg. Onze dienstverlening is dat niet. We maken dingen daarom niet ingewikkelder dan nodig, maar moeiteloos en naadloos waar dat kan. De student staat daarbij voorop, want makkelijker voor de student betekent niet altijd makkelijker voor de HU. Niet alles kan leuk zijn en sommige dingen moeten, maar helder maken wat de student mag en kan verwachten voorkomt onnodige frustraties. We maken duidelijk waar de student voor wat moet zijn, bij wie en wanneer.



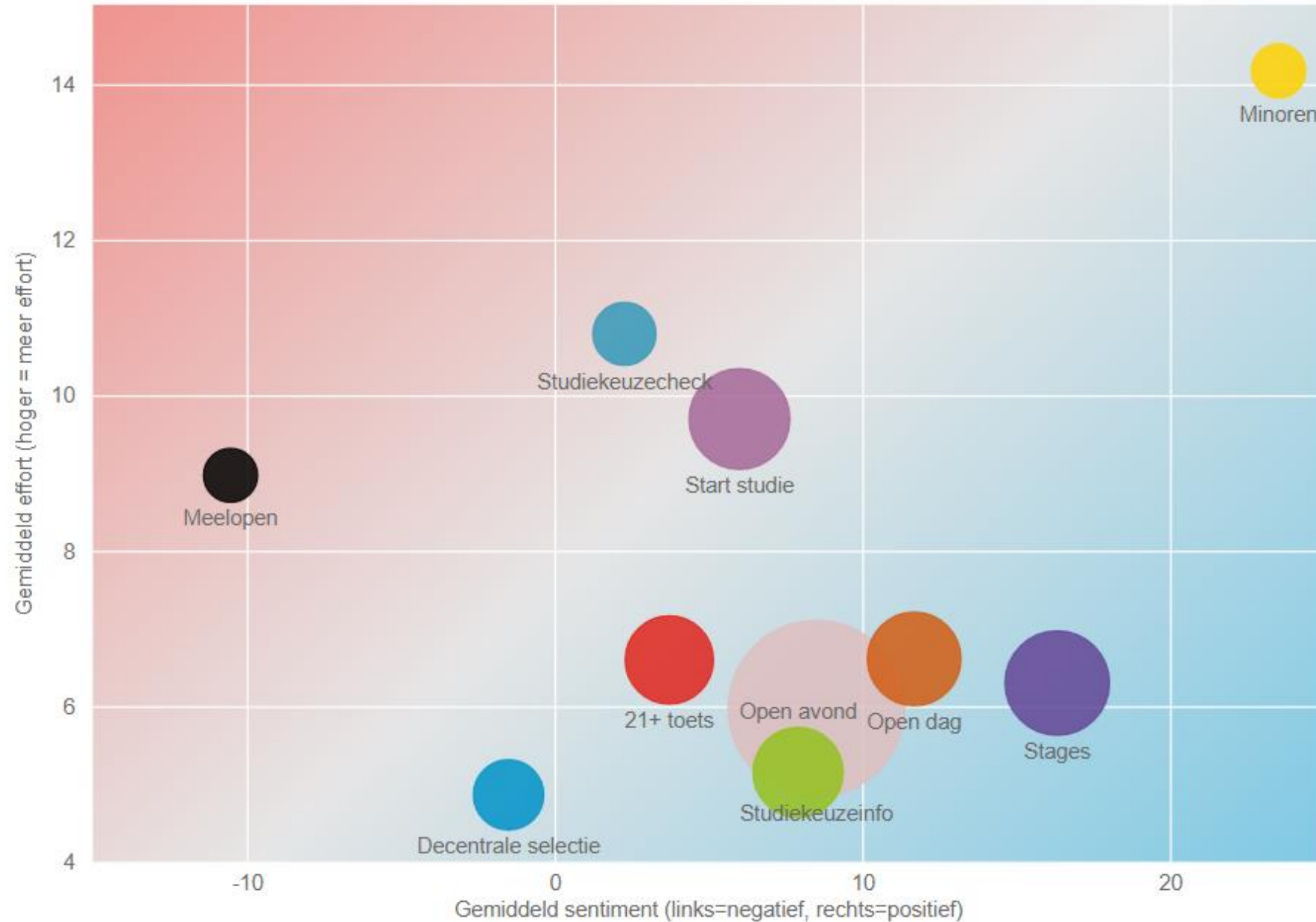
Onze informatie (stijl/inhoud) is daarom altijd:



- helder en transparant. We maken duidelijk wat wij doen wat de student moet doen (en wanneer);
- consistent. Alle communicatie is in overeenstemming met elkaar;
- onderbouwd. We lichten het waarom van dingen toe en creëren zo begrip van beide kanten.
- makkelijk vindbaar.

Presteren & Excelleren





**Resultaat: hybride
wervingsconcept**

Context

- Tot maart 2020 fysieke open dagen en meeloopdagen.
- Door corona noodgedwongen alles online. Bood voordelen in met name de verkenningsfase maar fysiek kennismaken en sfeer proeven als ze meer gaan verdiepen werd gemist.
- Hoe kunnen we het beste van beide werelden (online en fysiek) combineren?

Data + inzicht

- Inzoomen op behoeften van de persona's (incl. ouders) in de oriëntatie- en verdiepingsfase
- Learnings meenemen van beide varianten events: fysiek en online
- Marktinzichten (onderzoeken en andere onderwijsinstellingen)
- Panelgesprekken met studenten en scholieren

Van fysieke open dagen naar mix van studiekeuze-events



Verbetering

- Nieuw concept van website, online events en open dagen op locatie. Doelgroep: studiekeuzers en ouders.
- Meer inspelen op de persona's en verschillen in behoeften en timing
 - Online: laag van interessegebieden toegevoegd in de mix (website en events)
 - Online: hulp bij studiekeuze toegespitst op de persona's toegevoegd (website en events)
 - Online: navigatie website aangepast
 - Fysiek: opzet en programma aangepast met meer verdiepingskarakter

2 van 3

ONTDEK JOUW INTERESSEGEBIED

Weet je al wel welke richting je op wilt, maar vind je het toch nog moeilijk om te kiezen? Kijk eens per interessegebied naar de opleidingsmogelijkheden.



Opleidingen Studiekeuze Onderzoek Samenwerken Over de HU



HULP BIJ STUDIEKEUZE



Economie & Management

Je eigen bedrijf beginnen, iets nieuws in de markt zetten of je verdiepen in wetten en regels. Spreek dit je aan?



Gezondheidszorg & Welzijn

Mensen helpen, daar draait het om bij Gezondheidszorg en Welzijn. En dat helpen kan op verschillende manieren.



Media, Communicatie

Ben je nieuwsgierig naar waarop communicatie v mensen te beïnvloeden



Natuur & Techniek

Met Natuur & Techniek kun je veel kanten op. Ga je voor gezondheid, duurzaamheid of techniek?



Onderwijs & Opvoeding

Wie was jouw favoriete leerkracht? En voor wie maak jij straks het verschil?

"Weet je al wat je gaat studeren?" Zo'n goedbedoelde vraag van familie of vrienden waar je misschien niet op zit te wachten. Want nee, je weet het nog helemaal niet. Of niet helemaal. Hoe vind je tussen al die studies nou net die ene die bij jou past?

HOEVER BEN JIJ MET JE STUDIEKEUZE?



Ik heb nog geen idee



Ik twijfel nog



Ik weet het (bijna) zeker

DOORSTUDEREN NA HET MBO

Heb je je mbo-diploma op zak en ben je nog niet uitgeleerd? Kies dan voor een hbo-opleiding! Je kunt kiezen uit een tweejarige associate degree of een vierjarige bacheloropleiding. Wat wordt het voor jou?

Bekijk de mogelijkheden →

1 van 3

GA OP ONDERZOEK UIT

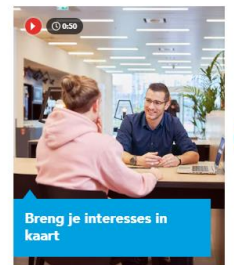
Als je er achter wilt komen wat bij je past, kun je een beetje zelfonderzoek doen. Zo ontdek je wat je kunt, wat je wilt en wat je belangrijk vindt. Denk eens na over de volgende vragen: bij wat voor zaken vragen jouw vrienden jou om hulp? Waar krijg je complimenten over? Wat zou je doen als je 30 miljoen wint? Welke series kijk je vaak, wie volg je op Instagram? Wat vind je het leukste vak op school? Je kunt ook aan anderen vragen hoe zij jou zien en wat zij bij jou vinden passen. En ja, dat is een beetje ongemakkelijk. Maar het levert je wel wat op.



Ontdek je zelfkennis



Ontdek je kwaliteiten

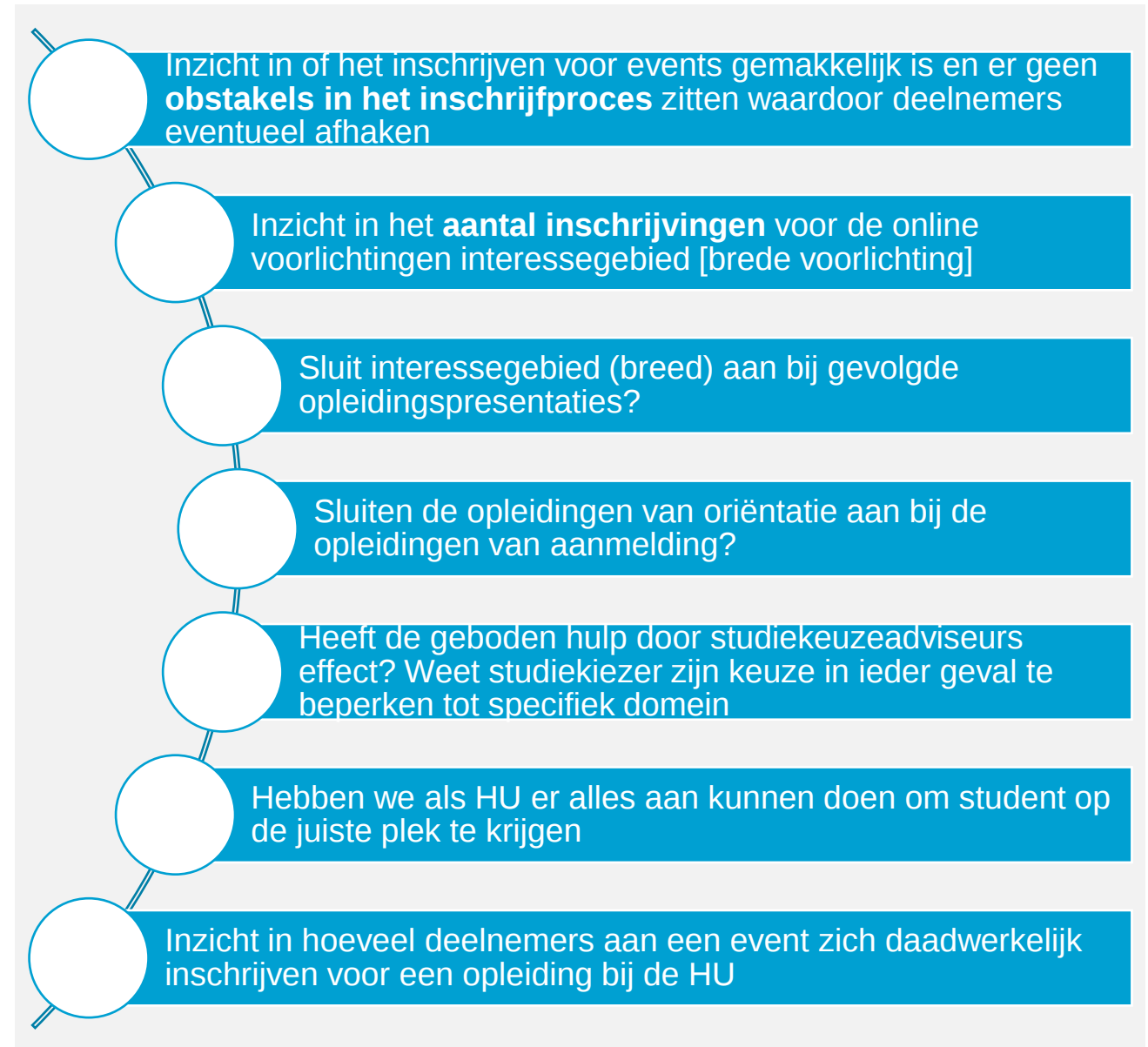


Breng je interesses in kaart



Bepaal wat je belangrijk vindt

- Focus op klein deel van de Student Journey
- Dertien KPI's uitgewerkt
- Zes KPI's operationeel in survey
- KPI's toekomst [dataverzameling]



KPI dashboard studiekeuze events 2021-2022

HU Events | KPI dashboard (pilotfase 2021-2022)

Student Analytics

soort event

Meerdere selec... ▾

instituut

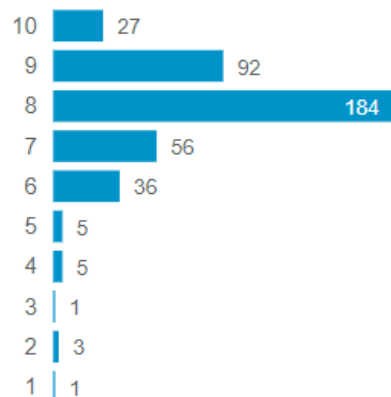
Alle ▾

opleiding

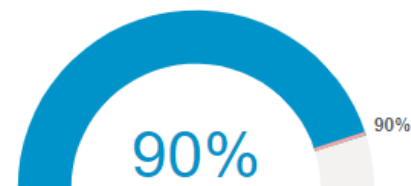
Alle ▾



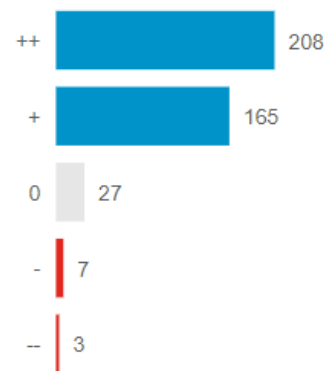
rapportcijfer



Respondenten
N = 410



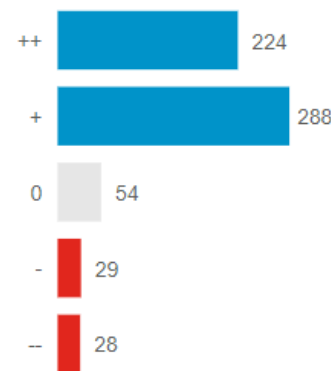
welkom



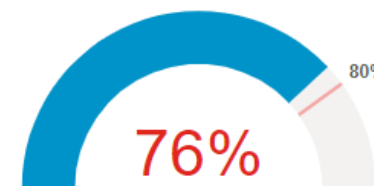
Respondenten
N = 410



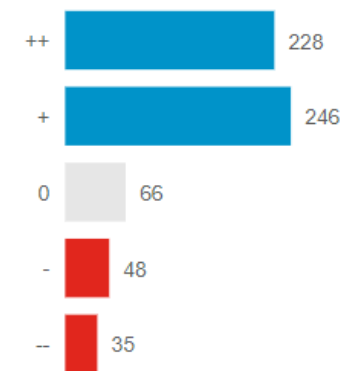
enthousiast



Aantal
N = 623



duidelijk



Aantal
N = 623



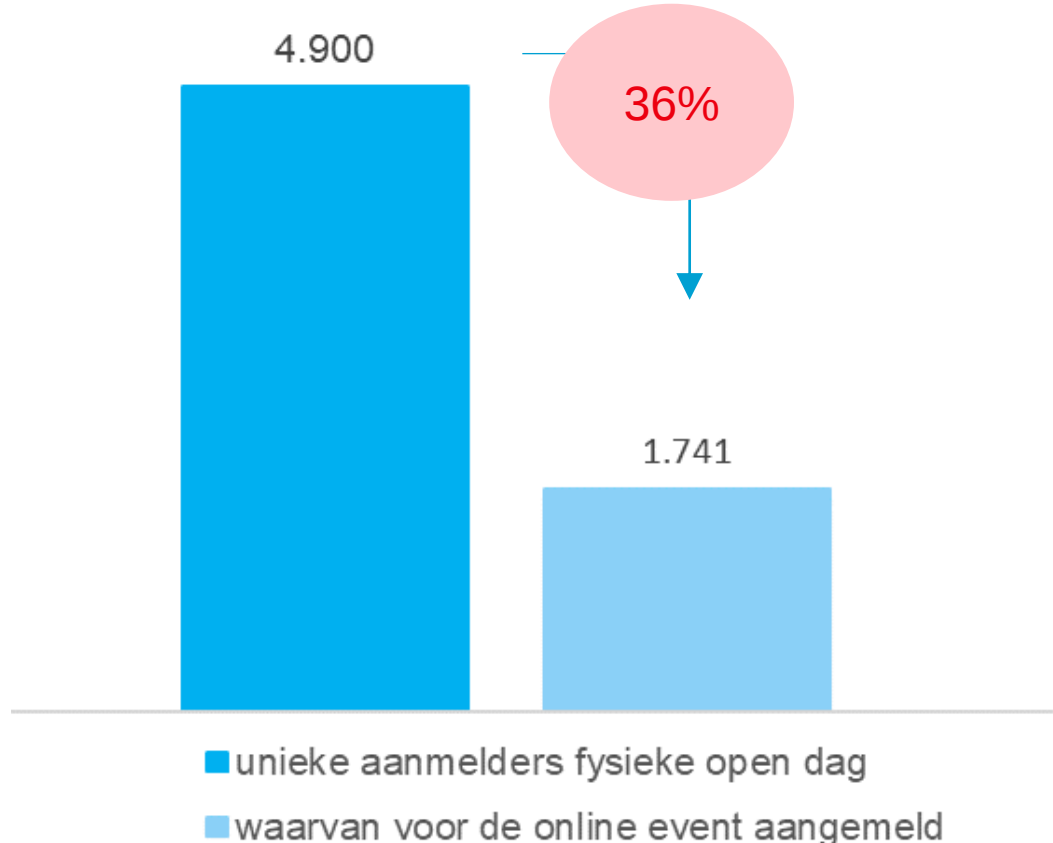
Data en analyse...

- Van de 'fysieke open dag'-aanmelders heeft minimaal 36% zich online georiënteerd

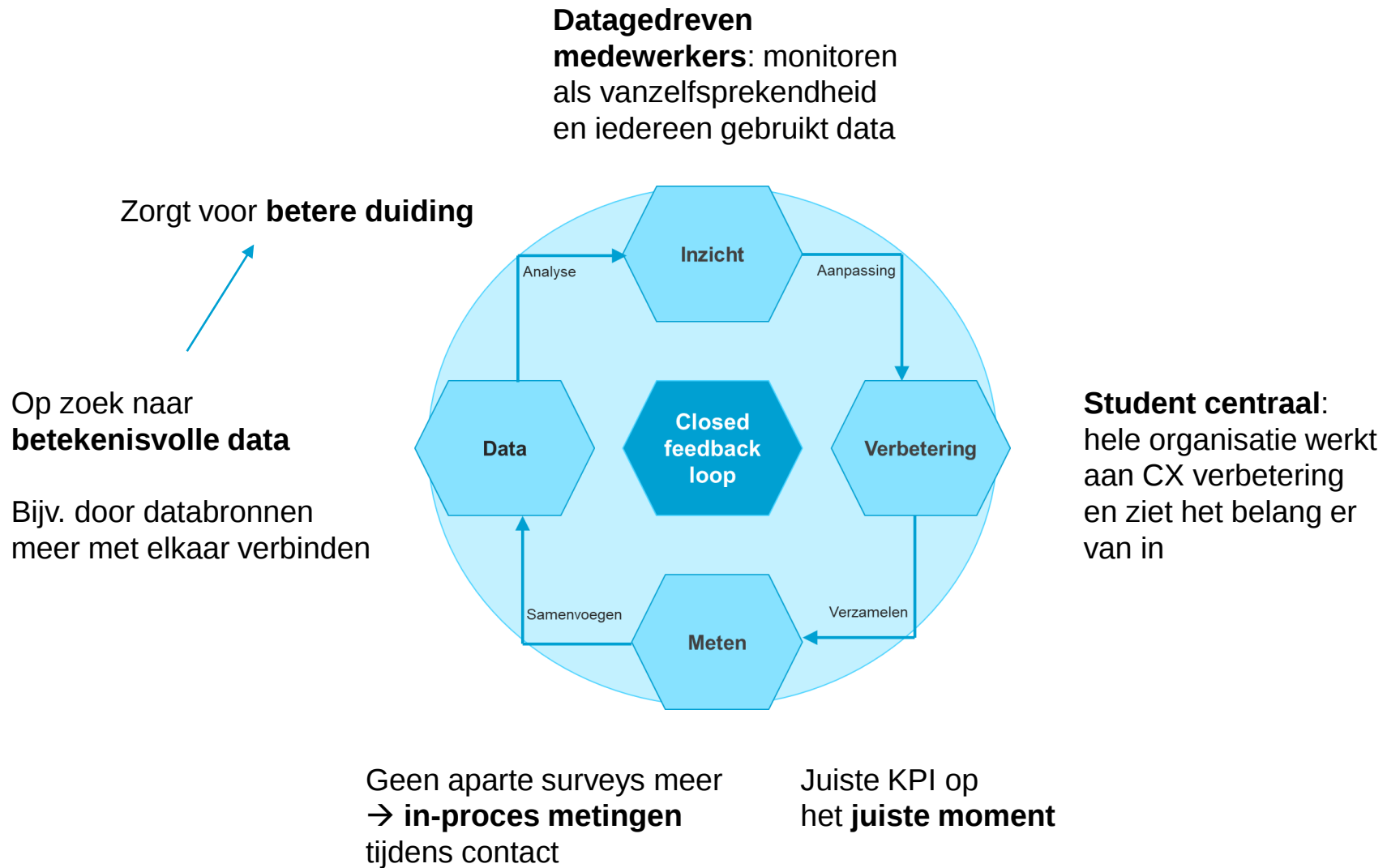


...leidt weer tot nieuwe inzichten en verbeteringen:

- Een groot deel van de studiekeizers die de open dag heeft bezocht, geeft aan geen online voorlichting vooraf te hebben gevolgd
- Verbetering najaar 2022: opleidingspresentatie toegevoegd aan informatiemail voor het event
- Leidt tot verhoging van de cijfers



Blik op de toekomst





HIER KOMT ALLES SAMEN