HOCHSCHULE LUZERN

Wirtschaft

Merkblatt HSLU Online Marketing Challenge 2018

Luzern, Januar 2018 Seite 1/2

Merkblatt zur HSLU Online Marketing Challenge 2018 für interessierte Unternehmen

Um was geht es?

Die HSLU Online Marketing Challenge (HOMC) ermöglicht Studierenden im Rahmen des Studiums eine eigene Online Marketing-Kampagne für ein ausgewähltes Unternehmen zu gestalten und durchzuführen. Die Hochschule Luzern stellt dabei jedem Team ein Kapital von voraussichtlich 250 Dollar zur Verfügung. Für die Unternehmen ist die Teilnahme kostenlos.

Hauptaufgabe der Studierenden ist es, die Online-Tätigkeiten eines Unternehmens zu analysieren, mittels geeigneter Strategie und dem Online-Marketingtool **Google AdWords** (http://adwords.google.com/) innerhalb drei Wochen möglichst viele Interessenten auf die Website des zugeteilten Unternehmens zu bringen und abschliessend fundierte Empfehlungen abzugeben. Dazu müssen die Studierenden ein Strategiepapier erarbeiten, die Kampagne aufsetzen sowie durchführen und am Ende einen Schlussreport einreichen und präsentieren.

Die HSLU Online Marketing Challenge zählt andererseits als Leistungsnachweis im Modul Online-Kommunikation.

Wie profitiert mein Unternehmen davon?

Sie können mit der HOMC Erkenntnisse über ihr Online Marketing sammeln, ohne dafür Werbemittel investieren zu müssen. Wenn Sie bereits Online Marketing betreiben erhalten Sie dennoch wertvolle Inputs. Sollte Ihr Unternehmen noch nicht im Online Marketing tätig sein, bietet sich Ihnen hier die Chance Einblicke und Empfehlungen für dieses Thema zu erhalten. Die HOMC bietet einem Unternehmen folgende Vorteile:

1. Analyse der Online Marketing Tätigkeiten

Die Studierenden analysieren das Umfeld, die Zielsetzung und die Positionierung des Unternehmens. Sie eruieren wie sich das Unternehmen idealerweise in der digitalen Welt präsentieren kann und lassen ihre Erkenntnisse in eine AdWords Kampagne einfliessen. Dort kann Ihr Unternehmen seine Werbung direkt potenziellen Kunden, die bei Google suchen, präsentieren. Auch wenn die Webseiten bereits in den Suchergebnissen von Google zu finden sind, können Unternehmen mithilfe von AdWords gezielt neue Zielgruppen bei Google und im Google-Werbenetzwerk ansprechen.

2. Zielgerichtete AdWordskampagne

Aufgrund ihrer Analyse erstellen die Studierenden eine Werbekampagne im Wert von ca. 250 CHF mit Google AdWords, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung zu bewerben. Dabei haben die Studierenden die Möglichkeit unter einer Vielzahl von Anzeigenformaten auszuwählen, und können Anzeigen auf bestimmte Sprachen und geografische Regionen ausrichten.

3. Empfehlungen zu Marketingmassnahmen

Auf Basis der Marketinganalyse und den Kampagnenresultaten geben die Studierenden Empfehlungen zu möglichen Marketingmassnahmen für Ihr Unternehmen im Rahmen eines Reports ab und präsentieren diese.



Was sind die Teilnahmebedingungen?

Für die Teilnahme an der Google Challenge muss Ihr Unternehmen zwingend folgende Bedingungen erfüllen:

- Das Unternehmen verfügt über eine eigene Website.
- Verfügt bis zum Kampagnenstart über einen Google Analytics Account.

Zu was verpflichte ich mich, wenn ich an der HSLU Online Marketing Challenge teilnehme?

Für ihr Unternehmen entstehen keine Kosten. Sie müssen bereit sein, dem Studententeam telefonisch oder persönlich einige Angaben über ihr Unternehmen zu machen und während der Kampagnendauer für Rückfragen zur Verfügung stehen. Ideal wäre, wenn Sie sich auch Zeit nehmen, Feedbacks zur gewählten Strategie zu geben. Die Arbeit wird von den Studententeams erledigt, gute Unterstützung kann die Kampagne und deren Erfolg erfahrungsgemäss jedoch sehr bereichern.

Zum Abschluss des Semesters präsentieren die Studierenden die Resultate der HSLU Online Marketing Challenge. Selbstverständlich sind Sie dazu herzlich eingeladen. Sie sind jedoch nicht verpflichtet, bei den Präsentationen anwesend zu sein. Wir freuen uns aber über alle anwesenden Vertreter von teilnehmenden Unternehmen.

Verpflichtet mich die Teilnahme mit Google zu arbeiten?

Nein, es besteht keine Verpflichtung, weiter mit Google zu arbeiten. Allerdings wird Google im Anschluss an die Kampagne versuchen, ihr Unternehmen für den Einsatz von Google AdWords zu gewinnen. Eine weitere Zusammenarbeit ist jedoch freiwillig.

Welches sind die Eckdaten?

Das Semester startet Mitte Februar. Die Studierendenteams haben bis Mitte Mai Zeit die Kampagne auszuarbeiten, während drei Wochen für Sie durchzuführen und einen entsprechenden Report zu erstellen. Weitere wichtige Daten sind:

- Anmeldung bis spätestens 02. Februar 2018
- Schlusspräsentationen Ende Mai 2018

Wie melde ich mein Unternehmen an?

Melden Sie sich mit dem beiliegenden Formular bei uns an. Samuel Kirchhof nimmt Ihre Anmeldung gerne elektronisch (samuel.kirchhof@hslu.ch) entgegen.

Anschliessend werden wir prüfen, ob sich Ihr Unternehmen für die Teilnahme eignet und uns bei Ihnen melden. Falls Sie noch Fragen haben, melden Sie sich bitte bei Seraina Mohr, Leiterin CC Online Kommunikation, 041 228 99 526 oder seraina.mohr@hslu.ch.

Wie bereite ich mich optimal vor?

Damit der Erfolg der AdWords-Kampagne bestmöglich gemessen werden kann, ist es von grossem Vorteil, wenn die teilnehmenden Unternehmen Google Analytics als Messinstrument installiert haben.

Unternehmen, welche Google Analytics noch nicht aktiviert und einen entsprechenden Code in der Unternehmens-Website integriert haben, finden im Internet unter http://www.google.ch/analytics/ die entsprechenden Informationen.