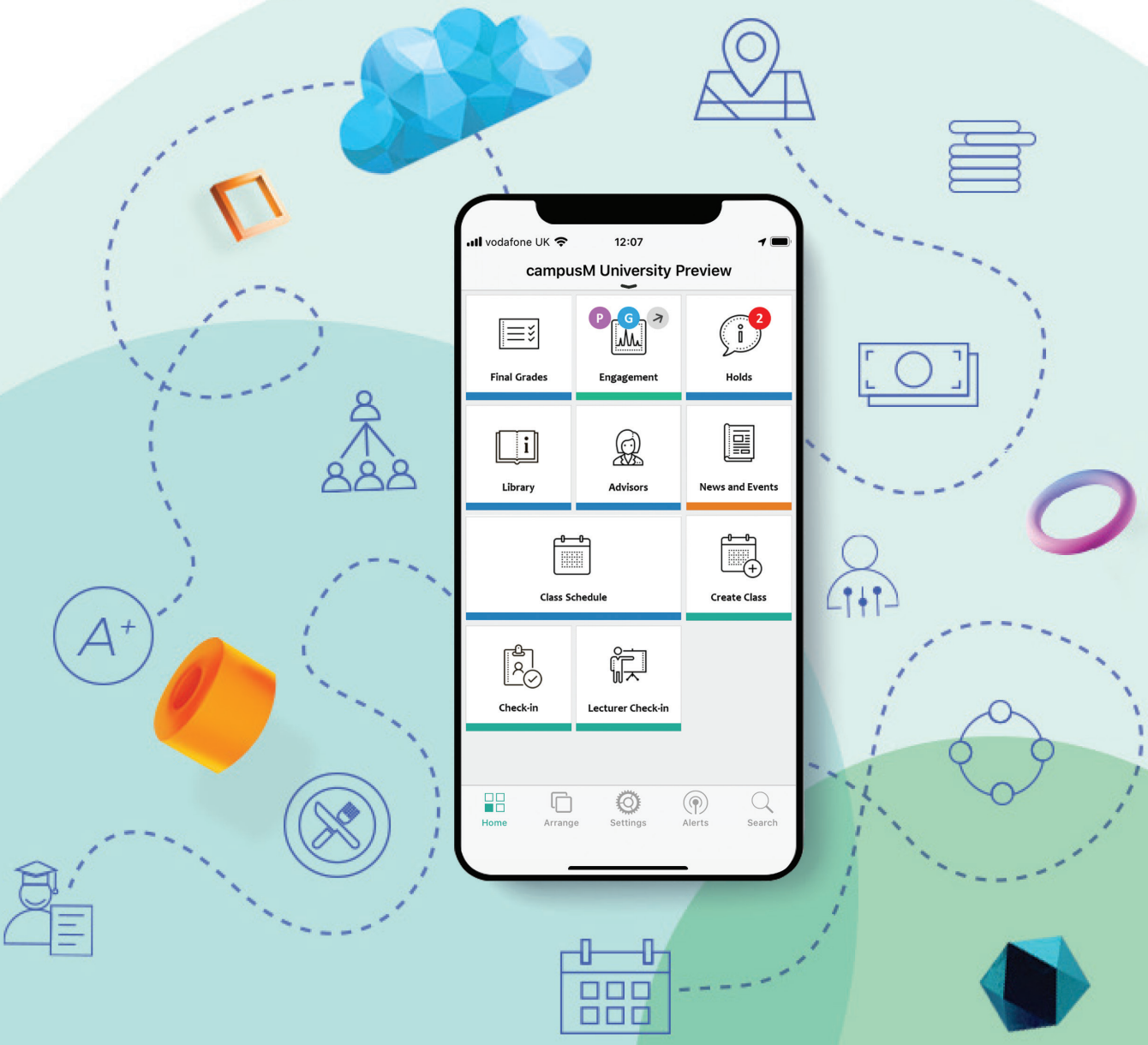
ExLibris
campusM

Una nuova strategia di comunicazione per una nuova generazione

Coinvolgere la “generazione Z” con un’app per dispositivi mobili dedicata al campus



sales@campusM.com
@ExLibrisEurope
www.campusM.com

Introduzione

Nelle varie fasi della loro vita universitaria, gli studenti dovranno rapportarsi con i molteplici aspetti dell'istituzione. In alcuni casi si renderanno necessarie comunicazioni quasi continue. Purtroppo diverse aree funzionali all'interno delle università sono spesso isolate le une dalle altre, facendo ricadere sullo studente l'onere di monitorare una vasta gamma di appuntamenti, scadenze, documenti, opportunità, obiettivi e altre informazioni di volta in volta pertinenti. Poiché l'esperienza degli studenti diventa progressivamente più complessa, occorre una soluzione che consenta loro di consolidare e integrare le informazioni che ricevono da una molteplicità di fonti. L'implementazione di un'app mobile riveste un'importanza fondamentale per il coinvolgimento delle nuove generazioni. Sebbene le notifiche push e le e-mail raggiungano lo smartphone entro pochi secondi, lo studente vorrebbe avere la possibilità di agire immediatamente senza la necessità di troppi clic.

Perdere, ignorare o fraintendere le informazioni inviate dall'istituzione può comportare conseguenze trascurabili ma anche disastrose.

Con oltre 300 miliardi di e-mail che transitano quotidianamente, si stima che riceviamo in media 120 e-mail al giorno. Sono numeri che spesso spingono gli studenti ad abbandonare questo tipo di comunicazione e a preferire i metodi digitali rapidi.

Perciò, se le comunicazioni vengono inviate via e-mail, esiste la probabilità che gli studenti non comprendano ciò che ci si aspetta da loro o che addirittura ignorino i messaggi. Uno studente del primo anno potrebbe quindi perdere informazioni fondamentali come il termine ultimo di presentazione della domanda per una borsa di studio o per un alloggio universitario.

Tuttavia, raccogliere e gestire queste informazioni rappresenta una vera sfida per gli studenti.

La vita universitaria è scandita da scadenze, interne ed esterne. Queste scadenze cambiano di anno in anno per importanza e pertinenza. Gli studenti che riprendono gli studi devono focalizzarsi su aiuti finanziari, alloggi e scadenze per le immatricolazioni mentre i laureandi si concentrano sull'invio di domande di lavoro e sulla costruzione della loro vita professionale. L'importanza della comunicazione aumenta in modo pressante.

Le università necessitano di un modo mirato ed efficace per condividere informazioni importanti, appuntamenti, documenti e scadenze con gli studenti, che si affannano per tenere il passo con un'ingente quantità di informazioni nel tentativo di connettersi con le persone giuste e gli uffici corretti.

Il successo dello studente dipende dalla sua corretta informazione che richiede all'università la capacità di fornire comunicazioni efficaci in grado di raggiungere e coinvolgere gli studenti.

« L'applicazione è semplice da utilizzare e offre una navigazione intuitiva che rende perfetta l'esperienza utente »[1]

[1] Digital Lives report 2020

Rendere efficace la comunicazione

Trovare una modalità di comunicazione efficace con gli studenti è una sfida che le università affrontano da molto prima che fosse disponibile la tecnologia attuale. Solo fino a pochi decenni fa, si comunicava soprattutto mediante lettere, bacheche informative e, occasionalmente, telefonate. Per pubblicizzare gli eventi e le offerte dell'università si utilizzavano depliant, poster, avvisi nelle caselle postali ed espositori da tavolo. Gli studenti si mettevano in fila per registrarsi ai corsi e molti tra i millennial più vecchi, nonché tutte le generazioni che li hanno preceduti, conoscono bene questo modello di comunicazione.

Tuttavia, in soli 20 anni la comunicazione digitale ha preso il sopravvento e durante questo periodo le modalità preferite per questo tipo di comunicazione sono cambiate in base ai tempi e alla tecnologia.

Solo vent'anni fa, le e-mail erano ancora un'entusiasmante novità. Ora le e-mail sono sempre più associate allo spam, soprattutto dalla generazione Z. Gli studenti ricevono una quantità enorme di e-mail e spesso non hanno modo di sapere se un messaggio è importante o meno senza prima leggerlo.

Più della metà degli studenti considera l'app istituzionale per dispositivi mobili come uno dei servizi digitali più importanti che le università possano offrire

Esiste la probabilità che gli studenti perdano informazioni che invece avrebbero voluto ricevere se avessero avuto la possibilità di analizzarle lontano dalla confusione e dai messaggi indesiderati della loro posta in arrivo.

Ad esempio, un recente studio della Bowling Green State University indica che il 54% degli studenti intervistati non legge le e-mail inviate dalla stessa università, "affidarsi alle e-mail per comunicare agli studenti questioni importanti potrebbe condurre a una 'disconnessione' tra l'università e i suoi studenti."[2]

Gli studenti hanno bisogno di un modo per individuare e organizzare le informazioni più importanti, sia quelle su cui si concentra l'istituzione sia quelle che personalmente considerano prioritarie, utilizzando piattaforme pratiche e comode.

In molti casi l'e-mail è anche il punto di partenza di un processo iniziato per eseguire alcuni compiti pertinenti ma spesso sull'e-mail non è possibile eseguire alcuna azione. Ad esempio, una delle scuole del ranking "Big 10" del Midwest invia agli studenti un'e-mail ogni semestre per confermare la loro iscrizione. Storicamente, si trattava di un processo composto da molteplici fasi che richiedeva allo studente di accedere a più account diversi. Ogni semestre, molti studenti, inclusi i dottorandi, finiscono per non rispettare la scadenza della conferma perché l'e-mail somiglia ad altre dozzine di messaggi che arrivano dall'università ogni giorno, inoltre il processo implica più fasi quindi potrebbe non essere praticabile al momento della ricezione dell'e-mail, rivelandosi alquanto macchinoso e impossibile da svolgere su uno smartphone. Nel momento in cui gli studenti hanno la possibilità di accedere a un computer, l'e-mail in questione risulta spesso dispersa in mezzo a una miriade di messaggi nuovi.

[2] https://www.insidehighered.com/news/2016/03/02/study-explores-impact-social-media-texting-email-use?utm_source=Inside+Higher+Ed&utm_campaign=2e5937c71d-DNU20160302&utm_medium=email&utm_term=0_1fcbc04421-2e5937c71d-199407045

Generazione Z, lo smartphone è essenziale per la comunicazione

La Generazione Z è composta da nativi digitali che hanno a che fare con Internet, smartphone, e-mail e messaggi di testo fin dalla nascita. Questi soggetti hanno affinato il loro uso del digitale fin dall'infanzia e sono fortemente coinvolti con le app dei loro smartphone, soprattutto social media, video e/o contenuti fotografici generati totalmente o parzialmente dall'utente.

La generazione Z considera la tecnologia così essenziale che il 90% dichiara che avrebbe difficoltà a completare gli studi senza questo strumento e il 76% degli studenti riferisce che non potrebbe vivere senza smartphone.[3]

il 76% degli studenti riferisce che non potrebbe vivere senza smartphone

[3] Digital Lives report 2020

Basta semplicemente guardarsi intorno per constatare il livello di coinvolgimento della generazione Z con il proprio smartphone: è uno strumento di comunicazione fondamentale per gli studenti universitari di oggi.per gli studenti dei college odierni.

l'88% degli studenti usa lo smartphone per l'università almeno una volta al giorno mentre una percentuale leggermente inferiore (75%) usa il laptop per lo studio almeno una volta al giorno. [4]

Se consideriamo qualunque studente di un campus universitario, è probabile che possieda un laptop o un tablet mentre è quasi certo che possieda uno smartphone e che lo porti con sé sempre e ovunque, ad esempio in classe, nei gruppi studenteschi e nel fine settimana. Per molti studenti, gli smartphone hanno ampiamente sostituito altri oggetti che avevano sempre con sè in precedenza, come portafogli e mappe del campus. La "Instant Generation" è abituata all'instantaneità degli smartphone e trae vantaggio dai metodi di comunicazione che utilizzano una veloce accessibilità. Il formato delle comunicazioni dello smartphone ha anche consentito agli studenti di personalizzare la loro esperienza comunicativa. Possono effettuare scelte che riguardano i suoni, la messaggistica, quale app usare, la geolocalizzazione e le notifiche push. Le comunicazioni dell'università che arrivano attraverso questi canali e che possono essere gestite sui dispositivi preferiti dagli studenti sono il modo più appropriato di colmare il divario comunicativo e limitare la marea di messaggi inefficaci.

[4] Digital Lives report 2020

Nuove modalità di comunicazione

Storicamente, per condividere le informazioni con gli studenti le università si sono sempre fortemente affidate alle strategie di comunicazione passiva come le e-mail e i poster. Queste comunicazioni di rado sono personalizzate o semi personalizzate e non contengono alcun elemento che consenta l'azione immediata. Anche nel caso in cui lo contengano, risulta complicato come l'esempio della conferma della frequenza precedentemente citato.

La generazione Z si aspetta strategie di comunicazione attive, ad esempio : Inviare allo studente, mediante il canale più efficace, comunicazioni che contengano informazioni di importanza critica ed elementi che consentano l'azione.

Gli smartphone possono fornire tutti gli strumenti necessari per comunicare attivamente con gli studenti della generazione Z.

Le app offrono piattaforme per personalizzare l'esperienza dello studente. Gli studenti non hanno più bisogno di navigare nei siti web dell'università per trovare ciò di cui hanno bisogno quando un'app può raccogliere esattamente ciò di cui hanno bisogno in un unico luogo digitale sempre disponibile per lo studente. I messaggi di testo e le notifiche push offrono due modi immediati e accattivanti per comunicare

« L'app mostra il mio orario e i relativi aggiornamenti oltre agli orari dell'autobus, garantendomi di essere nel posto giusto al momento giusto.»[5]

Analogamente, grazie alle nuove tecnologie, stiamo assistendo allo sviluppo di una nuova forma di comunicazione proattiva tra università e studenti.

I consulenti accademici possono usare la tecnologia e la comunicazione degli smartphone per impostare e comunicare in modo chiaro gli appuntamenti di consulenza agli studenti attraverso le notifiche del calendario, oppure possono usare i messaggi di testo per comunicare direttamente con gli studenti in una modalità alla quale gli studenti risponderanno con maggiore probabilità. Le notifiche push possono essere usate per ricordare agli studenti sia i loro appuntamenti sia le scadenze imminenti.

Le segreterie studenti cercano spesso modi per coinvolgere maggiormente gli studenti nel campus e nei luoghi in cui si ritrovano.

Inoltre gli studenti possono combinare i loro diversi calendari - quelli creati dagli orari delle lezioni e degli esami, dagli eventi del campus e dei gruppi di studenti, dalle responsabilità e dagli impegni personali - per creare una visione completa e integrata di ogni settimana e giorno; in questo modo gli studenti possono pianificare meglio le loro giornate. Questo tipo di soluzione consente agli studenti di organizzare la vita quotidiana in modo più efficiente offrendo loro una vera esperienza di comunicazione digitale personalizzata, completamente integrata nelle loro vite.

L'orientamento dei nuovi studenti è un altro esempio perfetto di come la comunicazione attiva può facilitare un processo. Attraverso notifiche push e/o messaggi di testo, l'università può tenere aggiornati gli studenti e le famiglie sul trasloco, sul flusso del traffico e sulle risorse. Le mappe del campus interattive e compatibili con gli smartphone, in particolare quelle che comunicano con i sistemi Bluetooth del campus, possono aiutare i nuovi arrivati a navigare nel campus.L'uso dell'app ha determinato per l'Università di Lancaster un aumento del tasso di conversione del 14%.[6]

Conclusioni

La generazione Z è caratterizzata da metodi di comunicazione e preferenze diverse rispetto alle generazioni precedenti. Sono utenti sia dipendenti sia creativi degli smartphone quindi per poterli raggiungere ovunque si trovino è necessaria una comunicazione di tipo proattivo su questi dispositivi.

La generazione Z desidera utilizzare lo smartphone e vuole integrare questa tecnologia nell'esperienza universitaria. Una strategia di comunicazione efficace e ben riuscita per gli studenti universitari attuali richiede necessariamente l'inclusione di opzioni per i dispositivi mobili.

Gli smartphone offrono alle università modi nuovi, diretti e innovativi per comunicare in modo proattivo e coinvolgere gli studenti. Per raggiungere la Gen Z, le università dovranno abbracciare la tecnologia mobile basata su app. Gli studenti della Gen Z cercano di essere attivamente guidati nella loro esperienza universitaria piuttosto che affogare in un flusso di informazioni passive e potenzialmente irrilevanti.

E voi? Siete pronti a comunicare con la generazione Z? Contattate la nostra esperta Laetitia Boccara e scoprite come l'app per dispositivi mobili campusM può aiutarvi a raggiungere questo obiettivo.

[6] https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2955105/Lancaster-Case-Study-May-2016.pdf

CampusM – Trasformazione dei servizi del campus in un'esperienza mobile personalizzata

Concepire e creare

Implementate la vostra applicazione e il vostro portale web unici con i colori della vostra università con software di integrazione standard inclusi nelle principali soluzioni del campus.

Personalizzare

Utilizzate le funzioni di personalizzazione per creare un'esperienza adattata a ogni tipo di utente.

Migliorare e ampliare

Utilizzate il kit di sviluppo (il nostro kit di estensione dell'applicazione o kit AEK) per gestire in modo completamente indipendente le nuove iniziative e rispondere alle esigenze in piena evoluzione degli studenti.

Analizzare e misurare

Valutate l'impatto della vostra applicazione con le funzioni di analisi integrate, che sfruttano le informazioni esistenti per sostenere e ampliare la vostra strategia di coinvolgimento.

ExLibris campusM

sales@campusM.com @ExLibrisEurope www.campusM.com

sales@campusM.com

@exlibriseurope

www.campusM.com