

高大接続から考える 学生募集戦略

まとめ



7つのポイント

教育機関としての強みを生かし、かつデータに基づいた戦略戦術に取り組むことが、競争の時代を生き残ることにつながる。その観点から、今後の学生募集戦略策定のための見直しポイントを以下にまとめた。

これまで

これから

1 指標

のべ志願者数のみ

志望度の高さ

最終的に入学先として選ばれることを目的に、志望度の高い学生獲得を指標としたい

2 時期

高3から広報スタート

高1からスタート

志望度の高い学生募集のためには、低学年から認知→志望度を高めるためのシナリオを

3 ポジショニング

ずれている、不明瞭

ポジションが明確

客観的なデータとビジョンによりどんなポジションの大学をめざすのか明確にしたうえでの戦略を

4 対象

広く、多く

ターゲットが明確

自学に合った学生像が明確になれば、戦略戦術がシャープになり、効率的な募集が可能

5 手段

手段の目的化

目的別に手段を取捨選択

母集団形成と育成・強化では手段が異なる。効果的な手段は何かを見極めよう

6 高校への対応

大学の売り込み

信頼関係づくり

「営業」的なアプローチではなく、同じ教育機関としての立場で高校との連携を図りたい

7 組織体制

入試・広報部署のみ

全学マターとして取り組む

もはや募集活動は経営課題。全学が連携して進めたい