

第3分科会：大学広報におけるWebサイトの戦略的構築と差別化

討議テーマ

- 志願者確保のための戦略的なWebサイトの構築
- 情報発信を停滞させる要因の分析と教職員連携の体制作り

志願者確保のための戦略的なWebサイトの構築

問題点

- 役割分担がはっきりしない
— 入試と広報の連携がとれていない。
 情報が伝わらない(広報が知っているのに入試が知らない)
 二重コスト
- 適切な媒体の選択ができていない
— 携帯サイトの活用が不十分

ターゲット

- 受験生 優先順位①
- 保護者 優先順位②(受験生に対して、強制力と発言力を有する場合もある)
- 高校、予備校、その他 優先順位③

※優先順位③:進路指導での受験生に対する影響力が大きく重要な対象者だが、受験生や保護者向けの情報で対応できる。よって、受験生と保護者向けのコンテンツに注力すべき。

受験生向けコンテンツ(情報)

- 大学の強みを打ち出す
- どんなことが勉強できるのか。どんな学生生活になるかをイメージさせるコンテンツ作り
- 受験生にとっては入試情報、学部情報が重要(実はしっかり見ている)

受験生向けコンテンツ(見せ方)

- Webと携帯→キャンパスの実体験→フォロー→志願に結びつける
- 高校生の目線に合わせる
キャラクターを作る
親しみのある文体Webライティング
- 媒体(PC、携帯等)の特性を活かした活用
- 自大学に継続的に興味をもってもらう
タイムリーな情報公開

受験生向けコンテンツ(情報+見せ方)

- 受験生に対するタイムリーで手厚い情報提供のためには入試部門と広報部門の連携が必要。

情報発信を停滞させる要因の分析と 教職員連携の体制作り

取り扱う情報の種類

- 教育に関わる情報(教務情報等)
- 研究に関わる情報(教員情報等)
- 入試情報
- 地域貢献
- イベント情報
- 学生活動
- 基本情報(建学の精神、設備、財務等)
- 企業への情報
- 卒業生向けの情報
- 保護者向けの情報
- その他

問題点

- 情報がスケジュール通りに集まらない C
- 情報の持ち腐れ(情報の活用の仕方がわからない) A
- タイムリーに情報を発信できない C
- 掲載の判断基準がない A
- 使いたい写真が使えない B
- 担当者によってクオリティーがまちまち D
- 組織間の連携がとれていない B
- 情報が集まってこない。情報が偏る B
- 発信に際して、確認作業に時間がかかる C

理想の体制

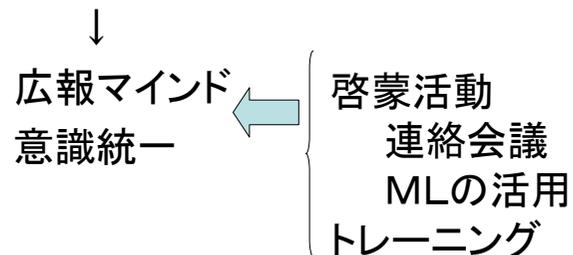
- A. 広報マインドの統一がされている
- B. 使える情報が満遍なく速やかに集まる
- C. 積極的にリアルタイムに発信できる
- D. クオリティーが一定である



広報方針があること

広報マインドの統一がされている体制

絶対条件：広報方針があること



使える情報が満遍なく速やかに集まる体制

- 連絡会議の活用
- 信頼関係を築く
- 強制、インセンティブ
- 競争意識
- 判断基準を明確に

積極的にリアルタイムに発信できる体制 クオリティを一定に保てる体制

- 一人に作業が集中しない体制
- マニュアル