

# Wat als studenten hun e-mail niet lezen?

Hoe je open rates kunt verhogen van minder dan **50%** naar meer dan **90%**





Ga eens na hoeveel mails er in de afgelopen maand vanuit jouw onderwijsinstelling zijn verstuurd naar jouw studenten.

Bekijk vervolgens ook eens hoeveel mails daarvan zijn gelezen en, niet geheel onbelangrijk, hoeveel studenten daar daadwerkelijk iets mee hebben gedaan.

De resultaten zullen hoogst waarschijnlijk tegenvallen.

Laatst zei **Sanne van der Meer, IT Consultant bij de Erasmus Universiteit Rotterdam**, het volgende:

*“Enerzijds waren er geluiden vanuit de studenten dat zij niet goed werden geïnformeerd. Anderzijds merkten ook medewerkers dat ze studenten heel slecht konden bereiken. Per mail was er zo weinig interactie dat we ons echt af vroegen of die wel binnen kwamen bij studenten.”*

Hoe makkelijk e-mail ook is voor de onderwijsinstelling, studenten lezen het nog amper. Als je in deze tijd een open percentage van **50%** weet te behalen, is dat al zeer bewonderingswaardig, dus het is tijd voor vernieuwing.

In dit whitepaper vertellen we je meer over de student anno 2022 en hoe jij ervoor kunt zorgen dat de berichten van de onderwijsinstelling wél gelezen worden.



# De student anno 2022

De huidige generatie studenten is opgegroeid in een digitale wereld. Hieruit komt het gemak dat als vanzelfsprekend wordt gezien door studenten en een focus op het onderhouden van sociale contacten. Ook op het gebied van studeren heeft dit gevolgen. Studenten zijn digital minded en verwachten van hun onderwijsinstelling hetzelfde. Niet alle onderwijsinstellingen hebben de continu veranderende behoeften van studenten in beeld.

Een mismatch tussen het aanbod van de onderwijsinstelling en de behoefte van de student is het gevolg.

## Digitale Generatie

Studenten communiceren voornamelijk via hun smartphone. Hoewel e-mail ook op de smartphone te ontvangen is, valt op dat minder dan **50%** van de studenten hun e-mail nog opent, zo blijkt uit onderzoek van Barnes & Noble College. Snelle communicatiediensten sluiten beter aan bij de snel veranderende digitale omgeving waar de huidige student zich in begeeft. Dit verklaart de afname in het gebruik van e-mail en de opkomst van diensten als Whatsapp. Het voornaamste voordeel van deze snelle communicatiediensten, is dat studenten continu op de hoogte zijn van snel veranderende informatie waar ze op leunen om juiste beslissingen te nemen.

Volgens de Student Communicatie Survey is **99%** van de studenten in het bezit van een smartphone.

Hieruit volgt hun voorkeur om veranderende informatie via hun smartphone te ontvangen en direct in te kunnen zien. Liefst **69%** van de studenten geeft aan alle onderwijsinformatie via hun smartphone te willen ontvangen.

## Social interactie

Met de digitale middelen die studenten tot hun beschikking hebben is de sociale interactie en het volume van contactmomenten sterk gegroeid.

Ze zijn **24/7** in contact met familie, vrienden en studiegenoten, via onder andere Whatsapp en Instagram, ongeacht waar studenten zich bevinden. Studenten zijn altijd op de hoogte van wat er speelt en ook de behoefte om te weten wat er speelt rondom hun onderwijsinstelling.

Volgens de Student Communicatie Survey is er een grote kloof tussen wat studenten verwachten en de realiteit.

Onderwijsinstellingen communiceren volgens studenten niet snel genoeg en niet duidelijk genoeg. De gemiddelde beoordeling die studenten geven aan hun instelling, ligt **33%** lager dan wat zij gemiddeld verwachten als het gaat om snelle communicatie. Bij duidelijke communicatie is dit zelfs **47%**. Studenten willen te allen tijde weten wat er speelt.

In het volgende hoofdstuk gaan we in op hoe je kunt inspelen op de behoeften en wensen van de student anno 2022.

# Effectief communiceren met studenten

De twee belangrijkste punten uit het vorige hoofdstuk zijn het feit dat studenten een duidelijke voorkeur hebben voor communicatie via hun smartphone en het feit dat studenten niet tevreden zijn over de snelheid en duidelijkheid van communiceren door hun onderwijsinstelling. Op dit moment zijn er nog steeds veel onderwijsinstellingen die kiezen voor communicatie via e-mail. In sommige gevallen is dit ook nog steeds noodzakelijk, gezien het type informatie dat gedeeld moet worden.

## E-mail is verouderd

In de meeste gevallen is dit echter niet het geval en het feit dat onderwijsinstellingen toch kiezen voor e-mail, zorgt voor minder effectieve communicatie. E-mails hebben een onbeperkte lengte en we zijn al snel geneigd om heel veel informatie te verwerken als we een e-mail schrijven.

Voor studenten is dat te veel. Korte en bondige berichten met uitsluitend noodzakelijke informatie is de enige manier om te communiceren op een manier die werkt voor studenten.

Maar hoe doe je dat? Laten we eerst eens kijken naar de momenten waarop e-mail wél effectief kan zijn.

Er zullen momenten zijn, bijvoorbeeld wanneer nieuwe studenten zich inschrijven, waarop er vrij veel informatie naar studenten toe moet. In dat geval kan een e-mail wel effectief zijn. Dit is namelijk ook een voorbeeld van een moment waarop studenten veel informatie verwachten. Zij weten van tevoren dat er nog het nodige gedaan moet worden en dat zij nog niet alle informatie hebben. Op deze momenten sluit e-mail dus prima aan, al is het belangrijk om de e-mail zo kort mogelijk te houden.

Gebruik bullets en refereer studenten naar andere plekken waar uitgebreide informatie staat. Zo weet je zeker dat ze de belangrijkste dingen lezen en kunnen ze zelf navigeren naar meer informatie.





## Het nieuwe communiceren

In vrijwel alle andere gevallen is e-mail simpelweg veel minder effectief. Korte berichten, die bij voorkeur op de smartphone van studenten binnenkomen, zorgen ervoor dat studenten snel informatie tot zich kunnen nemen.

Denk aan een melding over een aankomend tentamen, een roosterwijziging of een nieuw evenement, maar ook aan noodmeldingen waar studenten direct van op de hoogte moeten zijn. Door in een korte melding uitsluitend het belangrijkste te benoemen, zorg je dat studenten op de hoogte zijn. Vervolgens kan een dergelijke melding verwijzen naar meer informatie, bijvoorbeeld op de website, het intranet of de digitale leeromgeving.

Deze werkwijze zorgt ervoor dat studenten meer belangrijke informatie tot zich kunnen nemen en minder vaak iets zullen missen, wat met e-mail vaak wel het geval is.

Met een open percentage van **50%** of lager bereik je als communicatieafdeling simpelweg niet je doel.

Maar hoe vertaal je deze principes naar een gepaste oplossing voor jouw onderwijsinstelling?

Dat lees je in het volgende hoofdstuk.



# 90% open rate? Studenten App!

De effectiviteit van e-mail laat tegenwoordig te wensen over, zo is de conclusie bij verschillende onderwijsinstellingen.

Om die reden wordt er gezocht naar andere oplossingen om beter te kunnen **communiceren** met studenten en hen vooral beter te informeren. In een recent interview met **Sanne van der Meer, IT Consultant bij de Erasmus School of Law**, werd benadrukt dat e-mail niet meer het gewenste resultaat heeft:

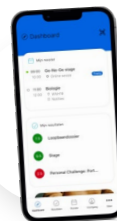
*“Per mail kregen we niet altijd de respons waar we op hoopten, waardoor we ons zelfs afvroegen of de mail wel binnen kwam bij studenten.”*

Dat is de reden dat de **Erasmus Universiteit** in een samenwerking is aangegaan met **Ready Education**, net als meer dan **700** andere onderwijsinstellingen wereldwijd. In Nederland draait er bij ruim **30 onderwijsinstellingen** een studenten app van Ready Education. Het resultaat? Betere informatievoorziening en communicatie. In het eerste kwartaal van 2022 werd dit nog maar eens benadrukt. Op bijna **300.000 push notificaties** die werden verstuurd middels de studenten app, was het open percentage maar liefst **90,5%**.

## Communicatiestrategie anno 2022

Bij het inrichten van de communicatiestrategie voor jouw onderwijsinstelling is het cruciaal om na te denken welke middelen het beste werken voor studenten. De cijfers laten zien dat blind vasthouden aan wat men gewend is niet meer voldoende is voor de studenten van nu. Behalve e-mail zal er moeten worden gekeken naar andere digitale tools, zoals een **studenten app**.

Ready Education heeft **wereldwijd** enorm veel ervaring en ondersteunt inmiddels meer dan **700 onderwijsinstellingen** met de informatievoorziening voor en communicatie met hun ruim **7 miljoen studenten**. Wil je weten hoe een studenten app jouw **communicatiestrategie** naar het volgende niveau kan tillen?



Neem dan **contact** met ons op!



Ready Education helpt jou om jouw studenten te allen tijde te kunnen bereiken. Informeer, betrek en motiveer jouw studenten door te communiceren op een manier die voor hen vanzelfsprekend is. Samen helpen we studenten succesvol zijn!

**Meer weten?**

**[readyeducation.com](https://readyeducation.com)**

**Neem contact op via +31 30 737 01 49  
of email [info@readyeducation.com](mailto:info@readyeducation.com)**