



TUM School of Management
Technical University of Munich

Wie die TUM School
of Management
ihre VR-Strategie einsetzt, um neue
Studenten zu gewinnen und zu begleiten.

VRdirect ▶

Wie die TUM School of Management ihre VR-Strategie einsetzt, um neue Studenten zu gewinnen und zu begleiten.

Die TUM School of Management in München nutzt Virtual Reality, um ihre Marketing- und Studentenrekrutierungsstrategien zu verbessern. In Zusammenarbeit mit VRdirect hat sie drei immersive VR-Projekte entwickelt, um potenzielle oder bestehende Studenten und Partner anzusprechen. Diese Projekte umfassen eine Campus-Tour, Informationen über Studienprogramme und ein interaktives Schnitzeljagd-Spiel. Die Vorteile des Einsatzes von VR im Bildungsmarketing sind zahlreich. Sie bietet einzigartige Möglichkeiten zur Einbindung von Studierenden, macht unterschiedliche Interessen greifbar, ist für ein globales Publikum zugänglich und spiegelt Innovationen im Bildungsbereich wider. Der Einsatz von VR im Marketing der TUM School of Management hat beeindruckende Ergebnisse erzielt, geografische Lücken überbrückt und Bildung und Forschung im digitalen Zeitalter zugänglicher gemacht.

Der Lehrstuhl für Marketing an der TUM School of Management in München verfolgt einen innovativen Ansatz, indem er Virtual Reality einsetzt, um seine Marketingstrategien zu verbessern und die Rekrutierung von Studenten zu optimieren. Ihr primäres Ziel war es, die Kluft zwischen ihrem Campussen, ihren akademischen Programmen und einem vielfältigen globalen Publikum zu überbrücken. Zu diesem Zweck erhielt sie Unterstützung von VRdirect. Durch den Einsatz der VRdirect Studio Software war die Business School nicht nur in der Lage, VR-Erlebnisse zu erstellen, sondern auch verschiedene Vertriebskanäle für ihr Publikum zu nutzen.



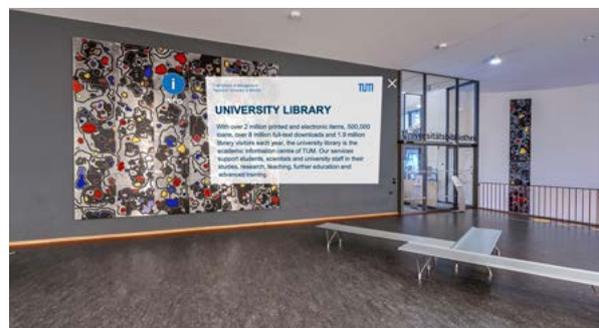
Meisten von Campusführungen, Programm-Guides und Schnitzeljagden

Die TUM School of Management initiierte eine klassische VR-Tour, die Studieninteressierte über den Münchner Campus führte. Das Projekt umfasste Besuche in Hörsälen, im Atrium, in der Cafeteria, im Student Hub und mehr. Das Hauptziel war es, internationalen Studenten die Möglichkeit zu geben, den Campus und die akademischen Programme aus der Ferne zu erkunden und gleichzeitig anzubieten, die Tour auf VR-Brillen bei Veranstaltungen zu erleben. Die KPIs zeigten ein beeindruckendes Engagement, mit langen Betrachtungszeiten und hohen Klickraten, was auf ein starkes Interesse an der Erkundung des Campus hinweist. Die 360°-Tour ist auf der [offiziellen Website der School of Management](#) verfügbar.

Im nächsten Schritt wurden die Studiengänge in VR präsentiert und umfassende Informationen über Bachelor- und Masterstudiengänge, Studiengebühren und den Immatrikulationsprozess bereitgestellt. Der innovative Program Finder der TUM School of Management bietet eine alternative Erfahrung für die Orientierung und das Informationsmanagement, die es Studieninteressierten ermöglicht, die akademische Landschaft auf eine sehr immersive und interaktive Weise zu navigieren. Dieses virtuelle Tool stellt nicht nur die verschiedenen Programme vor, sondern bietet auch eine einzigartige Perspektive, die es den Nutzern ermöglicht, den Campus zu erkunden, mit virtuellen Fakultätsmitgliedern zu interagieren und Einblicke in das Universitätsumfeld zu gewinnen.

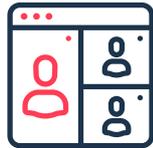
Anhand der Analysedaten des VR-Projekts kann die TUM School of Management aufzeigen, welche Studiengänge eine Präferenz zu erreichen scheinen. Der 360°-Schulführer ist auf [der Website der Hochschule](#) verfügbar.

Die TUM School of Management führte auch ein interaktives VR-Spiel ein - eine Schnitzeljagd. Die Teilnehmer beantworteten Quizfragen, um von einem Raum zum anderen zu gelangen. Das Spiel erzielte eine hohe Beteiligung mit beeindruckenden Quiz-Erfüllungs-raten und fügte der Begrüßungsveranstaltung ein unterhaltsames und ansprechendes Element hinzu. Die VR-Suche ist verfügbar und wurde vor Ort mit VR-Headsets präsentiert. Es diente als eines der Hauptspiele während der Eröffnungsveranstaltung.



Mehrere Vorteile zur Steigerung des Engagements

Virtual Reality ist ein großartiges Instrument für das Marketing im Bildungsbereich, insbesondere für Universitäten, die Studenten rekrutieren, da es immersive und interaktive Erfahrungen bietet.



Engagement: VR bietet eine einzigartige und immersive Möglichkeit, potenzielle Studenten anzusprechen. Sie können den Campus, die Klassenzimmer und die Einrichtungen virtuell erkunden und so eine starke emotionale Bindung aufbauen.



Personalisierung: Universitäten können VR-Erlebnisse so gestalten, dass sie bestimmte Programme, Abteilungen oder Campus-Merkmale vorstellen und so auf die individuellen Interessen der Studenten eingehen.



Zugänglichkeit: VR kann geografische Barrieren überwinden und ermöglicht es Studieninteressierten auf der ganzen Welt, den Campus und das akademische Umfeld zu erleben, ohne ihn physisch zu besuchen.

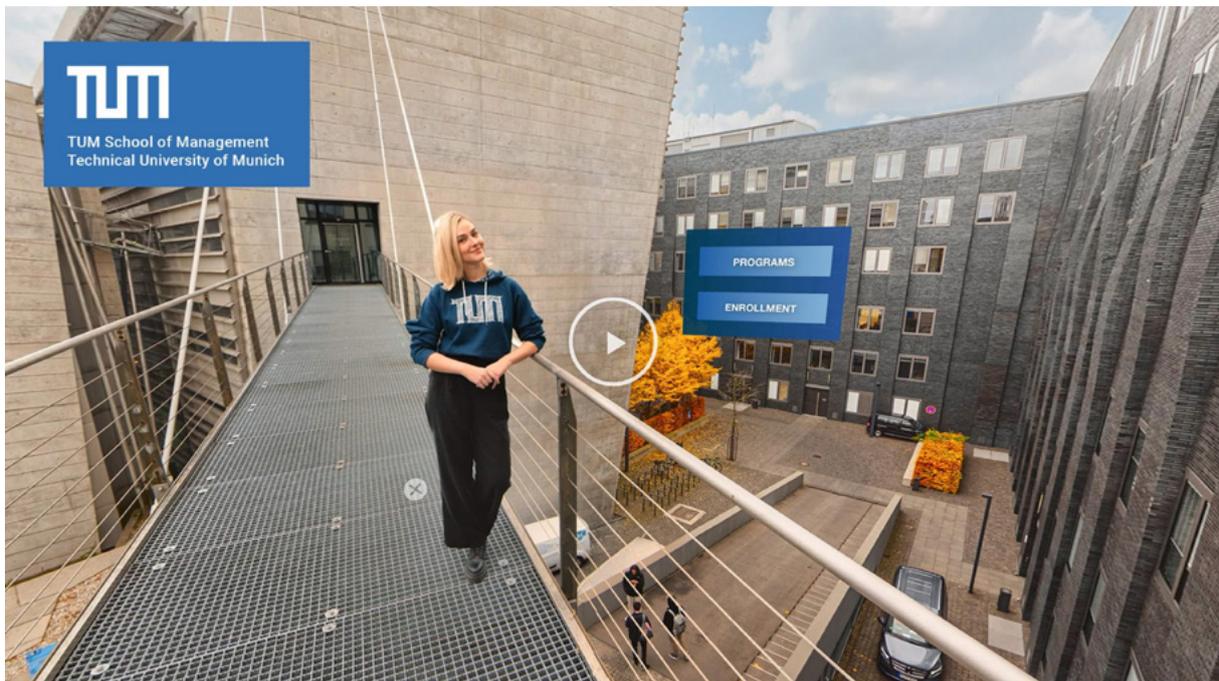


Innovation: Der Einsatz von VR demonstriert das Engagement für Spitzentechnologie, spricht technikbegeisterte Studenten an und spiegelt ein zukunftsorientiertes Bildungsumfeld wider.



„Wir nutzen VR für Marketing- und Rekrutierungszwecke. Besonders spannend ist, dass wir unsere VR-Erlebnisse selbstständig aktualisieren und bearbeiten können. Dadurch können wir sowohl kleinere als auch größere Änderungen vornehmen, ohne dass zusätzliche externe Ressourcen benötigt werden.“

Frederic Füßmann, Digitaler Strategie.



Klicken Sie auf das Bild, um das Anwendungsfall-Video anzuschauen.

Nutzung von VR für das Marketing

Der Einsatz von VR-Technologie im Bildungsmarketing hat sich für Hochschulen als effektiver Weg erwiesen, sich zu profilieren, einen bleibenden Eindruck bei Studieninteressierten zu hinterlassen und ihre Reichweite zu erhöhen. Die Partnerschaft der TUM School of Management mit VRdirect beim Einsatz von VR für Marketing und Studentenrekrutierung hat zu bemerkenswerten Ergebnissen geführt. Durch die Bereitstellung immersiver VR-Erlebnisse hat die TUM School of Management erfolgreich sowohl lokale als auch internationale Zielgruppen angesprochen. Diese Geschichte ist ein inspirierendes Beispiel dafür, wie Technologie geografische Unterschiede überbrücken und den Zugang zu Bildung in einer zunehmend digitalen Welt erleichtern kann.

Weitere Anwendungen an der Technischen Universität München

Wenn Sie mehr über die verschiedenen Anwendungen von VR an der TUM erfahren möchten, schauen Sie sich die [Success Story of TUM School of Engineering and Design](#) an. Ihr innovativer Anwendungsfall präsentiert die Einrichtungen des Instituts, die für Industriepartner zugänglich sind und für die Forschung genutzt werden.

Über VRdirect

Das Münchner Softwareunternehmen VRdirect ermöglicht Unternehmen mit seiner Plattform "VRdirect Studio", völlig ohne Programmieraufwand eigene Virtual-Reality Inhalte zu gestalten und zu veröffentlichen. Typische Anwendungsfälle dieser VR Apps reichen von betrieblichen Schulungs- und Weiterbildungsprozessen über das Recruiting und Onboarding von Personal bis hin zu Einsatzszenarien im Vertrieb, bei der Kundenbetreuung oder im Rahmen von Messen. Einmal erstellt, können die Inhalte auf allen gängigen Endgeräten abgerufen werden. Die Nutzer werden dadurch besonders nah an das Geschehen herangeholt und haben das Gefühl, sich wirklich mit der simulierten Umgebung auseinanderzusetzen.

Weitere Informationen unter www.vrdirect.com

WHAT'S NEXT? ▶

Besuchen Sie uns unter vrdirect.com und starten Sie noch heute!

Für eine Auswahl bereits veröffentlichter Experiences laden Sie sich die **VRdirect App** herunter.



Kontaktieren Sie uns

☎ +49 89 413 24 244
✉ contact@vrdirect.com
🌐 www.vrdirect.com

Folgen Sie uns

📘 facebook.com/VRdrct
🌐 linkedin.com/company/vrdirect
🐦 twitter.com/VRdrct
▶ bitly.ws/9qR5