

# 浅析营销策略在高职院校招生中的应用

◆李 静

(三峡旅游职业技术学院 湖北省宜昌市 443100)

**摘要:** 高等教育改革的深入和知识经济时代的到来,为高职院校的发展创造了更大的空间、提供了更多的机会。然而,在高职教育迅猛发展的过程中,也面临着越来越激烈的竞争和挑战。以高职院校招生为例,如何在有限的生源中保质保量地完成招生任务,是高职院校面临的一大难题。在本文中,笔者结合个人理论学习成果和招生工作经验,尝试通过营销策略的合理运用来拓宽招生路径、提高生源质量,以招生工作的改革与创新为突破口,为高职院校的长远发展奠定良好基础。

**关键词:** 营销策略;高职院校;招生;应用

营销策略是企业以顾客需要为出发点,根据经验获得顾客需求量以及购买力的信息、商业界的期望值,有计划地组织各项经营活动。任何营销策略想要发挥效果,必须满足三个条件:一、提高自身产品质量;二、满足客户实际需求;三、找准产品营销方式。而本文也将主要从这三个方面着手,针对营销策略在高职院校招生工作中的应用途径与方法展开论述。

## 一、提高“产品”质量,打造品牌效应

“教育”,是高职院校最重要的“产品”,也是高职院校参与招生竞争的“利器”。因此,高职院校应该从以下两个方面努力,提高“产品”质量,打造品牌效应:提高教学质量、打造招牌院系:

### (一)建设特色专业,提供特色“产品”

高职院校应该在广泛的市场调研和深入的市场分析基础上,对于当前和未来若干年的人才市场需求进行精准预判,并根据市场需求,将“火爆”的传统专业与“冷门”的新兴专业结合起来,同时还可结合区域经济发展需求,建设特色专业,提供特色“产品”,提高高职院校招生中的吸引力。例如,高职院校可以将传统的市场营销专业与不同产业资源进行整合,形成新的特色专业,例如“茶叶营销”、“园艺营销”、“餐饮营销”等专业,通过推出特色“产品”来吸引目标“客户”。

### (二)加强师资力量,提供高效“服务”

高职院校是教育行业,也是服务行业。而教师,作为服务行业的从业人员,必须具备扎实的理论基础、丰富的实践经验和良好的个人素养,才能为学生提供优质的服务。因此,高职院校应该重视教师综合素质的提升,通过定期对教师进行校内、校外培训,教师下企业实习,引进企业名师,定期对教师进行师德师风、专业知识及技能的考核,优胜劣汰,促进竞争机制,不断提高师资力量,还可通过内部教师讲理论、企业名师带实训,内部教师和企业名师共带“创业”和“科研”的方式,促进学生理论知识、实践能力和创新创业能力的全面发展。通过不断加强师资力量,提升在招生中的市场竞争力,吸引优质生源、扩大招生规模。

## 二、提高“服务”质量,满足客户需求

### (一)开展“精准营销”,满足个性需求

所谓“精准营销”,就是在精准定位的基础上,建立个性化的顾客沟通服务体系,以满足顾客个性化的需求。通过运用“精准营销”策略,高职院校可以根据不同院系、不同专业学生的不同就业需求和发展需求,采取不同的教学内容和教学方法开展“差异化”教学,从而在招生过程中,将有着不同诉求和不同愿景的学生都由潜在客户变成现实客户,提高招生的效率和质量。

### (二)开展“顾问营销”,解决实际问题

在招生过程中我们经常会发现,很多学生并不清楚自己的优势和不足,在选择院校和专业的时候,难以做出正确判断和抉择。此时,高职院校的招生团队可以采用“顾问营销”,即利用自己的专业知识,从学生的利益和需求出发,为他们提供专业的意见

和建议,帮助他们找准人生的方向。

### (三)开展“协议营销”,提供就业保障

就业问题,是高职院校招生中学生和家长最为关心的问题。很多学生和家长担心“毕业即失业”的现象出现,而对于去不去高职院校,去哪所高职院校犹豫不决。针对这种情况,高职院校可以采取“协议营销”的方式,建立相关专业的定向委培班,在学生入学的时候就跟学生签订就业协议,并给予一定的助学政策,比如企业安置就业、顶岗实习、工读结合的“现代学徒制”教学模式、以及每年的学费补贴等,以免除学生和家长的后顾之忧,从而吸引优质生源来校就学。

## 三、运用“网络营销”,创新招生形式

此处所说的“网络”有两层含义:一、构建全面的宣传“网络”。高职院校可以通过以下途径,构建宣传网络:通过到高中进行宣讲与咨询等活动,进行面对面的宣传;通过发放传单、张贴海报等方式,进行直接宣传;通过在报纸、杂志、公交站亭等途径投放广告,进行传统宣传;通过建立微信公众号等方式,进行新媒体宣传;二、充分发挥现代化信息“网络”的宣传作用。高职院校应该立足于信息化时代背景,通过以下途径,充分发挥网络的宣传作用:创建高职院校的官方网站,对院校情况、办学特色、就业成果等进行展示;创建高职院校的微信公众号,利用微信的交互式特点,建立招生团队与学生和家长的沟通渠道;三、利用H5场景秀等现代传播技术,通过微博转发、抖音展示、朋友圈分享等方式,以图文并茂、声影结合的形式对院校招生信息进行宣传。总之,高职院校可以通过树立网络营销理念,扩大职业院校招生的影响力。

**结束语:** 综上所述,高职教育的改革与发展使高职院校迎来了黄金发展期,然而,事实上大部分高职院校仍然存在招生难、招优质生源更难的窘境。基于此,本文立足于高职院校招生工作的实际情况,针对营销策略在高职院校招生工作中的应用途径与方法展开研究与探索。希望通过本文的论述,能够帮助高职院校拓宽招生路径、提高生源质量,以招生工作的改革与创新为突破口,促进高职教育的可持续发展。

## 参考文献:

- [1] 李晓敏;姚克荣;苗斌;李杰;郭颖平.自媒体营销策略在高职院校招生宣传中的应用研究[J].河北农机,2018(05).
- [2] 谷磊.高职院校招生工作中的营销策略研究——以H职业学院为例[D].昆明理工大学,2018(05).

