

Vertriebsoffensive

Studio App Vertriebsoffensive - Markteinführung des Studio App Produktangebots für den Hochschulmarkt

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017	Status	abgeschlossen
Projektstart	01.03.2018	Projektende	29.02.2020
Zeitraum	2018 - 2020	Projektaufzeit	24 Monate
Keywords	Education, EdTech, Hochschulen		

Projektbeschreibung

Nach über 1,5 Jahren Entwicklungszeit an Studio – Die App für dein Studium, wird nun das Kooperationsangebot für Hochschulen in den Markt eingeführt. Hochschulen haben damit die Möglichkeit ihren Studierenden jegliche Kosten für die App zu ersparen, Module zu kaufen um die Lehre zu verbessern, oder neue individuelle Module zu beauftragen. Derzeit werden 60 Hochschulen mit der App unterstützt und drei davon sind Kooperationspartner (Pilotkundinnen). An den anderen 57 Hochschulen zahlen derzeit noch die Studierenden für die App. (Die Grundversion ist stets kostenlos, die Vollversion kostet €8,99).

Wichtig: Im Rahmen des Antrags wird von Kundinnen und UserInnen gesprochen:

- Kundinnen sind Hochschulen, die das Kooperationsangebot in Anspruch nehmen und somit für die Studierenden die Kosten der App tragen. Sie haben zudem die Möglichkeit, zusätzliche Module für die App zu erwerben.
- UserInnen sind NutzerInnen der App, also Studierende von einer der 60 unterstützten Hochschulen. (Derzeit gibt es 70.000 monatlich aktive UserInnen.)

Das Grundprodukt Studio ist in marktreifem Zustand. Das wird bestätigt dadurch, dass die App über 5 Millionen Mal im Monat gestartet wird. Zwei Module, welche den Hochschulen Zusatzmöglichkeiten zur Steigerung von Qualität und Effizienz der Lehre bieten, sind bereits fertiggestellt (Workloaderhebung, Bedienstetenapp). Das dritte Modul LV-Evaluierung ist konzeptioniert und wird gemeinsam mit einem Kunden fertiggestellt.

Im Rahmen der Markteinführung werden zuerst die bestehenden Kundinnen und deren Anforderungen analysiert. Danach werden die Marktanforderungen erhoben und ein Vertriebs- und Marketingkonzept erstellt. Im Unternehmen gibt es schon umfangreiches Vertriebs-Know-How, welches bei der Arbeit am Komplementärprodukt Studio Jobs – Das Jobportal für Studierende erworben wurde. Diese Erfahrungswerte werden in das Konzept miteinfließen. Noch im Sommer wird die Vertriebsoffensive gestartet und die Kundenakquise begonnen. Die Betreuung von bestehenden Kundinnen, als auch von UserInnen wird parallel über die gesamte Projektaufzeit stattfinden. Diese dient auch zur Erhebung von wertvollem Feedback von Seiten des Marktes.

Parallel dazu wird das erfolgskritische Feature „Studo Chat“ fertigentwickelt. Dieses befindet sich derzeit noch in der Testphase und ist Kundinnen und UserInnen sehr wichtig. Mit Semesterstart des WS18 wird die Entwicklung des Moduls LV-Evaluierung gestartet. Im Anschluss erfolgt die kontinuierliche Verbesserung der App aus technischer und UX-/UI-Sicht, angelehnt an das Feedback der Kunden.

Mit Ende des Projektes ist es geplant 20 Kundinnen akquiriert und 25 Zusatzmodule verkauft zu haben. Die Kunden- und UserInnenzufriedenheit hat sich währenddessen gesteigert.

Abstract

After more than 1.5 years of development at Studo – Die App für dein Studium the offer for the universities will be introduced to the market. A cooperation agreement with the university enable students a totally free access to the app Studo. Furthermore, universities have the possibility to buy modules to improve the teaching or to commission new individual modules. Currently 60 universities are supported with the app, three of them are as well cooperation partners (pilot customers). Currently the students are still paying for the app at the other 57 universities. (The basic version is always free, the full version costs € 8.99).

Important: As part of the application, following definitions are used:

Customers are universities taking advantage of the cooperation offer and bear the costs of the app for the students. They also have the opportunity to purchase additional modules for the app.

Users are users of the app, meaning students from one of the 60 universities. (There are currently 70,000 monthly active users.)

The basic product Studo is market-ready. This is confirmed by the fact that the app is started 5 million times a month. Two modules, which offer universities additional opportunities to increase the quality and efficiency of teaching, have already been completed (workload survey, staff app). The third module “LV-evaluation” is designed and will be completed in cooperation with a customer.

As part of the market launch, the existing customers and their requirements will be analysed first. Afterwards the market requirements will be raised and a sales and marketing concept will be created. The company already has extensive sales know-how, which was acquired while working on the complementary product Studo Jobs – Das Jobportal für Studierende. These experiences will help at creating the concept. The sales offensive will be launched in summer. The customer acquisition will pursue. The support of existing customers as well as users will take place over the entire project period. This also serves valuable feedback from the market.

At the same time, the success-critical feature “Studo Chat” will be finished. “Studo Chat” is currently still in the test phase and is very important to customers and users. At the beginning of WS18 the development of the module LV-evaluation will be started. This will be attended by the continuous technical and UX / UI improvement, based on the feedback of the customers.

At the end of the project, it is planned to have acquired 20 customers and to have sold 25 additional modules. Additionally, customer and user satisfaction should be increased.

Projektpartner

- Moshbit GmbH