



Zeit gewinnt Pitch der ETH Zürich

Die Zürcher Agentur Zeit hat sich in einem Pitch durchgesetzt und soll künftig für einen Bekanntheitsschub der ETH School for Continuing Education sorgen.

Redaktion - 11. Oktober 2022



Die ETH Zürich gehört zu den weltweit führenden Hochschulen in den Bereichen Bachelor und Master und bietet auch Hochschulweiterbildung an. Um das Angebot mit gezielten Massnahmen dem spezifischen Publikum zugänglich zu machen, hat die Hochschule via öffentlicher Ausschreibung nach einem Online-Marketing-Partner gesucht. Durchgesetzt hat sich im anschliessenden Pitch-Verfahren die Zürcher Agentur Zeit.

Die Weiterbildungen werden unter der Dachmarke «ETH Zürich – School for Continuing Education» angeboten. Die vier Cluster aus den Bereichen Architektur, Technik, Natur- und Ingenieurwissenschaften sowie Geistes-, Sozial- und Staatswissenschaften sollen nun mit einer neuen Digitalmarketing-Strategie noch aktiver und zielgerichteter beworben werden. Zeit unterstützt die ETH dabei mit Ads auf verschiedenen Plattformen und fungiert als beratender Partner für sämtliche Anliegen im Online-Marketing.

Die neu konzipierte Image-Kampagne startet am 1. Januar 2023 und soll nebst den bisherigen Weiterbildungsangeboten auch die Dachmarke der ETH School for Continuing Education insgesamt stärken.

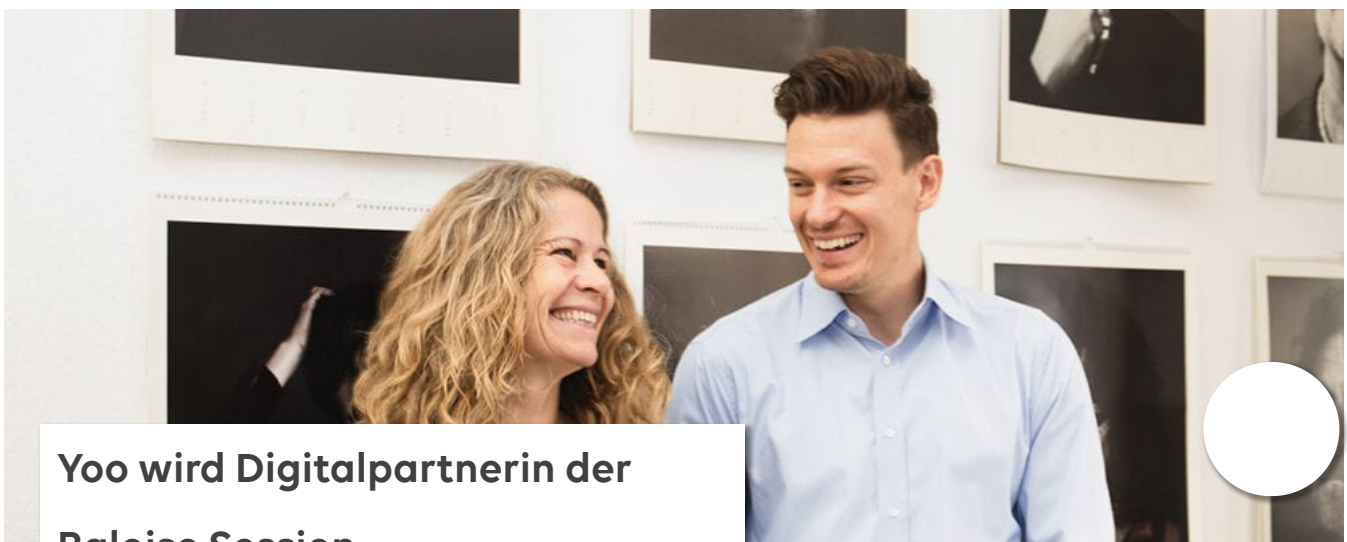


Etats

Tags

ETH | Zeit

Weitere Artikel zum Thema





Stadt Zürich Stadtpolizei

Die Antwort gewinnt Pitch um
Stadtpolizei Zürich

