



Familjen
Helsingborg

Schema

10:10 Presentation av projektet

10:40 Diskussion i break-out-rooms

11:10 Uppsamling och lite paus

11:40 Summering av dagen



Familjen Helsingborg

- 11 kommuner i nordvästra Skåne
- YH- Collection



- Familjen Helsingborgs traineeprogram

- Vi är 9 personer med olika kompetenser och erfarenheter

- Projektarbete riktat mot Yrkeshögskolan.

Känslan skapar Familjen Helsingborg

Case

“Hur kan vi marknadsföra YH i Familjen Helsingborg bättre mot unga 20-30 år?”

Bakgrund

- Utmaningar
 - Många hoppar av eller byter utbildning
 - Kännedom om YH-utbildning på arbetsmarknaden

Syfte och mål

- Möjliggöra för YH Collection att öka kännedomen om Yrkeshögskolans värdeerbjudande inom Familjen Helsingborg-regionen.
- Ta fram en marknadsföringsstrategi för YH Collection i syfte att få fler personer mellan 20-30 år att vilja söka YH-utbildningar inom Familjen Helsingborg

Förutsättningar

- 9 st traineer med olika kompetensområden
- Inte arbetat ihop tidigare
- 4h / vecka
- Ingen tidigare kunskap om YH, inte gått YH-utbildning
- Vi är nära till målgruppen som vi ska undersöka

Tidslinje



Mentimeter från Gameng

Förstudie

- Skapa förståelse
 - Olika typer av organisationer:
olika roller, distinktion och samverkan
 - Värdeerbjudande
 - Kommunikationskanaler
- Framtida behov och möjligheter

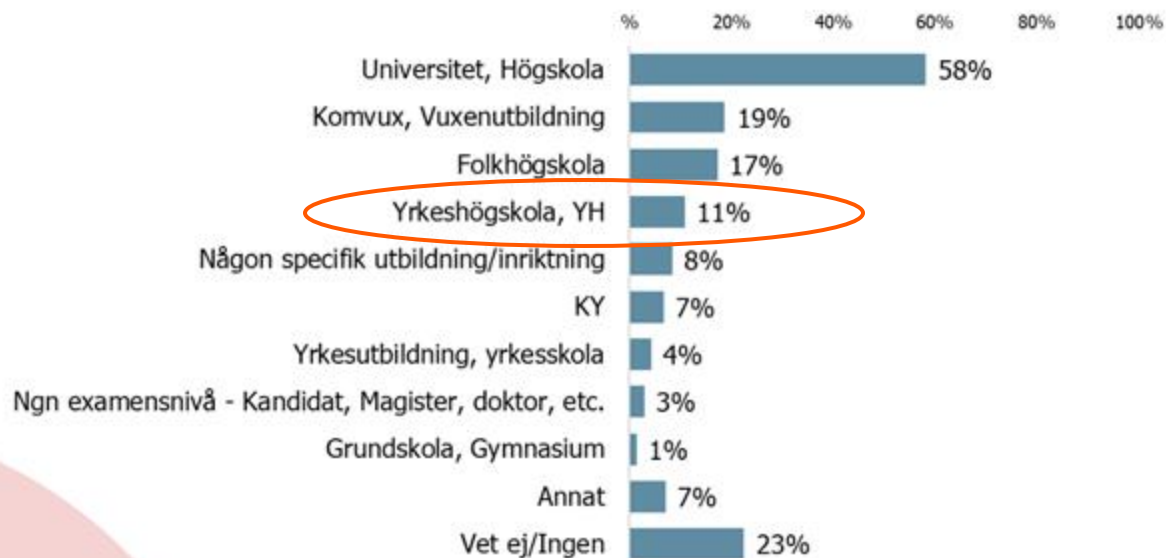
Metod

- Enkät till YH-anordnare inom Familjen Helsingborg
- Statistik och rapporter från bl.a. MYH
- Intervjuer med personer inom YH collection
- Deltagande i workshops och föreläsningar om YH
- Analys av arbetsmarknadsbehov inom regionen
- Utbyte med styrgruppen
- Analys av kommunikationskanaler

Vad har vi kommit fram till?

Spontan kännedom

Vilka utbildningsformer på eftergymnasial nivå känner du till?
Ange fritt antal utbildningsformer du känner till



Källa: Myh, 2019

Hur ser marknadsföringen ut idag?

- Spretigt visuellt
- Mycket fokus på den enskilda anordnarens utbildningar
- Få använder sig av YH:s logga

Potentiella anledningar:

- Konkurrens mellan anordnare
- Stor skillnad i kommunikationsresurser

Kortsiktig marknadsföring

Blandade åsikter kring att marknadsföra mot yngre sökande



Varför är det viktigt att marknadsföra sig mot unga 20-30 år?

Engagemangstrappa



Områdesanalys

Energi Data/IT Transport Pedagogik
Industri Livsmedelsproduktion
Ekonomi, administration och försäljning
Samhällsbyggnad och byggteknik
Hälso- och sjukvård Socialt arbete

Vad säger den här bilden oss?

20-åringen

- Kunskap: Gymnasieelever har generellt sett en låg kännedom om olika yrken som finns på arbetsmarknaden och vad de innebär
- Behov: Vad kan jag göra av min framtid?
- Budskap: Måste vara skraddarsydda utifrån deras verklighet

30-åringen

- Kunskap: Högre kännedom om arbetsmarknad, har antagligen en del arbetslivserfarenhet och hunnit bilda sig en egen uppfattning
- Behov: Byta jobb eller bransch / Specialisera sig inom nuvarande jobb
- Budskap: Måste vara skraddarsydd utifrån deras verklighet

Hur når vi dessa personer trots följande utmaningar

- Behov av olika typer av marknadsföring
 - Målgruppsanpassad/Varumärkesbyggande
- Ojämna resurser för kommunikation
 - Skolors förutsättningar är olika
- Konkurrens mellan skolor
 - Lyfta skolan vs lyfta YH

Diskussion

- Hur ser ni på att vara en del av YH och att använda YH i er marknadsföring? (Exempelvis använda YHs logotyp)
- Hur skulle man kunna samarbeta mellan skolor kring marknadsföring?
- När det gäller att arbeta med långsiktig strategisk marknadsföring, vilka hinder och möjligheter för det ser ni i er verksamhet idag?

Paus



Uppsamling

Vad kom ni fram till?



Känslan skapar Familjen Helsingborg

Diskussion

- Hur ser ni på att vara en del av YH och att använda YH i er marknadsföring? (Exempelvis använda YHs logotyp)
- Hur skulle man kunna samarbeta mellan skolor kring marknadsföring?
- När det gäller att arbeta med långsiktig strategisk marknadsföring, vilka hinder och möjligheter för det ser ni i er verksamhet idag?

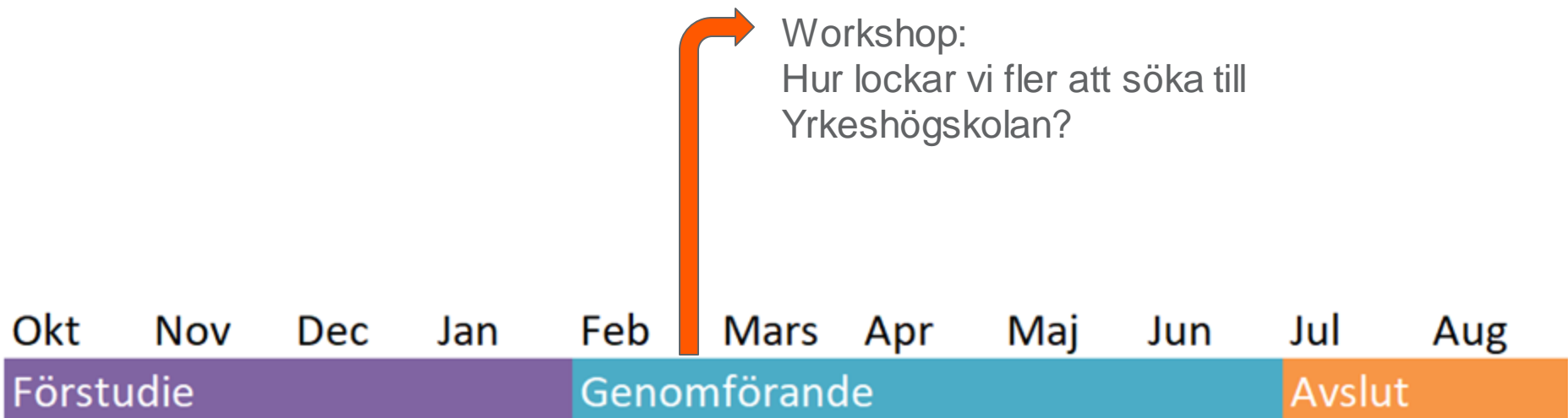
Jobbar ni utifrån MYHs kommunikationshandledning?

Yh Yrkehögskolan

Kommunikationshandledning
yrkehögskolan



Nästa steg i projektet och sammanfattning av förmiddagen



Hur lockar vi fler att söka till Yrkeshögskolan?

- Workshop 21/2 13:00-16:00
- Digitalt event
- Anmälan är öppen!



Hur lockar vi fler att söka till Yrkeshögskolan?

Evenemang organiserat av Sara Vikström Olsson

Online

mån, 21 feb. 2022, kl. 13:00 - 16:00 (din lokala tid) Lägg till i kalender

Evenemangslänk · <https://simplesignup.se/event/188783>