

Overordnede mål i forretningen, som marketing skal understøtte		Content sweet-spot/nøgletemaer	Marketingmål	Nøgleaktiviteter	Medie	Målepunkter	Status (rød, gul, grøn)	
Elevernes udvikling og trivsel Samarbejde om fælles kædeansvar Attraktiv arbejdsplads Økonomisk styring	Målgrupper (Personas)	Persona 1 - Eleven Elias Bedre trivsel, øget selvværd og faglig opgradering efter FGU FYN-forløb	Profil på SnapChat oprettes	Stories med aktiviteter	SnapChat			
			Profil på TikTok oprettes	12 videoer planlægges og udgives	TikTok			
			Øge kendskab til EGU som mulighed og alternativ til ordinær læreplads	Produktion af ny film om hele FGU FYN målrettet EGU-sporet	YouTube, diverse marketingmat. med QR-kode			
			Nyt og konsistent marketingmateriale udarbejdes på skoleniveau til uddannelsesmesser og lign. Så vi øger brandkendskab og troværdighed som samlet FGU FYN-brand	Nyt marketingmateriale. Hver skole skal have et sæt bestående af roll up, beachflag og flyer m.m. som de kan bruge på messer, til oplæg osv.	Trykt			
			Persona 2 - Vejlederen Sanne Flere af de 45.000 unge mellem 15-25 år udenfor job eller uddannelse kommer i gang efter endt forløb på FGU FYN	Øge kendskab til FGU FYN som mulighed for de unge.	Produktion af 2 årlige nyhedsbreve for hver skole målrettet vejlederen Vinnie. Øge modtagerskare med 10%.	Mail	Åbningsrate på nyhedsbrev Antal modtagere på nyhedsbrev	
			Persona 3 - Erhvervsvejlederen Kim En læreplads eller et job til de unge er noget af løsningen på manglende arbejdskraft	At få flere EGU-lærepladser	4 årlige indlæg på FGU FYN-profil med testimonials fra virksomhedsledere med EGU-elever Indlæg til fyens.dk om afsluttet EGU-forløb hver gang en elev er færdig	LinkedIn Fyens Stiftstidende	Engagementrate Vi skal indsende hver gang	
			Persona 4 - Politikeren Helle Flere unge oplever øget trivsel efter et forløb på FGU FYN	At gøre politikerne bevidst om hele FGU konceptet At udrydde begrebet "produktionsskoler" hos politikere og embedsværk.	Besøg af børne- og ungeudvalget på alle skoler 2 årlige avisartikler om FGU (FYN) og hvad vi kan.	TV2 Fyn Fyens Stiftstidende	Antal besøgende medlemmer Antal læsere (klikes)	
				Øge engagementrate på LinkedIn	Indlæg på LinkedIn fra personlige profiler med tag af FGU FYN	LinkedIn	Engagementrate	
			Marketing internt: Organisation, ressourcer, værktøjer & kompetencer		Nyt nyhedsbrevssystem - automatisering	Q4		
					Vejledninger og procesbeskrivelser			
					Uddannelse af kolleger i SharePoint			