Kommunikationsstrategi

Virksomhed: FGU FYN

Overordnede mål i forretningen, som marketing skal understøtte			Content sweet-spot/nøgletemaer	Marketingmål	Nøgleaktiviteter	Medie	Status (rød, gul, grøn)
Elevernes udvikling og trivsel	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	Gennemført Q1 Er i fast flow
				Profil på TikTok oprettes	12 TikToks planlægges og udgives. Produceres med eleverne på alle skoler som en del af undervisningen.	TikTok	Kanal er oprettet og 12 TikToks er udgivet
				Øge kendskab til EGU som mulighed og alternativ til ordinær læreplads	3-5 små korte film/cases produceres	YouTube, diverse marketingmat. med QR-kode	1 er produceret og og flere på vej som led i undervisning på KOM i Odense
Samarbejde om fælles kædeansvar				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.	Beachflag er produceret til hver skole. Rollups er produceret til alle skoler. Brochure er opdateret	Ny brandingfilm er produceret. Brochurematerialer er i produktion
Attraktiv arbejdsplads		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	Nyhedsbreve er i fast halvårligt flow
							Vi har ikke pt. måleredskab
					Kommentarer fra FGU FYN-profil	LinkedIn	Kører i fast flow
Økonomisk styring							
		Persona 3 - Erhvervsledere 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	LinkedIn	Er i fast flow
					Indlæg til fyens.dk om afsluttet EGU-forløb hver gang en elev er færdig	Fyens Stiftstidende	Er sat i system og indsendes hver gang
					Samarbejde med Nyborg Kommune om brochure for EGU. Kommunen er afsender	Kommunens kanaler via UU-vejledere	Denne opgave er overdraget til os selv på FGU FYN fra Nyborg kommune
		Persona 4 - Politikeren Helle	Flere unge oplever øget trivsel efter et forløb på FGU FYN	At gøre politikerne bevidst om hele FGU-konceptet	Besøg af børne- og ungeudvalget på alle skoler	TV2 Fyn	Alle fem skoler har nu haft besøg
				At udrydde begrebet "produktionsskoler" hos politikere og embedsværk.	2 årlige avisartikler om FGU (FYN) og hvad vi kan.		2 artikler af mbh og tli er udgivet
				Øge engagementrate på LinkedIn	5-5-5-strategien - Find 5 indlæg hver dag - Lav 1 kommentar på hvert indlæg - 5 gange om ugen = 25 kommentarer på 25 indlæg/uge	LinkedIn	Kører i fast rutine fra vores profil.
					Indlæg på LinkedIn fra personlige profiler med tag af FGU FYN		Nye ambassadører skal findes
	Marketing internt: Organisation, ressourcer, værktøjer & presse			Nyt nyhedsbrevssystem - automatisering	Q4 2024	Mailerlite opfylder vores krav	LBA tester nyt system af i januar.