

USER GENERATED CONTENT

4 ugers periode fra: 27.02.23 - 27.03.23

Baseret på, hvornår vi selv skulle vælge valgfag i år. Vi tager udgangspunkt i, at fristen er den 27.03.23 og at oplægget fra lærerne kommer den 24.03.23.

Vores UGC (user generated content) vil vi bruge igennem takeovers på Instagram. En studerende på linjen kommer til at have adgang til instagramprofilen og skal lægge to opslag + stories op i de tre dage vedkommende har profilen. Desuden vil vi finde på hashtags og opfordre andre studerende til at poste under de forskellige hashtags, måske motiveret af en giveaway.

Forstå brugeren:

	Valg af det valgfag	Få mere information om valgfagene	Få informationen på en fed måde
Interesser, behov og ønsker	Vælge det valgfag, som er det rigtige for mig.	Jeg vil gerne vide præcis, hvad det er jeg går ind til.	Jeg vil gerne have informationen formidlet på en ikke kedelig måde.
Underliggende interesser, behov og ønsker	Vælge et valgfag jeg synes er sjovt at arbejde med og som jeg kan bruge i fremtiden.	Kan hjælpe med at give mig sikkerhed og afklaring og i sidste ende også vise, om jeg har valgt det rigtige studie.	Jeg vil gerne have at informationen bliver formidlet på en autentisk måde og måske igennem andre studerende, så den er nemmere at forstå/relatere til.

Sweetspots:

Bruger		EAA
At få sin information serveret på en letforståelig måde	<->	At give brugeren nem tilgængelig information

At give hende blod på tanden til at ville udvikle sig på linjen	<->	At afklare den studerende i deres valgfagsvalg, og give den blod på tanden til at lære noget nyt
At give hende et godt overblik over forløbet på udd. Og de linjer hun kan vælge.	<->	At formidle informationen på en anderledes og spændende måde.

SOME OVERVEJELSER



1. Hvad vil vi opnå på de sociale medier og hvordan passer det med de grundlæggende business goals/objectives/targets?

- Spredte information ang de forskellige valgfag.
- Fjerne brugerens tvivl.
- Skabe bruger perspektiv til reelle studerende og give en mere subjektiv tilgang.
- At give brugeren et overblik over valgfagets forløb.

2. Hvilke historier vil vi fortælle og hvordan kan vi gøre dem relevante for vores vores følgere?

- Storytelling video-sneaks til studerende i aldersgruppen 20-30 årige.
- Selfie-videoer til stories/reel

3. Hvilken profil har vores følgere [jeres personas] og hvilke typer af content synes de bedst om?

- 'Autentisk' content - vores følgere vil gerne have information igennem andre studerende og deres fortællinger.

4. Hvordan ser markedet ud lige nu – hvordan klarer konkurrenterne og andre det kunne være relevant at sammenligne sig med på de sociale medier og hvad virker for dem?

- Selve Erhvervsakademi Aarhus oplever stor succes med takeovers på deres Instagram. Disse takeovers er styret af de studerende. De går ud på, at en studerende har adgang til deres Instagram i 3 dage, hvor der skal lægges to opslag op om dagen, samt stories + diverse.
- Erhvervsakademi Dania har en TikTok profil, der er dog ikke så mange interaktioner. Det kunne nok gøres bedre ved f.eks. at gøre mere brug af de trends der kører på TikTok lige nu.