

Instagram (@fachschaftwirtschaftolten)

Zielgruppe von Instagram:

Studierende der FHNW Olten (insbesondere aus dem Bereich Wirtschaft)

Interessierte aus der akademischen und studentischen Community

Alumni und *Unternehmen*, die mit der Fachschaft verbunden sind

Was kommunizieren wir auf Instagram?

Wir verkünden die von uns organisierten Events sowie Events von Partnern (FHNW, FHNW business, Careerfair, Career Services FHNW, etc. [Stand FS25]) durch Beiträge und Stories. Stories werden vor allem gebraucht, um mehr Interaktion von unseren Followern zu generieren (Umfragen, Abstimmungen etc.) und den Beiträgen entsprechend mehr Aufmerksamkeit zu geben.

Was sind die Gründe dafür?

Die meisten Jugendlichen/jungen Erwachsene sind auf Instagram aktiv. Das Posten von Events auf diesem Kanal ermöglicht der FWO ein gutes und interessantes Image für die FHNW in Olten zu erschaffen und somit zukünftige Studierende zu „überzeugen“ an der FH in Olten studieren zu wollen. Das Interagieren durch Stories soll den Studies zeigen, dass wir (FWO) für die Studierenden da sind und sie uns auch gerne anschreiben dürfen.

Art der Instagram-Beiträge:

1. Veranstaltungsankündigungen:

- **Beispiel:** Goodiebags Verteilung, Pubtour, Careerfair
- **Ziel:** Studierende informieren und zur Teilnahme anregen
- **Format:** Bild oder Karussell-Post mit Details und Anmeldeinformationen.
- **Grund:** Verkündung der Events mit genaueren Informationen

2. Event Throwback:

- **Beispiel:** Pubtour, Careerday, Sommerapero, Halloweenparty, usw.
- **Ziel:** Zeigen wie das Event war und ermutigen wieder daran teilzunehmen.
- **Format:** Bilder und Videos
- **Grund:** Soll einen Einblick ins Event verschaffen, für diejenigen, die nicht daran teilnehmen konnten und sie dazu „motivieren“ das nächste Mal mitzukommen. Durch Fotos und Videos der Teilnehmenden wird ein Gemeinschaftsgefühl vermittelt (Emotionen), welche Studierende dazu animieren sollen, an den Events der FWO (weiterhin) teilzunehmen.

3. Umfragen, Quizze, Q&A:

- **Beispiel:** Wie hast du dich auf die Prüfungen vorbereitet, Wer ist an der nächsten Pubtour dabei?
- **Ziel:** Engagement fördern und eine aktive Community aufbauen.
- **Format:** Instagram Stories mit Umfragen.
- **Grund:** Die Tipps können für andere auch zugänglich gemacht werden und somit eine Unterstützung sein. Ausserdem fördert es das Engagement und stärkt die Community, wodurch sich die Einzelperson mit ihrem Input wertgeschätzt fühlt.

4. Career & Networking Opportunities der FWO-Partner

- **Beispiel:** Praktikum bei XYZ
- **Ziel:** Studierende auf relevante Job- und Praktikumsmöglichkeiten aufmerksam machen.
- **Format:** Beitrag (mit Informationen zu den Bewerbungsdetails oder Anforderung sich anzumelden)
- **Grund:** Genauere Information verteilen (Anmeldefrist etc.). Über Insta können mehr Jugendliche/junge Erwachsene erreicht werden.

5. Festtags-Beiträge:

- **Beispiel:** Happy Easter, Frohe Weihnachten
- **Ziel:** Posten während/vor den Ferien, um nicht «unterzutauchen»
- **Format:** Bilder (Beitrag) oder Stories (Repost des Beitrags)
- **Grund:** Account aktiv halten vor allem in Zeiten, bei denen weniger Posts gemacht werden können.

Instagram Hashtags:

#FHNW #FWO #FachschaftWirtschaftOlten #HappyEaster #HappyChristmas #HappyXmas und Spezifische Hashtags die von Partnern vorgegeben werden.

Instagram Standard Markierungen:

FHNW Business; FHNW; Andere spezifische/wichtige Partner