

## LinkedIn (Fachschaft Wirtschaft Olten)

### LinkedIn Zielgruppe:

*Karriereorientierte Studierende*, die ihre berufliche Zukunft aktiv gestalten wollen und Interesse für Networking Events (CareerDay, Lange Nacht der Karriere) zeigen.

*Ehemalige Studierende*, die sich an der Entwicklung der Fachschaft und aktuellen Karrieremöglichkeiten interessieren.

*Unternehmen*, die Talente suchen und deshalb mit der Fachschaft kooperieren, um diese Talente zu finden und langfristige Partnerschaften aufzubauen.

### Was kommunizieren wir auf LinkedIn?

Hauptsächlich **professionelle Inhalte**, wie Networking Events (Lange Nacht der Karriere etc.) oder Studieninhalte (Thesis Theke), die den Austausch zwischen Studierenden fördert. Erreichte Milestones, die durch Studierenden Feedbacks erzielt worden sind. (Beispiel Sitzmöglichkeiten, Mikrowellen etc.).

### Was sind die Gründe?

Wir möchten zeigen, dass die Fachschaft mehr ist als nur PubTours und Partys, sondern uns auch **aktiv auf die Bedürfnisse und Wünsche der Studierenden** eingehen und zur **beruflichen Entwicklung** beitragen.

### Art der LinkedIn-Postings:

#### 1. Professionelle Veranstaltungen Verkündigung:

- **Beispiel:** «Vorankündigung Lange Nacht der Karriere»
- **Ziel:** Studierende über Karrieremöglichkeiten informieren.
- **Format:** Kurze Details zum Event (Uhrzeit, Anmeldung, Übersicht der Unternehmungen, Fotoshooting Angebot etc.), Visuelles Material (Mithilfe von Canva Vorlage Post erstellen) und Seeding (FHNW; FHNWbusiness; CareerServices FHNW)
- **Grund:** Studierenden nebst E-Mail Nachricht nochmals aufmerksam machen, welche Veranstaltungen sie für berufliche Weiterentwicklung nutzen können.

#### 2. Rekap zu Veranstaltungen (professionell)

- **Beispiel:** «Rückblick auf den CareerDay in Brugg»
- **Ziel:** Den Studierenden, die nicht teilnehmen konnten, einen Überblick über das Event bieten und die nächste Veranstaltung im Text hervorheben.
- **Format:** Bilder vom Events (Studierenden beim Networking, Unternehmensstände), Call to Action im Text («Sei beim nächsten Mal dabei am dd-mm-yyyy») und Seeding (FHNW; FHNWbusiness; CareerServices FHNW)
- **Grund:** Erlebnisse eines Events zusammenfassen, gleichzeitig aber auch die nächste Veranstaltung in den Fokus stellen, um Unternehmen darauf hinzuweisen ebenso mitzumachen (dazu auch neue Partner gewinnen) und auch die Studierenden für zukünftige Events zu motivieren.

### 3. Studieninhalte und relevante Fachthemen:

- **Beispiel:** «Die Thesis Theke, die dich bei der Bachelor Arbeit helfen wird!»
- **Ziel:** Den Studierenden highlighten und die Gelegenheit bieten, sich über relevante Themen und Studieninhalte auszutauschen.
- **Format:** Informationen (Welche Themen wird behandelt, Wie können Studierende teilnehmen, Bei Events auch die Sprecher erwähnen), Visuelles Material (Canva Vorlage Post, welches auch schon bereits für Insta genutzt wird; oder bereitgestelltes Bild)
- **Grund:** Studierenden helfen, ihre akademischen Ziele zu erreichen, indem wir ihnen Unterstützung für ihre Studieninhalte bieten und einen offenen Austausch zwischen Mentoren - Studierenden oder Studierenden - Studierenden fördern.

### 4. Milestones

- **Beispiel:** «Neue Sitzmöglichkeiten am Campus – Wir haben euch zugehört und geliefert»
- **Ziel:** Zu zeigen, dass die Rückmeldungen der Studierenden gehört und in konkrete Massnahmen umgesetzt werden, was das Vertrauen und die Bindung (evtl. den Ruf) zu Fachschaft stärkt.
- **Format:** Mehrere Bilder (Veränderungen, Bilder zur Einrichtung), Call to Action im Text («Habt ihr weitere Vorschläge? Let us know») und Seeding!
- **Grund:** Transparent zeigen, dass die Meinungen und Feedbacks der Studierenden wertgeschätzt werden und versucht wird es umzusetzen, was das Engagement und die Verbindung zwischen Studierenden und Fachschaft stärkt.

**LinkedIn Hashtags:** Keine Hashtags

**Standard Markierungen auf LinkedIn:**

- Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
- FHNWbusiness