

PR-gruppen: Erfarings rapport fra embedsperioden efterår 2015 til forår 2016

Opsummeret masser af Facebook, brug mere tid på billed- og videomateriale så man nemmere får indtryk af stedet allerede på hjemmeside og Facebook, mindre stå på DTU og dele flyers ud. Kærlig hilsen Nicklas, Rasmus og Sara

Tiltag der fungerer:

Mere champagne til møderne først og fremmest!

At hjemmesiden viser Facebook-news feed så vi ikke både skal lave Facebook update og en nyhed til hjemmesiden.

Facebook-strategi:

- Vi skiftes til at lave opslag på G.A. Hagemanns Facebookside. Gode billeder, vi tagger folk. Gerne længere beskrivelser om f.eks. en tradition vi har og hvorfor vi holder bestemte fester. Det genererer især de likes hos de ældre pyloner, der følger med på siden. Der skal gerne være en god blanding af mere hverdags seriøse/arbejdsomme/læsesals/mad billeder og så festbilleder. Har vi kun festbilleder sender det et underligt signal om at vi kun fester herinde. Og vores bestyrelsesformand liker siden, så vi prøver at holde for mange fulde-billeder væk.
- Vi har fået Facebook-opdateringerne til at være en boks på gahk.dk's forside, så man hurtigt kan komme ind på Facebook og der få flere billeder og indtryk af hverdagen på GAHK. Vi får mange besøgende
- Lave et opslag på G.A. Hagemanns Facebook side = min. 1 billede og lidt tekst
 1. Den der har adgang til Instagram-profil uploader samme historie her (Kaare i denne periode)æ Helst virkelig godt billede eller video
- "tag" folk på billeder i vores opslag, det virker skide godt, så det kommer ud til mange!
- Længere tekster om f.eks. hvilken tradition billedet referer til, virker godt på især de ældre pyloner, der følger vores Facebookside.
- Hver gang der flytter nye ind på kollegiet, så husk at invitere dem til at synes godt om Facebooksiden – vi vil gerne have flere følgere!
- Alumnestafetten ca hver tredje uge – møde en GAHK'er – ISÆR: se en alumnes værelse på billedet til teksten. Det behøver ikke være de samme spørgsmål, gør det efter hvad I synes er interessant, kan tåle at komme på Facebook, og hvad der giver et godt indblik i kollegiet når man læser det som udefrakommende.
- Idé til hjemmeside og/eller Facebook-post: korte videoer som

- "Hvor lang tid tager det egentlig at cykle fra GAHK til DTU?" – Fast speed med Rasmus og go pro og en god baggrundssang (kan det speedes op så det tager maks 15 sekunder – bum så er han der?)
- "Ja ja, kollegiet ligger 2 minutter fra Østerport Station, siger I. Men hvor hurtigt kan man komme fra Østerport til kollegiet på en rusten damecykel?"
- "Skal det her være din adresse fra sommer?" video af at gå ud af døren og se ud på Kristianiagade

KOLLEGIE-FACEBOOKSIDER: Vi har kontaktet Facebooksiden 'Kollegier i København', som har lagt et opslag op på deres side, om at vi søger DTU'ere. Opslaget er blevet delt mange gange.

DTU-AVISEN: Vi har kontaktet DTU-Avisen og både fået månedens billede i med reklame for at vi mangler DTU'ere og fået en artikel i marts nummeret om kollegiet i starten af 2015. Det har påvirket ansøgerantallet, så dette arbejde bør fortsættes.

Problemer opstået i perioden

At fordele uger i Facebook-'strategi'

Facebookstrategi kan kun køre, hvis alle skriver deres uger ned og tager dem – det behøver ikke at være en større ting end et lille hverdagsbillede af lækker aftensmad, folk på læsesalen eller lignende. Ellers skal det kun være hver anden uge – der skal bare helst være et flow i at der kommer billeder op jævnt ofte, så der holdes liv i siden.

Rasmus har lige fundet ud af at vi ikke officielt må skrive at vi søger bestemte køn (og muligvis også studier?) Det er ikke lovligt at diskriminere på denne måde ifølge XX lov? Mange kollegier gør det dog.. Det skal vi have undersøgt nærmere, for det gør det svært for denne gruppe, når bestyrelsen har et krav om bestemt sammensætning og vi har et mål om lige kønsfordeling... Og kan vi ikke skrive at vi søger piger fra DTU kommer vi til at få en masse ansøgere, vi alligevel ikke kan tage ind..

T-shirt bestilling: HUSK at tænke t-shirt bestillingen igennem ift. hvordan det lettest kan registreres at vi får hvad vi har bestilt. Når I modtager pakken selv at registrere hvad der er i forhold til hvad vi har bestilt og derefter selv dele ud til dem, der har bestilt. Dette skal hurtigt gøres, så den 14 dages returret kan overholdes, hvis der er fejl i leveringen! Den fejl lavede vi i 2016 og lod folk selv tage tøjet uden at registrere hvad de havde taget og derefter se, at der manglede ting, hvilket formentlig også skyldtes fejl i leveringen. Derudover gav vi for meget rabat denne gang (50 kr. pr. alumne pr. bestilling lige meget hvor meget – giv hellere 10 %, så budgettet heller ikke overskrides)

Hvilke tiltag har I lavet i perioden?

Se "Den korte PR-kalender" her står det hele detaljeret.

Se "Hvad skal der gøres i løbet af året" på GAHK-hjernen, hvor vi har skrevet alt det ind der fungerer og derfor fortsat skal gøres. Se desuden filen "Tiltag vi har droppet", hvor der er listet tiltag vi har droppet,

fordi de viser sig periode efter periode ikke at fungere. De kan evt. tages op en anden gang, men det drejer sig om fysisk at stå på DTU med kage og sælge kollegiet. Giver absolut ingen ansøgere, folk er ligeglade. Åbent Hus, oktoberfest og kandidatdag på DTU har ikke givet ansøgninger de sidste to år. Det giver ikke mening at tage til, da det kun er kommende DTU-studerende og de dermed ikke kan søge ind når de kommer over til vores stand. Facebook strategi:

Nyt denne periode

Nyt design til plakater: Nicklas har designet nogle fede mere up to date, vi har hængt op.

Alumnestaffet: skal fortsættes!

Specifikke problemer opstået i jeres periode

Til T-shirt bestilling: Spreadshirt er noget lort, det har været besværligt og de har lavet fejl i vores levering. Dem skal vi ikke bruge igen. Vi gav desuden for meget rabat til hvad vi havde budgetteret med. Giv mindre end 50 kr. pr. alumne næste gang. Måske hellere noget med 10 eller 15 % af hvers bestilling trækker PR fra.

Hjemmeside lidt rodet, vi har dog ikke gjort noget ved det. Netværksgruppen ville skulle bruge meget tid på det, så tal med dem, men herunder forslag:

Løsning (og forslag til nye forbedringer):

Brug anden T-shirt leverandør, gerne en vi kan få et fast samarbejde op med. F.eks. lige nede ved Lille Triangelen ligger der en, gå ind og snak med ham om en rabataftale, hvis vi kommer der en gang om året.

Mindre rabat, så der kommer mere luft i budgettet til andet. Folk skal nok bestille alligevel. Husk desuden at sige at det tovtækning er mega vigtigt at have en GAHK-t shirt!

Makeover af hjemmeside

Hvorfor: Den er lidt rodet og der er mange farver og mange informationer! Den kunne godt gøres mere enkel og lækker, så det ikke virker som om vi prøver så meget at sælge det. Men også så det er let allerede på forsiden at overskue, hvad GAHK går ud på, når vi ikke er så kendt et brand som f.eks. NOKO

Hjælp til det: netværksgruppen (helt nyt design kan ikke lade sig gøre. Men små ændringer som farve og skrifttype kan ændres. Moduler er svære) VÆK med lilla og mere classy skrifttype?

Ideer: Man kunne godt gøre hjemmesiden mere brugervenlig, så en interesseret med to korte videoer, som skal ligge på den første side når man kommer ind på GAHK.dk, kan se, hvad man går ind til. At man altså også bliver advaret om rengøring, AK-weekender og opgaver, der følger med at bo her udover alt det sjove. Vi må indse, at folk ikke kan overskue at læse en masse lange tekster og kollegiets historier og andre detaljer. Det vi ønsker, de som minimum skal vide, skal være meget nemt tilgængeligt.

- Vi skal ligge vægt på, at kollegiet bliver en stor del af ens liv, men at det er en fantastisk oplevelse, som er uundværlig.
- Bullet på forsiden
- Evt. video
 - 2 timer i køkkenet om måneden
 - 1 time i embedsgruppe om ugen
 - Aktivitets Kryds – 10 arbejdstimer i kollegiet hver halve år.
 - Værelsesrokering
 - 2 timers rengøring om måneden
 - Traditioner
 - Bliver en stor del af dit liv
 - Man skal give noget af sig selv til stedet, men man får endnu mere igen!
 - Tag imod de nye
 - Engagement i embedsgrupperne
 - Stuen og socialt
 - Fylgje væsen modtagelse

Print en masse plakater eller tag nye postkort med og tag ud til DTU og hæng op/læg

- DTU-kollegier
- DTU-læsesale/grupperum
- S-Huset, S-husets Pejsestuen, Kaffestuen, Kælderbaren, PF Caféen og andre steder med mange mennesker
- Brug evt noget af PR's budget på at booste Facebook-opslag, så de kommer ud til andre end vi ellers ville ramme
- Tag til koncerter/fester på DTU og del postkort ud der? Hold øje med S-Husets Facebook:
<https://www.facebook.com/shuset.dk?fref=ts>

Nyt design af postkort

På dem vi allerede har står der "GAHK søger DTU-studerende" så de kan ikke bruges andre steder end der, og det ville være fint at have nogle generelle. Med lidt mere catchy forside tekst end "Hello new roomie" Prøv med QR kode til vores hjemmeside eller Facebook. Jens har prøvet et tidligere, se plakatemappen.

