

PR-GRUPPEN

ERFARINGSRAPPORT EFTERÅR 2016

TILTAG, DER FUNGERER

- **Facebook**-siden fungerer som den skal!
 - Posts med at vi søger nye alumner i en bred periode virkede suverænt og folk delte det ofte helt af sig selv. Fx "Vi optager nye alumner i foråret 2017" som blev set 10.000+ gange
 - Alumnestafetten er stadig populær
 - Arrangement-posts med billeder får god feedback
 - Målrettede delinger af posts i studiernes egne grupper giver gode resultater (kontakt aktuelle alumner og få dem til at poste)
 - Det fungerede godt for os internt at dele ansvaret ud på to-ugers perioder (man er Facebook-ansvarlig to uger af gangen)
- **DTU**-portalen er et godt sted at poste, hvis vi mangler mange ansøgere. Vi kunne se effekten helt tydeligt på statistikken for GAHK.dk
- Samarbejdet med **Indstillingen** var rigtig godt. De var gode til at give os info om hvilke universiteter/køn de ville have ansøgninger fra i god tid.
- Vi var **ude på DTU** to gange i perioden for at brande kollegiet. Det var generelt en god oplevelse at snakke med folk i virkeligheden. Sociale medier giver en langt større radius ift. omfanget, men fysisk synlighed kan have andre positive effekter, hvorfor fysisk fremmøde og fysiske plakater ikke bør glemmes.
- Bobler til møderne hjælper på kreativitet og høj stemning!

PROBLEMER OPSTÅET I PERIODEN

- Ligesom sidste periodes PR var vi ramt af leverandør-problemer med vores nyindkøbte merchandise. Vores amerikanske leverandør var tre måneder om at levere den sidste pakke vi manglede. Desuden blev flere pakker tillagt told, som gjorde pakkerne dyrere end forventet.
- Indstillingen var gode til at fortælle om, hvor mange der skulle bruges i den kommende måned, men det kunne være fedt at have en mere konstant liste over det. Fx kunne PR og Indstillingen have et delt ark med de kommende måneders forventede indflytninger (studieretning, køn, etc.)

NYE TILTAG I DENNE PERIODE

- **Instagram**-siden er kommet i gang igen
 - Take-overs er godt for variation og desuden "gratis" arbejde, så PR kan fokusere på andre ting
 - Giver os et sted at poste om den mere uformelle/useriøse del af kollegielivet
- Ny pr-poster som vi printede i A3 og hængte op på DTU – og desuden delte på Facebook, hvor der var stor interesse

- Vi designede og købte en masse nyt merchandise til PR og til alumnerne
 - Vi fik 49 bestillinger af hjemmepakken (1 gahk kop, 1 bjergbestigersken magnet, 1 kuglepen, 1 gahk sticker og 1 temp. tattoo) til 60 kr./stk.
 - Vi fik 18 bestillinger af udepakken (1 mulepose, 1 laptop sticker, 2 kuglepenne, 1 gahk sticker og 1 temp. tattoo) til 65 kr./stk.
- Vi lavede en fotokonkurrence med meget begrænset deltagelse. To ud af de tre reelle deltagere var desuden gamle PR-medlemmer (shoutout til Kit og Funk!). Vi bebrejder platformen (folk aner ikke hvordan man kommer på Hjernen), så måske skulle man lave en lignende konkurrence på Facebook e.l.

FORSLAG TIL FORBEDRINGER

- Vi har plantet flere facebook-posts i KADKs interne grupper, men vi mangler stadig at komme helt ind på markedet for kunststuderende, så vi kan få de nye kvote-pladser fyldt ud med kunstneriske sjæle!
- GAHK.dk kunne godt bruge en kærlig hånd! Pt er værelsesvideo-projektet endnu ikke afsluttet, så det ville være godt at få afsluttet i samme omgang.
- Overvej at bruge større medier til gode historier. Fx Bigum-projektet ville være oplagt at lave en minidokumentar af, hvis det bliver realiseret.

HAV DET SKØNT!

PR PowerRangers - Emil Nørregaard, Camilla Düsterdich Hansen og Jonatan Granner Lund