

# Marknadsplan



## Planering

Planera kommande läsår, helst i slutet av vårterminen så att aktiviteter kan genomföras redan i början av höstterminen och budget säkras.

### 1) Vid vilka tillfällen ska rekrytering diskuteras på skolan, vilken budget behövs och vilka ska delta i planeringen av aktiviteter

Till exempel: Stående punkt på månadsmöten, läraren NN får huvudansvar, rektorn ska delta i planeringsarbetet, budget beslutas vid det första mötet, hur ska vi använda Programråd.

### 2) Mål/Det här ska vi uppnå till nästa intagning

Till exempel: Öka antalet sökande med 10 procent och öka antalet kvinnliga sökanden med 20 procent, öka kännedomen om skolan/programmet med 25 procent.

### 3) Målgrupper/Vi ska göra aktiviteter riktade till

Till exempel: Elever i årskurs 9, kvinnliga elever i årskurs 9, elever i årskurs 7 och 8, föräldrar till högstadieelever, SYV:ar i högstadiet.

### 4) Utvärdering

Till exempel: Vi utvärderar varje aktivitet direkt efter genomförandet avseende hur aktiviteten gick, hur våra medverkande upplevde den och vad som kan förbättras till nästa gång. I september/oktober vet vi hur många sökande vi fick och då utvärderar vi vilka aktiviteter som vi tror/vet medverkade till detta.



## Argument och budskap

Argument och budskap varierar beroende vem vi riktar oss till, vilken kanal det handlar om och i vilket sammanhang de används. Nedan finns ett antal argument som elever och lärare har nämnt, skriv gärna ner egna och bestäm vilka argument som passar bäst för era målgrupper.

### EXEMPEL PÅ ARGUMENT

- 93% av eleverna går ut med högskolebehörighet. Källa Skolledarrapporten Flyg från TYA, 2023.
- Mycket utmaningar, mycket ansvar.
- Ett yrke med extremt goda framtidsutsikter, nästan alla får jobb direkt och du kan även få utlandsjobb.
- Programmet ger möjlighet till högskolebehörighet.
- Gillar du ny teknik, att meka och vill ha ett framtidsjobb direkt efter studenten? Sök Flygteknikprogrammet!
- Du väljer ett yrke med hög variation och många karriärvägar inom teknikyren.
- Du får stort ansvar.
- Du blir aldrig fullärd, det finns ständigt chans att lära sig nya saker.



## Aktiviteter och kanaler

Det finns ingen enskild aktivitet som gör hela jobbet utan det är flera aktiviteter tillsammans som väl utförda och i rätt mix maximerar chansen att öka rekryteringen. TYAs undersökningar visar att aktiviteter som innebär personliga möten ger bäst resultat, exempelvis Öppet hus, prao och ambassadörsarbete med befintliga och före detta elever.



## Stöd från TYA

TYA stöttar skolorna i rekryteringsarbetet, bland annat genom deltagande i Programråd, rekryteringsmaterial och marknadsföring av yrket. TYA tar inte över kontakten mellan skolan/programmet och elever utan hjälper skolorna att själva marknadsföra programmet.

### TIPS PÅ AKTIVITETER

**Öppet hus i oktober.** Vi bjuder in före detta elever och marknadsför evenemanget med riktat utskick till elever i årskurs 8 och 9:

- Köpt annons i sociala medier
- Annonser i lokalpress

Evenemanget riktar sig även till föräldrar. Vi samlar in kontaktuppgifter så att vi kan nå besökarna med riktade utskick efter. Vi behöver kontakta Programrådet i god tid innan evenemanget.

**Kampanj i sociala medier** med val av målgrupp, ungdomar i valt åldersintervall, förslagsvis 14-16 år. Viktigt att följa utfall och gärna justera målgrupp om man ser att resultat uteblir.

**Öppet hus i maj.** Vi bjuder in elever i årskurs 8 och 9. Lärare, befintliga elever och två personer från den lokala branschen presenterar skolan och svarar på frågor. Rundvandring i skolan. Vi behöver kontakta Programrådet i god tid innan evenemanget.

**Riktat utskick** i januari till elever som valt programmet i andra hand.

**Prao under april.** Vi kontaktar högstadieskolorna och meddelar att vi tar emot högstadieelever på deras prao. De får följa en vanlig vecka på skolan. Vi planerar så att eleverna får se lite av allt under veckan. Vi utser en lärare och en till två elever som särskilt ansvariga för praoeleven. Efter prao följer vi upp med ett mail till eleven.

**Bio.** Vi bjuder genom riktade utskick in alla elever i årskurs 8 och 9/alla som har sökt programmet i första och/eller andra hand, till en filmvisning i en biograf eller i skolans lokaler. Vi inleder med att presentera skolan/programmet och dela ut material. Vi bjuder på popcorn i bägare med skolans logo och ett budskap. Efter evenemanget skickar vi rekryteringsmaterial till eleverna. Vi bokar biografen i god tid.

### EXEMPEL PÅ STÖD SOM TYA TILLHANDHÅLLER

- Deltagande i digitala Programråd.
- TYAs projektledare för flyg finns som stöd i frågeställningar. Ta gärna med funderingar till den årliga flyglärarkonferensen.
- Tips på aktiviteter och hur de kan genomföras.
- Tryckt rekryteringsmaterial.
- Filmer om branschen finns på TYAs YouTube kanal och sociala medier. Dela gärna!

### LADDA NER FRÅN TYA

- Marknadsplan
- Kampanjer och annonser i sociala medier.
- Argument och budskap.
- Digitalt material, t ex intervjuer med elever, före detta elever och branschfolk.
- Filmer
- Resultat från relevanta undersökningar.

