

**Møde den:** 09.06.2016

1445-019 (Vært: Anne)

**Arbejdsgruppen for national rekruttering**

**Deltagere:** Søren Rask (komm. støtte); Camilla Ransborg Kirkegaard (BSS); Karoline Munk Hansen (ARTS); Jette Loll Pedersen (optag); Magnus Brabrand Ditlev (tal og analyse); Anne Teglborg (vejl. og studieinfo); Kim Harel (ST); Jonas Fink (vejl. og studieinfo); Mona Ægidius (vejl. og studieinfo); Kristian Vork Jensen (AU Udd.)

**Afbud:** Ole Frank Nielsen (SoMe); Jens Holbech (ST); Line Axelsen (AU Career); Eva Kvistgaard Arent (ST); Lisette Prins (HE);

 Dato: 23. juni 2016  
 Ref: JKF

Side 1/7

<b>Punkt 1/2</b>	Præsentation (af nye ansigter)
Beskrivelse	v/ Michael og Karoline
Referat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Michael er kommunikationsmedarbejder i AU Event og Kommunikation og deler pladsen i arbejdsgruppen med Søren. Michael er stærk i sociale medier og målgruppekendskab. Har en baggrund som antropolog.</li> <li>• Karoline er vejleder hos ARTS og er netop tilbagevendt fra barsel. Vikar for Inger og repræsentant for ARTS i gruppen.</li> </ul>

<b>Punkt 1</b>	Informationer fra Fakulteterne og AU om rekrutteringsaktiviteter
Beskrivelse	v/ Kim
Referat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nyt projekt: udpegning af ingeniørtalenter i samarbejde med studievalgscentrene. Gymnasierne skal hjælpe med at udpege talenter, der kunne være interessante ift. ingeniøruddannelsen. Formål er primært at rekruttere flere studerende men også sekundært at klæde vejlederne mere på til at vejlede om ingeniøruddannelsen.</li> <li>• <u>To do:</u> Kim sender kort beskrivelse af projektet til gruppen.</li> </ul>

<b>Punkt 2</b>	Opsamling på "Design af rekrutteringsundersøgelsen"
Beskrivelse	v/Magnus
Referat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Magnus har forslag til strukturering af spørgsmål ift. de 3 F'er som han viser.</li> <li>• Rekrutteringsundersøgelsen er udskudt til 2017.</li> <li>• <u>To do:</u> Alle byder ind med forslag til spørgsmål og sender til</li> </ul>

	<p>Magnus løbende. Tænk gerne i krydsspørgsmål også. Spørgsmålene skal kategoriseres ud fra de 3 F'er, som det fremgår i skemaet.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Magnus foreslår at samle op på forslagene ved en fælles post-it workshop hvor spørgsmålene struktureres i fællesskab. Afventer tidspunkt for workshop.</li> <li>• Kim foreslår at sætte fokus på studerende, der søger ind på AU med matematik på A-niveau. Spørgsmål om selv vurderet dygtighed kan også være interessant at medtage.</li> </ul>
--	--

<b>Punkt 3</b>	Nyt fra web: Redesign af forside bachelor.au.dk, Yourniversity, UKM og Aarhus som Studieby
Beskrivelse	v/Mona
Referat	<p>Forsidedesign bachelor.au.dk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbejdsgruppen har arbejdet det sidste halve år på at lave et nyt forsidedesign. Designet er fleksibelt, responsivt og mere visuelt indbydende, og det kan rumme flere billeder, grafik og video. Siden er designet ud fra unges vaner og brugerbehov, og designet gør brug af flere emotionelle triggere, som henvender sig til målgruppen.</li> <li>• Venstremenuen er fjernet.</li> <li>• Designet er udviklet ud fra "mobile first"-tanken, hvor visningen på mobil er første prioritet. 30% brugere på bachelor.au.dk er fra mobil og tendensen stiger støt.</li> <li>• Indholdselementerne er fastlagt ud fra af crazy egg-analyser.</li> <li>• Status: live testversion i uge 23 og udrulning fra uge 24. Forsiden bliver løbende evalueret og indholdet tilpasses ud fra brugertest. Siden er designet baseret på. Fx scroll-baseret.</li> <li>• Jette spørger en afklaret ansøger finder specifikke, relevante informationer i det nye design – fx hvordan søger jeg optagelse. Anne forklarer at indholdet på siden ændres situationelt og løbende ift. milepæle og mærkedage året rundt, så der er sammenhæng mellem indhold på siden og aktuelle kampanjer.</li> <li>• Mulighed for at integrere visninger fra Instagram og Youtube på siden.</li> </ul> <p>Ny rolle til Yourniversity</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yourniversity.au.dk er flyttet til bachelor.au.dk/yournivesity pr. 1. juni– og er nu en integreret del af bacheloruniverset. Ændringen er fremtvunget af Instagram, der har ændret deres algoritme, så det ikke længere er muligt at lave den hidti-</li> </ul>

	<p>dige visning. Den nye løsning trækker målgruppen ind i den rette kontekst på bachelor.au.dk. Siden er struktureret efter mest anvendte hashtags på Instagram og opdateres dynamisk, så de seneste billeder hele tiden vises. Brugere ledes automatisk videre ind på Instagram.</p>
--	---

<b>Punkt 4</b>	TEMA: Aarhus som Studieby
Beskrivelse	v/Søren
Referat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Aarhus som Studieby" er et nyt univers på bachelor.au.dk og er udviklet i samarbejde med Aarhus Kommune og aarhusianske uddannelsesinstitutioner, der i fællesskab sætter fokus på Aarhus som studieby.</li> <li>• Aarhus kommune har lavet en omdømmeanalyse, der viser at studiebyen Aarhus har stor betydning for uddannelsesvalg, og at studerende, der falder godt til i Aarhus, har en højere gennemførselsrate.</li> <li>• Jo højere kendskabsgrad til Aarhus' mange tilbud og muligheder, des større sandsynlighed for at vælge uddannelse i byen, hvilket skal udnytte ift. rekruttering. Første skridt er det nye univers på bachelor.au.dk, som fremhæver det helt særlige og unikke ved AU: Uni midt i byen</li> <li>• Hensigten er at aktivere indholdet lokalt på fakultetsniveau.</li> <li>• Tilsvarende skal udtænkes for AU i Herning og Emdrup. Camilla fortæller, at campus Herning også har et ønske om at fortælle om studiebyen, og Kim supplerer, at en ensidig fortælling om studieliv og –by i Aarhus ikke gavner rekruttering i Herning. Det er en styrke at synliggøre, at AU har tre campusser. Camilla foreslår en overordnet struktur med "tre campusser" – hvorunder Aarhus/Herning/Emdrup som studieby kan beskrives.</li> <li>• Campus Herning har noget unikt ift. lokalt samarbejde med virksomheder og den stærke forankring i byen.</li> <li>• I Herning er campusset det unikke. Campus Herning er "En by i byen".</li> <li>• Anne slår fast, at det er vigtigt at prioritere materiale om de to campusser.</li> <li>• <u>To do:</u> Jonas indkalder til møde om Herning/Emdrup. Det vil også være muligt at sende skriftligt input, hvis man ikke kan deltage.</li> <li>• Kim spørger ind til evaluering af "mød de studerende"-kampagnen. Hvordan er effekten af filmene, og hvilken be-</li> </ul>

	<p>tydning har de for den samlede rekruttering, at man kan se film om specifikke uddannelser, som umiddelbart ikke taler til målgruppen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Søren svarer, at det er meningen, at det kun er de relevante, fakultetsspecifikke film, der skal implementeres på fakultets-siderne. Fx "Mød Esben" på ingeniørsiden, "Mød Monica" på Aarhus BSS osv. Samtidig er de udvalgte emner generiske emner, som er relevante for alle studerende uanset studieretning og særlige interesser.</li> </ul>
--	--

<b>Punkt 5</b>	YouTube - indhold
Beskrivelse	v/Søren & Søren Winther
Referat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Søren W. inviterer alle til at henvende sig med indhold til den nye Youtube-kanal - både for at få lagt færdigproduceret indhold på men også for at få rådgivning til halvfærdigt indhold eller hjælp til udvikling af nyt indhold</li> <li>• Retningslinjer for indhold bliver produceret i august.</li> <li>• Videoer der allerede findes på AU's hovedkanal skal samles i en playlist, som den nye kanal abonnerer på, så de også kommer er synlige her.</li> <li>• Indhold på kanalen skal struktureres, så det kan navigeres i efter interesser</li> <li>• Kanalen bygges op med søgeordstermer, som relaterer sig til rekruttering, hvilket i takt med at jo mere indhold lægges op og specificeres, des mere vil Google henvise til kanalen.</li> <li>• <u>To do:</u> Alle har til opgave at informere fagmiljøerne om, at de har mulighed for at formidle via kanalen.</li> </ul> <p>Ressourcer til rådighed:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobil og iMovie.</li> <li>• Regelmæssige interne videokurser.</li> <li>• Brug vejledere ifm. arrangementer og vejledningsaktiviteter til at få indblik i aktuelle emner eller tilbagevendende henvendelser fra ansøgere.</li> <li>• Anne forklarer at Vejledning og Studieinformation arbejder strategisk ud fra tematiserede henvendelser i centret. Hvis flere spørger om de samme emner, vil vi overveje, om vi kan lave en video, der formidler informationen klart og tydeligt som forebyggelse.</li> </ul>

<b>Punkt 6</b>	Kort kampagnestatus
Beskrivelse	v/ Søren & Michal
Referat	<p>Søren/Michael:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Outdoor kører i alle gymnasiebyer vest for storebælt</li> <li>• 17% på Youtube ser annoncefilm til ende (prerolls), hvilket er højt sammenlignet med normal</li> <li>• Nyhedsmail er sendt til 30.000 kommende studenter og 10.000 sabbatister (studenter fra 2015) via Dansk Skoleannoncering. Det er første gang vi bruger denne kanal, og kanalen skal evalueres efter ansøgningsfristen.</li> <li>• Respons på Facebook-annoncering ligger over niveau. Højdespringer er annoncering på kapsejlads i ugen op til med klikrate på 4,5% (0,7% er standard). Annoncen henviste til bachelor.au.dk med efterfølgende mulighed for retargeting.</li> <li>• Øget fokus på content marketing. Næste uge testes Facebook Canvas på AU FB, der er et nyt annonceringsformat. Målrettet alle studerende, som ikke følger os på FB.</li> <li>• FB Live på AU International FB testes d. 14. marts kl. 13 <a href="https://www.facebook.com/aarhusuni/">https://www.facebook.com/aarhusuni/</a></li> </ul>

<b>Punkt 7</b>	Orientering
Beskrivelse	v/Anne, Søren
Referat	<p>Danmarkskort</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Danmarkskortene viser antal af 1. prioritetsansøgere og optagne på kommuneniveau i 2015. Vi arbejder på et notat, som sendes til arbejdsgruppen.</li> <li>• Andelen af 1.prioritetssøgninger i Region Midtjylland er steget. Vækst i Region Syddanmark og stilstand i Nordjylland.</li> <li>• Tendenser: vi har bedre fat, hvor vi drømmer om at have fat. Alle universiteter er regionale, men AU er klart det universitet, der er bedst til at bryde grænser.</li> <li>• <u>To do:</u> Magnus vil undersøge muligheden for at lave Danmarkskort-statistik for de enkelte fagområder</li> </ul> <p>Uddannelseskaravanen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anne er blevet kontaktet af Manova, som står bag Uddannelseskaravanen – et rejsende uddannelsesarrangement, der turnerer rundt på danske gymnasier. Manova har introducere-</li> </ul>

	<p>ret nyt koncept ved navn "KarriereTanken", som har til formål at få flere gymnasieelever til at tænke karrierevalg. På sigt kan det være interessant, men konceptet er stadig under udvikling.</p> <p>Vovemod</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>AU har indgået samarbejde med Vanebrydspalæet omkring projekt "Varm Velkomst", der har til hensigt at gøre noget ved den ensomhed, mange nye studerende oplever, når de kommer til byen. "Varm velkomst" er et netværk, som tilbydes til alle nye borgere, og som består af 150 netværksmøder om forskellige emner som faciliteres af frivillige borgere. Den overordnede fortælling skal være, at Aarhus tager godt imod nye borgere.</li> </ul> <p>Dansk Skoledistribution (Søren)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>AU har forlænget aftalen om uddeling af materiale med Dansk Skoledistribution.</li> <li>To do: Alle opfordres til at overveje relevant materiale til kampagnen fra august 2016.</li> <li>To do: Søren sender mail med baggrundsinformation om kanal og behov for input.</li> </ul>
--	--

<b>Punkt 8    Opdatering af Mødeårshjulet</b>		
<b>Dato</b>	<b>Tema</b>	<b>Ansvarlig</b>
20. jan	Tema: Databehov, timing og brug. Magnus er temaleder	
Feb	<i>fri</i>	
31. mar	Tema: 'Digitale Trends' og Persona workshop	
10. maj	Tema: 'Design af Rekrutteringsundersøgelsen' - opsamling	
9. juni	Tema: Danmarkskort + 'Aarhus som Studieby' + Youtube <b>NYT</b>	
Jul	<i>fri</i>	
25. aug	Tema: Årets optag <b>NYT</b>	Jette
14. sep	Tema: Idégenerering: Fokus i rekruttering	
13. okt	Tema: Karriere <b>NYT</b>	
22. nov	Tema: SoMe <b>NYT</b>	Ole
Dec	<i>fri</i>	

**To do**

- Kim sender kort beskrivelse af projekt ingeniørtalenter
- Alle sender forslag til spørgsmål til rekrutteringsundersøgelsen vedr. de 3 F'er til Magnus
- Jonas indkalder til møde om Herning/Emdrup
- Alle har til opgave at informere fagmiljøerne om, at de har mulighed for at formidle via kanalen.
- Magnus vil undersøge muligheden for at lave Danmarkskort-statistik for de enkelte fagområder – fx business og ingeniør
- Alle opfordres til at overveje relevant materiale til Dansk Skoledistribution fra august 2016.
- Søren sender mail med baggrundsinformation om Dansk Skoledistribution som kanal og behov for input.