

23. mai, Elverum

Skin Designstudio,
Erik Johan Worsøe
Eriksen

Kommunikasjon*

...og bittelitt om identitet

*Annonse i Folkehøgskole-katalogen

a. Folkehøgskolene →

→ b. ønskede elever

1. Bestem mål for kommunikasjonen

Hva skal vi oppnå?

- Få flere søkere?
- Få de (riktige) søkerne som passer vårt tilbud best?*
- Utligne ubalanser i søkermassen?
- Annet?

*De som kommer til å få et høyt utbytte, og bli fornøyde

2. Taktikk

Hvordan skal vi gå fram for å nå målet vårt?

Situasjon:

- Man konkurrerer med 76 andre i en (fysisk) katalog.
- Katalogen har mye generell informasjon om tilbudet, i tillegg til argumentasjon for verdien av å gå på folkehøgskole.
- Annet: fortrinn, ulemper

Hvordan skal vi gå fram for å nå målet vårt?

- Ta oppmerksomhet (stoppeffekt)
- Skape engasjement (appell)
- Gi (god) informasjon (om vårt tilbud)
- Stimulere til å oppsøke utvidet informasjon på egne/andre kontaktflater (nettsted, tilsendt kommunikasjonsmateriale)
- Annet

3. Formuler et budskap

Hva er det vi tilbyr?

Arbeidsflyt:

→ a. Lag en oversikt over alt dere tilbyr elevene - alle kvaliteter, alt som kan ha verdi for elevene

→ b. Sorter/prioriter listen (hardt)

→ c. Lag en oppsummering av ønsket budskap.

Hva er det vi tilbyr?

Listen:

- Faglig, sosialt, personlig?
- Flott natur?
- God mat?
- Kjæreste for livet?
- Spirituell oppvåkning?!
- Annet?

Målet er å finne skolens
unike verdi(er) sett fra
elevens ståsted

Prioriter budskapet – lag et tydelig hierarki

- Hva av det vi tilbyr betyr mest for eleven? (Kill your darlings if you have to)
- Hva skiller oss fra de som ligner oss mest?
- Må alt være med? Kan vi fjerne noe uten å miste avgjørende informasjon?
- Er det noe som er selvsagt eller sagt av andre?

4. Dramatisering

Hvordan kan vi best formidle budskapet vårt?

Målet er å være tydeligst, enklest og raskest

Hvordan kan vi best formidle budskapet vårt?

Situasjon:

Annonse i Folkehøgskolekatalogen.

Man skal snakke til en, eller flere, spesifikke målgrupper. Er det andre og bedre måter å definere disse på enn alder, kjønn etc, slik at dette blir mer presist og nyttig?

Hvem snakker vi til?

- Hva vet de om oss/tilbudet vårt fra før?
- Hvilken innstilling har de til oss/tilbudet vårt?
- Er der rådende oppfatninger som ikke stemmer og derfor må avkreftes eller motbevises?
- Er det tekniske hindringer, f.eks språk, funksjonshemming som krever særskilte løsninger?

Og så trenger vi en idé!

Arbeidsflyt:

a. Lag mange ideer →

→ b. Sorter ideene og spør hvilke som er relevante for å nå kommunikasjonsmålene som ble bestemt*

*Gode ideer som ikke fyller kommunikasjonsmålene er ikke gode ideer.

Hvordan kan vi best formidle ideen vår?

- Tekst?
- Bilde (illustrerende, kompletterende, subjektivt, miljøskildring/atmosfære)?
- Avsender (identitet)!!!

Hvordan kan vi best formidle budskapet vårt?

Arbeidsflyt:

a. Skriv manus! →

→ b. Beskriv (brief), produser selv eller skaff bilde! →

→ c. Formgi, og sett sammen elementene på siden.

Voila!

*Respekter egne tekniske begrensninger, kjøp profesjonell hjelp om nødvendig :-)

SKIN™

Skin Designstudio

Storgt. 8, 8 et.
0155 Oslo

post@skin.no
www.skin.no

LYKKE TIL!