

Kommunikativ plattform

Teknikcollege
Målgrupp: Studerande

Bakgrund

Teknikcollege är ett koncept initierat för att möta framtidens kompetensbehov. Det är teknikutbildningar på gymnasial och eftergymnasial nivå och bygger på samverkan mellan kommuner, skolor, utbildningsanordnare och företag. För att få kalla sig Teknikcollege måste man kunna erbjuda en mix av utbildningar för gymnasiet, KY och högskola samt ha en samverkan mellan kommuner och företag i regionen. På Teknikcollege blandas alltid teori och praktik och efter genomgången gymnasieutbildning är eleverna förberedda för både arbetsliv och/eller att studera vidare. Utbildningen syftar till att göra eleverna så självständiga att de har möjlighet att utveckla processer inom industrin eller starta eget.

För att bli tydlig i kommunikationen och för att lyfta varumärket Teknikcollege är det viktigt att alla som arbetar i och med Teknikcollege också marknadsför Teknikcollege på ett så likartat sätt som möjligt. Att ta fram informationsmaterial är en del av marknadsföringen, men minst lika viktigt är hur Teknikcollege upplevs – hur Teknikcollege förmedlas av lärare, informatörer, industrirepresentanter och andra parter. Den här kommunikativa plattformen är en hjälp för alla dem som arbetar med varumärket Teknikcollege.

Den kommunikativa plattformen och den grafiska manualen bör ligga till grund för allt kommunikationsmaterial som tas fram för Teknikcollege. Tillsammans kan de användas vid upphandlingar av grafisk form och reklam. Som separat dokument utgör den kommunikativa plattformen också ett underlag för beställningar av PR-tjänster och kan tjäna som en guide eller inspirationskälla för alla som arbetar med att kommunicera Teknikcollege till målgruppen studerande.

Konkurrenter

Främsta konkurrenter att attrahera efterfrågade studerande är andra gymnasieprogram som t ex samhällsprogrammet samt el- och byggprogrammet. Till konkurrenterna räknar vi också andra collegevarianter som Vård- och Omsorgcollege samt Servicecollege då dessa konkurrerar om begreppet ”college”. Fristående industrigymnasier kompletterar Teknikcollege.

För att positionera sig mot konkurrenterna är det viktigt att Teknikcollege visar på det som är unikt med våra utbildningar. Tittar man på konkurrenter, målgruppens förväntningar och motiv samt på Teknikcolleges reella innehåll ger det en kommunikationsvägledning enligt nedan.

Kärnvärden

Detta är vad målgruppen bör känna/tycka om Teknikcollege efter att ha tagit del av trycksaker o. dyl. från skolorna. Kärnvärden ska inte vara explicita i materialet utan ska genomsyra det som görs. Fråga om trycksaken andas kvalité, om den känns dynamisk eller om den känns ödmjuk. Leta inte efter orden kvalité, dynamik eller ödmjukhet i texten.

Kvalité

Teknikcollege erbjuder kanske landets bästa gymnasieutbildningar inom teknik. Man formar självständiga individer och erbjuder en stimulerande skolmiljö. Om Teknikcollege (vågar) tror på sig själv så kommer eleverna också att göra det.

Dynamik

Teknikcollege följer med sin tid och förändring är något självklart. Skolan ger eleverna redskapen att själva forma sin framtid, att ta ansvar och utvecklas.

Ödmjukhet

Skolan respekterar sina elever och tror på deras förmåga. Teknikcollege stärker och utvecklar individen.

Budskap

Budskap är sådant som verbalt och intellektuellt ska gestaltas i informationsmaterialet. Detta är vad målgruppen bör känna till om Teknikcollege efter att ha läst en broschyr eller varit inne på hemsidan.

Verklighetsnära

Teknikcollege har ett nära samarbete med företagen, man gör eleverna anställningsbara och utbildningen påminner på många sätt om en vanlig arbetsplats. Företagen påverkar hela utbildningen. På Teknikcollege varvas teori med praktik och de praktiska övningarna handlar inte bara om att lära sig hantera vissa maskiner, utan även om gruppdynamik och arbetsplatsförlagd utbildning.

Entreprenörskap

I ordet ligger det faktum att man utvecklar och stimulerar eleverna att bli självständiga individer både som anställda och egna företagare. I "entreprenörskap" ligger också ett stort mått av positivitet, framåtanda, initiativkraft och förändringsvilja.

Personlig utveckling

Som elev på Teknikcollege blir man sedd som individ. Teknikcollege vill ta vara på den resurs som varje elev faktiskt är. Att vägleda till självständiga elever är ett av de främsta målen med hela satsningen på utbildningen. Därför är en grundläggande respekt för och tro på elevernas förmåga en självklarhet för Teknikcollege.

Öppnar dörrar

Teknikcollege erbjuder breda möjligheter för sina elever. Man blir anställningsbar, kan plugga vidare eller starta eget. Dessutom erbjuder kontakterna med företagen att man kan bygga upp ett viktigt nätverk för framtiden.

Tillsammans

Hela tanken med Teknikcollege bygger på gemenskap och samverkan; samverkan mellan företag och skola, mellan kommuner, mellan skolor, mellan elever, mellan lärare och elev, mellan lärare, mellan handledare och lärare och samverkan mellan handledare och elev.

Tonalitet

Med tonalitet avses hur budskapet i Teknikcolleges material ska gestaltas. Det handlar om vilket tonfall man använder för att kommunicera med sin målgrupp. Tonaliteten ska stödja kärnvärdena och göra budskapet trovärdigt.

Stolthet/Självsäkerhet

Om man erbjuder kvalitet har man också all anledning att vara stolt. Tror Teknikcollege på sig själv så kommer eleverna också att göra det. Kom ihåg: Självsäkra människor skryter inte! Det är också önskvärt att kommunicera att Teknikcollege är en utbildning med endast ett visst antal platser. Det ska kännas exklusivt, som en förmån, att få gå där. Teknikcolleges elever ska känna sig utvalda.

Personlig

Teknikcollege är en unik skola. Då behöver man inte låta eller se ut som alla andra. Man kan ha sin egen attityd och vara du med eleverna. Ett personligt och direkt tilltal ger utrymme för kreativitet och överraskningar i både texter och bilder. Med personlig avses motsatsen till formell.

Vuxen

Teknikcollege respekterar sina elever och tror att de är vuxna nog att ta till sig ett någorlunda vuxet tilltal. Att försöka ”snacka kidsens språk” är bara distanslöst och populistiskt. Det ger inget självsäkert intryck. Naturligtvis behöver man inte vara tråkig eller akademisk bara för att man litar till elevernas förmåga att ta till sig information.

Seriös/Expert

De flesta av eleverna i målgruppen efterfrågar en bra utbildning. För dem kommer det att vara viktigt att skolan erbjuder expertis och unika kunskaper. Teknikcollege behöver inte vara ”bästis” med sina elever. Att vara seriös utesluter inte att man kan vara rolig eller underhållande, men ett humoristiskt tilltal får inte ta överhanden.

Övriga råd kring kommunikationen

Tänk på att den huvudsakliga målgruppen, de elever som idag väljer samhällsprogrammet utan annan orsak än att det är en bred utbildning, också är de som bestämmer sig allra sist till gymnasiet. Det kan därför vara värt att lägga in en sista marknadsföringsstöt så sent som i april.

Tonåringar skiljer sig inte från vuxna när det gäller hur man rent kognitivt tar till sig budskap. En tydlig layout, intresseväckande rubriker och illustrativa bilder är viktigt för att de ska orka/vilja ta till sig budskapet.

En mycket tydlig struktur på materialet är uppskattat av ungdomar. Det ska gå oerhört snabbt att hitta den information de vill ha. Tydliga rubriker och tydligt avskilda stycken är mycket uppskattat.

De flesta ungdomar gillar inte reklam och ”tomt skryt”. Däremot gillar de när personer som själva varit med berättar. Konkretisera och visualisera gärna innehållet i broschyrer och kataloger med tidigare elever eller lärare som berättar.