

Kommunikation och marknadsföringsplan

För Tyresö gymnasium

Huvudansvarig: Tyresö gymnasium

Uppdaterad (datum och versionsnr): 2015-05-27

1 Bakgrund – vad är problemet?

Få sökande till Tyresö gymnasium. Sedan införandet av samverkansavtalet med Stockholms län har färre elever sökt sig till Tyresö gymnasium.

1.1 Varför ska ungdomar välja Tyresö gymnasium? Fyra viktiga anledningar definieras nedan:

Skolan är digital – Tyresö gymnasium satsar på digital kompetens. Det handlar om kompetens att kunna använda digitala medier för att söka information och kommunicera, kunna bedöma information kritiskt, kunna analysera, sammanställa och själv uttrycka sin mening. Dessutom innebär det även en allmän förståelse av hur den digitala tekniken fungerar och hur den förändrar samhället.

Skolan är innovativ - Nytänkande och i framkant av svensk skolutveckling. Tyresö gymnasium är kreativt, nyfiskt klimat, gemenskap, engagemang och höga förväntningar på varandra. Lärande, goda resultat och en mångsidig utveckling står i centrum.

Skolan arbetar internationellt – Världen ska vara klassrummet. Utlandspraktik erbjuds. Idag är exempelvis flera elever från hotell- och turism sex veckor i Turkiet och arbetar på callcenter respektive hotell. Det finns upparbetade kontakter med bland annat Portugal, Spanien och Sydafrika.

Skolan ska arbeta med hållbar utveckling -

Ett lärande för hållbar utveckling karakteriseras av

- demokratiska arbetssätt
- kritiska förhållningssätt
- ämnesövergripande samarbeten
- mångfald av pedagogiska metoder
- delaktighet och inflytande

För att göra det kan man behöva arbeta tillsammans med olika samarbetspartners som ex ideella organisationer, kreatörer, inspiratörer, sociala entreprenörer och man kan behöva befinna sig på olika platser i världen eller landet. Detta för att förstå komplexiteten, göra utbildningen autentisk relevant och motiverande.

2 Syfte – varför?

Syftet med kommunikationsinsatsen är att öka antalet sökande genom ökad attraktivitet till gymnasiet. Den breda allmänheten ska också veta vilken kompetens och kvalitet som skolan erbjuder.

3 Målgrupper – med vem?

De primära målgruppen är ungdomar i gymnasieåldern i kommunen och övriga regionen som ska välja gymnasium. Sekundär målgrupp är ungdomarnas föräldrar som har stort inflytande på elevernas val av skola. Ytterligare en målgrupp är alla Tyresöbor som ska veta vilken god kvalitet som ges på skolan.

Målgrupp	Nuläge	Önskat läge
Blivande gymnasieelever	Få sökande till Tyresö gymnasium	Fler sökande till Tyresö gymnasium

4 Mål – vad vill vi uppnå?

Kommunikationsmål kan indelas i:

- Kunskapsmål – Målgruppen ska förstå vilken utbildning som bedrivs på Tyresö gymnasium. De ska förstå att gymnasiet har hög kvalitet vilket innebär att eleverna kan utvecklas och vara nöjda med sin utbildning.
- Attitydmål – Målgruppen ska tycka att Tyresö gymnasium är en modern skola i framkant som håller hög kvalitet. Skolan ska ha ett gott rykte.
- Beteendemål – Elever som går på Tyresö gymnasium ska rekommendera skolan till andra. De ska berätta vad som händer på skolan. Lärare och elever ska twittra, blogga, instagrama, facebooka. Berätta om vad som görs och när det händer speciella saker. Exempelvis att fordonselever praktiserar i dragracing stall, frisörerna är ute på ålderdomshemmen och klipper hår, att vi har branschcertifierade utbildningar etc.

SMART mål: (Specifika, Mätbara, Acceperade, Realistiska, Tidsbestämda).



Specifikt

Antal elever ska öka

Mätbart

Mätbart efter varje antagning

Accepterat

Lärare och elever på skolan ska känna att de är delaktiga och vilja vara entreprenörer för skolan.

Realistiskt

Det är svårt att vända trenden direkt men det är viktigt att se att det hela tiden går framåt.

Tidsbestämda

Planering görs inför Tyresös nya gymnasium och kommunikationsplanen ska vara välförankrad och inarbetad innan dess.

5 Strategi – hur?

Mål	Strategi
Fler elever ska välja Tyresö gymnasium	Samarbete med alla studie- och yrkesvägledare (SYV) i kommunen. Ha prova-på-dagar och informera eleverna tidigt (redan i 7:an, 8:an) Synas i sociala medier; ex twitter, facebook, instagram, bloggar Synas i andra medier; Ex artikel och annons i tidning Mitt i Tyresö. Synas på gymnasiemässan och ha öppet hus Uppdatera hemsidan Erbjuda PRAO för högstadiel eleverna på gymnasiet.

6 Budskap – vad ska vi säga?

VAD: Vi ska föra fram budskapet vad skolan satsar på att vara: Digital, innovativ, internationell och hållbar. Skolan har hög kvalitet.

VARFÖR: För att elever ska välja Tyresö gymnasium.

HUR: Främst genom digitala medier där vi vet att målgruppen befinner sig. Genom att både visa vad vi gör, vad vi satsar på och vad vi får för olika utmärkelser kan informationen locka olika personer i målgruppen.

7 Kanalval – hur ska vi nå målgruppen bäst?

För att nå målgruppen kommer fokus kommer att ligga på sociala medier, då målgruppen i hög grad använder sig av dessa. Målet är att eleverna som går på skolan själva publicerar mycket information.

Utskick per post kommer göras till alla nior i Tyresö, Älta, Skarpnäck, Haninge och Vendelsö innan gymnasiemässan. Broschyrer kommer också delas ut på gymnasiemässan och öppet hus. Öppet hus kommer även genomföras innan omvalsperioden.

Annons kommer införas i Mitt i Tyresö. Eventuellt kommer även annons finnas i bussar.

Det ska vara möjligt att från högstadiet praktisera på Tyresö gymnasium genom att ex. gå bredvid en yrkeslärare.

Rektor kommer ut och informerar på Tyresös skolor tillsammans med lärare, elever och SYV från gymnasiet. Det kommer finnas möjlighet till prova-på dagar.

8 Tid- och aktivitetsplan

Nedan listat aktiviteter som genomfört läsåret 2014/2015. Aktiviteterna kommer fortsatt vara aktuella och omfattningen kommer att öka.

Datum	Aktivitet	Kostnad
Ständigt pågående, extra insats september	SYV informerar grundskolans elever.	
Oktober	Besök i skolor av rektor, elever och SYV från gymnasiet	
November	Gymnasiemässan	
November	Informationskväll och Öppet hus på gymnasiet	

November	Brev till alla nior i Tyresö och omnejd	
November och april	Prova på dagar för niorna	
Ständigt pågående	Uppdatera hemsidan	
Inlägg sociala medier, ständigt pågående. Extra vid gymnasiemässan och ansökningsperioderna.	Youtubefilm Blogg Instagram Facebook Twitter	
Oktober	Presentera utbudet i utbildningskatalogen	
	Delta på trafiksäkerhetens dag och på näringslivsdagarna	
	* PRAO för eleverna på högstadiet	
	* Informera tidigt om gymnasievalet och Tyresö gymnasium	

* Nya insatser för läsåret 2014/2015

9 Kommunikationsbudget

Kostnadsslag	Kostnad - budgeterad
Material och tryck	90 000
Köpta tjänster – text, foto, layout	110 000
Utbildning	
Annonsering	145 000
Övriga kostnader	155 000
Summa:	500 000

10 Uppföljning – hur kan vi följa upp?

Uppföljning kan göras genom att analysera sökbilden