



Kommunikationsstrategi

Senast reviderad 2024-02-09



[folkhogskola.nu](https://www.folkhogskola.nu)



Varför en strategi?

Kommunikationsstrategin hjälper Folkhögskolornas serviceorganisation (FSO) att arbeta på ett sammanhållet och långsiktigt sätt med kommunikationen för varumärket och webbplatsen folkhögskola.nu. Den pekar ut riktningen för att våra insatser ska skapa värde för folkhögskolorna.

Hur länge gäller strategin?

Strategin utvärderas vartannat år och uppdateras eventuellt i samband med detta.

Vad gör vi?

Vi stöttar Sveriges 156 folkhögskolor i att rekrytera deltagare till deras kurser. Det gör vi på två sätt:

1. Vi stöttar kommunikatörerna på folkhögskolorna och redaktörerna för folkhögskola.nu med folkhögskolornas deltagarrekruterande kommunikation.
2. Vi skapar egen deltagarrekruterande kommunikation under varumärket folkhögskola.nu.

Den här strategin gäller kommunikationen för punkt två, alltså vår egen deltagarrekruterande kommunikation.

Vart vill vi?

Visionen är att folkhögskolorna fyller alla sina kurser med deltagare.

Vad ska kommunikationen leda till?

Kommunikationen ska hjälpa oss att nå visionen genom att:

- öka kännedomen om folkhögskola
- höja kunskapen om folkhögskola
- skapa en positiv attityd till folkhögskola
- få potentiella deltagare att söka till folkhögskola
- få befintliga och tidigare deltagare att vara ambassadörer för folkhögskola.

Hur gör vi det?

Strategin bygger på en resa i fem olika steg. Alla våra prioriterade målgrupper kan befinna sig i de olika stegen och röra sig mellan dem.

1. Etablera

Den potentiella deltagaren upptäcker.

2. Sprida

Den potentiella deltagaren känner igen och blir nyfiken.

3. Fördjupa

Den potentiella deltagaren klickar sig runt och överväger.

4. Call to action

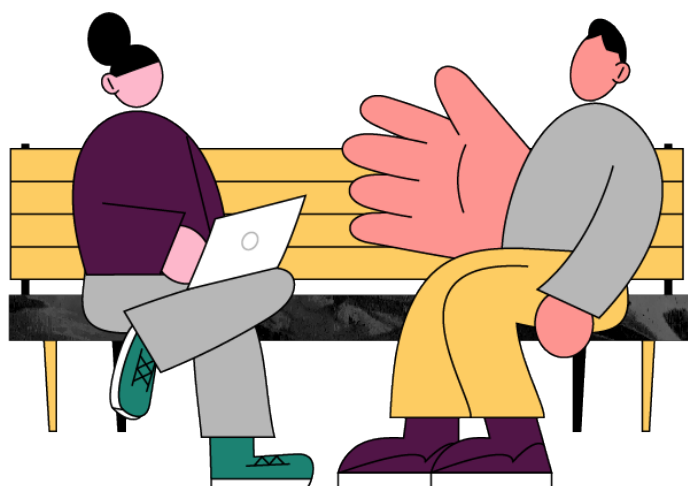
Den potentiella deltagaren söker till en folkhögskola och väljer att bli en deltagare.

5. Ambassadör

Personen är med och berättar om folkhögskolan och rekryterar nya deltagare åt oss.

Vi hjälper målgruppen att resa från främling till deltagare till ambassadör på följande sätt:

- Vi visar upp många olika röster från folkhögskolan – många ska kunna känna igen sig.
- Vi erbjuder aktuell, relevant, tillgänglig och engagerande information om folkhögskola.
- Vi svarar på frågor. Vi är tillgängliga för alla, oavsett digital vana.
- Vi väljer rörligt först.
- Vi uppmuntrar till engagemang och interaktion.



Tonalitet – vilken röst har vi?

Vi är den nyfikna och kunniga storasystemen som inspirerar till att gå på folkhögskola. Vi är hjälpsamma och genuina och har ett inkluderande och normkritiskt tilltal. Utgångspunkten är att "alla finns i rummet" – vi pratar inte om utan med våra olika målgrupper. Samtidigt som vi alltid är ärliga och informativa vågar vi också vara roliga och tänka nytt. Vi är nyfikna på nya trender, på vad våra målgrupper kan tänkas behöva eller vilja ha och vi är inte fast i en gjuten form.

Budskap – vad vill vi säga?

Hitta hem på på folkhögskolan.

Målgrupper och målgruppsbeskrivningar – vem pratar vi med?

Vi beskriver här några av de målgrupper som vi ser som prioriterade för vår kommunikation. Viktigt att komma ihåg är dock att målgrupperna är överlappande, en person kan vara både ung, ny i Sverige och ha en funktionsnedsättning – samtidigt.

1. Unga 18–25 år

Många unga i dag känner antingen inte till att folkhögskola finns eller vet inte varför just de skulle kunna gå på folkhögskola. Ofta känner man till folkhögskola för att någon man känner har gått på en, men informationen når inte alltid fram exempelvis från studievägledare eller i gymnasieskolan.

Vi tror att många unga 18–25 år drivs av att få en snabb väg till arbete, därför är det viktigt att förklara nyttan med utbildningen på folkhögskola för denna målgrupp. Många längtar också efter att flytta hemifrån, här kan folkhögskolan vara ett viktigt första steg mot självständighet och ett eget boende.

Denna målgrupp har vuxit upp under oroliga tider och söker trygghet och närhet till familj och vänner. Folkhögskolan kan verka läskig om den är helt obekant. De vill veta mer om hur vardagen på folkhögskola ser ut, vilka människor som går där och hur en lektion kan gå till.

Vad säger vi till målgruppen?

Hitta din framtid på folkhögskola.
Hitta en ny chans på folkhögskola.

Var möter vi målgruppen?

1. Youtube
2. Tiktok
3. Instagram
4. Utbildnings- och yrkesmässor

Hur når vi målgruppen?

Genom marknadsföring i digitala kanaler. Vi bygger relation genom att använda oss av influerare, vidareinformatörer och ambassadörer och behåller intresset genom underhållande innehåll och saker man blir road av.

Vi visar upp vardagen på folkhögskolan och att det är en trygg och välkomnande plats där man får vara sig själv, och vi berättar om personer som har gått på folkhögskola tidigare och som det har gått bra för.

2. Unga 25–35 år

Denna målgrupp har troligtvis lite högre kännedom om folkhögskola, kanske har deras vänner eller familjemedlemmar redan gått på folkhögskola och kan ge förstahandsinformation? Målgruppen har redan påbörjat sitt yrkesliv och/eller har studerat i någon annan utbildningsform. Några har redan bildat familj och är lite mer rotade på den plats där de bor.

Drivkraften att söka sig till folkhögskola handlar mer om att hitta en meningsfull vardag, kanske att byta spår eller att bara ta en paus och utforska andra delar av sig själv utöver sin yrkesidentitet. Det kan också vara att skaffa sig behörighet för att kunna studera på högskola. Det som kan hindra en från att bryta upp kan vara tryggheten i en fast lön, att man försörjer en familj eller betalar av studie- eller bostadslån och att det krockar med ens redan lite mer satta identitet.

Vad säger vi till målgruppen?

Hitta dig själv på folkhögskola.
Hitta en ny chans.
Hitta din talang.
Ta en paus på folkhögskola.

Var möter vi målgruppen?

1. Youtube
2. Instagram
3. Googleannonsering

Hur når vi målgruppen?

Genom att berätta mer om livsstilen runt folkhögskola, exempelvis andra personer som har gjort liknande resor, hittat sig själva eller bytt riktning i livet.

3. Arbetssökande

En grupp som skär igenom alla andra målgrupper men som har några saker gemensamt. Vi tror att målgruppen främst är intresserad av utbildningar som snabbt leder till arbete, gärna yrkesutbildningar. Men de kan även ha en längre väg framför sig och behöva studera svenska eller Allmän kurs i ett första steg.

Målgruppen är stressad över sin ekonomi och längtar efter att känna sig självständiga och ha framtidshopp. Det kan finnas psykisk ohälsa som grund eller konsekvens av arbetslösheten och/eller de kan ha mött diskriminering på arbetsmarknaden. Kanske är de nya i Sverige och har låga kunskaper i svenska språket. De kan ha också ha valt ett yrke med låg efterfrågan och behöver byta bana.

Vad säger vi till målgruppen?

Du kan få ett jobb efter folkhögskola!
Hitta din framtid.

Var finns målgruppen?

1. På arbetsförmedlingar och yrkesmatchningsställen.
2. Yrkes- och utbildningsmässor.

Hur når vi målgruppen?

Genom att se till att vidareinformatörer har rätt information, genom att finnas representerade på mässor, genom information på vår hemsida om yrkesmöjligheter efter utbildningar. Genom att visa upp faktiska exempel

på personer som har fått jobb efter utbildningen. Viktigt att de känner till att det går att söka studiemedel och omställningsstöd även för att läsa på folkhögskola samt att flera utbildningar på folkhögskola faktiskt leder till arbete.

4. Nya svenskar

Vi tror att målgruppen generellt har låg kännedom om utbildningsformen folkhögskola då det är unikt för Norden. Dock är detta en mycket heterogen grupp, exempelvis vad gäller utbildningsbakgrund och hudfärg och vissa har kommit till Sverige som unga vuxna, andra senare i livet.

Målgruppen går troligtvis på SFI eller komvux, de kan både bo på asylboende eller i egna hem. Kanske är de arbetsökande. De drivs av att de vill lära sig svenska, lära sig mer om samhället och få ett arbete. Att hitta en gemenskap där man får vara sig själv är också viktigt då man kanske tillhör en minoritet.

Målgruppen kan behöva en del vägledning för att hitta rätt och de kan ha en negativ attityd till att ta studielån. De kan ha föräldrar med förväntningar på en annan typ av utbildning som är mer traditionell och trygg. Många har mött diskriminering vilket kan leda till misstro och låg självkänsla.

Vad säger vi till målgruppen?

Hitta din plats.

Hitta din framtid.

Var finns målgruppen?

1. På SFI
2. I föreningslivet
3. Kommunala offentliga platser

Hur når vi målgruppen?

Genom att erbjuda tryckmaterial på lättare svenska, genom att ha tillgänglig information på webben och ha information på olika språk och genom vidareinformatörer. Det är viktigt att visa upp att andra nya svenskar redan går på folkhögskola. Vi behöver också berätta vad skillnaden på folkhögskola och andra utbildningsformer är.

5. Personer med intellektuell funktionsnedsättning

Många i målgruppen känner inte till folkhögskola och är beroende av att någon antingen berättar för dem eller att det finns tillgängligt material som når dem. Att få uppmuntran från anhöriga eller personal på boende, att någon kompis har gått på folkhögskola tidigare kan vara avgörande för att våga och vilja ta steget att söka till en folkhögskola.

Målgruppen längtar efter att ha en meningsfull vardag, kanske att bli mer självständiga och flytta hemifrån. De vill också hitta en gemenskap, hitta kompisar och många längtar efter att bli kära.

Många gånger kan anhöriga ha svårt att släppa i väg personer ur målgruppen eller så är det personen själv som har rädslor inför att resa långt bort eller bryta upp från invanda rutiner.

Vad säger vi till målgruppen?

Det finns riktad verksamhet just för dig.

Hitta en ny kompis.

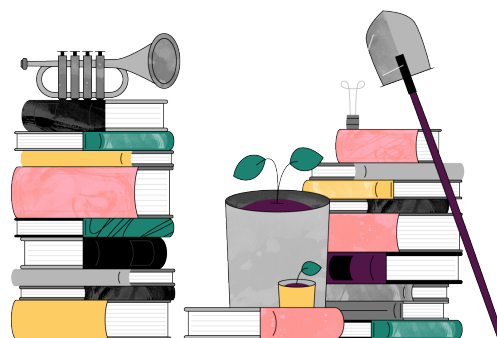
Hitta en plats där du får vara dig själv.

Var finns målgruppen?

1. LSS-boenden.
2. Daglig verksamhet.
3. Offentliga rummet.
4. Riktad verksamhet, ex. kultur och idrott.
5. Anhöriggrupper och intresseorganisationer.

Hur når vi målgruppen?

Eftersom målgruppen inte är så digital är det viktigt med tryckmaterial på lättare svenska, men även att det finns tillgänglig information på webben. De nås ofta genom olika typer av vidareinformatörer eller via anhöriggrupper.



6. Seniorer

Målgruppen har generellt högre kännedom om vad folkhögskola, däremot är man van vid att få bläddra i en kurskatalog och känner inte till webbplatsen folkhögskola.nu i så hög utsträckning. Troligtvis känner man till specifika folkhögskolor i sin närhet, har hört talas om sommarkurser och har gått en folkhögskolekurs tidigare i livet eller känner någon som har gjort det. Man kan också vara med i en förening och har kommit i kontakt med folkbildning på så sätt.

Några ur målgruppen är redan pensionerade och har mycket tid under dagen. Oavsett arbetsituation längtar man efter en meningsfull vardag, att hitta gemenskap och att lära sig nya saker. Dock tror vi att det finns stora könsskillnader, många äldre kvinnor är långt mer benägna att testa nya saker än äldre män.

Saker som kan försvåra studier för målgruppen är olika typer av fysisk eller kognitiv nedsättning. Ofta är seniorer inte heller så mobila, utan de vill hitta en folkhögskola som finns nära hemmet.

Vad säger vi till målgruppen?

Hitta en gemenskap,
Hitta en vän.

Var möter vi målgruppen?

1. Facebook
2. Instagram

Hur når vi målgruppen?

Genom att berätta om riktad verksamhet och sommarkurser i sociala medier där äldre personer finns. Genom riktade utskick till föreningslivet. Genom tryckt annonsering.

7. Vidareinformatörer

Vi delar upp målgruppen i sex grupper:

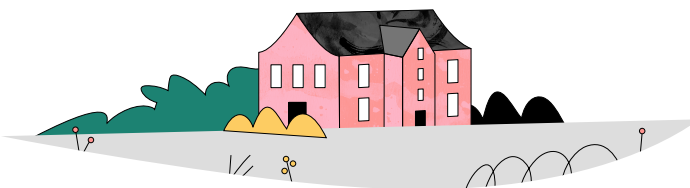
1. studie- och yrkesvägledare
2. personer som möter människor i sitt arbete eller inom föreningslivet
3. anhöriga
4. webb och media
5. andra utbildningsformer
6. myndigheter.

Den här målgruppen skiljer sig från våra övriga målgrupper på det sätt att den fungerar både som en egen målgrupp och som en kanal för att nå våra andra målgrupper.

Många av vidareinformatörerna har direkt kontakt med potentiella deltagare, vilket vi inte har själva. Flera av dem når målgrupper som vi inte når i vår övriga marknadsföring. Vissa har inflytande över potentiella deltagare och kan vara avgörande i beslutet om man ska välja folkhögskola eller inte. Alla är i varierande grad auktoriteter och kan informera om (eller inte informera om) folkhögskola.

Ett hinder kan vara att många studie- och yrkesvägledare inte kommer från folkhögskolan själva, och därför vet mer om andra utbildningsformer och vägar framåt. Därför prioriterar de andra utbildningsformerna framför folkhögskolan. Vår kommunikation ska därför bidra till att studie- och yrkesvägledarna

- förstår vad folkhögskola är så att de känner sig trygga i att rekommendera folkhögskola jämlikt andra utbildningsformer.
- förstår nyttan med att få utveckla sig själv genom att exempelvis gå en profilkurs i konst innan man blir elektriker.
- vänder sig till oss när de eller någon annan vill veta mer om folkhögskola
- är positivt inställda till utbildningsformen folkhögskola.
- känner till hur folkhögskolans behörighetsmodell fungerar.



Vad säger vi till målgruppen?

Folkhögskolan är en väg till arbete och vidare studier och till en meningsfull vardag. Folkhögskolan är mer än en ny chans! Folkhögskolan är en unik utbildningsform (och konkurrerar alltså inte med andra utbildningsformer).

Var möter vi målgruppen?

1. Tryckmaterial.
2. SYV-frukostar och andra riktade insatser.
3. Webben.
4. Mejl och telefon.

Hur når vi målgruppen?

Genom riktade utskick och inbjudningar till informationsträffar. Genom att uppmuntra folkhögskolorna till att genomföra riktade insatser och berätta för övriga skolor via nyhetsbrev och webbsidor vad som redan görs så att de inspireras. Genom att bjuda in till digitala informationsträffar för externa vidareinformatörer.

8. Ambassadörer

En ambassadör för folkhögskola har troligtvis egen erfarenhet av folkhögskola, antingen genom att själv ha gått en kurs eller genom att ha arbetat inom folkhögskolan. Kännedomen om folkhögskola är därför hög.

Kanske har personen i dag ett yrke som en direkt följd av sina studier på folkhögskolan? Kanske har hen ett samhällsengagemang och tycker att folkhögskolan spelar en viktig roll för demokratin? Huvudsaken är att hen vill sprida utbildningsformen mer generellt och inte bara göra reklam för sin egen skola. Hen vill bjuda in andra till sin egen upplevelse och dela med sig av gemenskapen.

Ambassadören kan dock ha en ensidig bild av vad folkhögskola är baserat på sina egna erfarenheter. Hen kanske känner till sin kurstyp eller sin folkhögskola, men inte utbildningsformen som helhet. Hen kan också vara osäker på var man hittar information att sprida vidare.

Vad säger vi till målgruppen?

Vi ser och hör er! Vi gör det här tillsammans – folkhögskolan behövs! Folkhögskolan är viktig för demokratin.

Var finns målgruppen?

1. Facebook
2. Instagram
3. Facebookgrupper

Hur når vi målgruppen?

Genom att uppmuntra dem så att de förstår att de är viktiga. Genom att intervjua dem. Genom att visa var de kan hitta mer information, mata med pepp och argument och berättelser att beröra med.

