

HVA NÅ?

Et menneske, en tanke, et bilde, en forskjell

#artivismnordic



MÅL

- **Forretningsmål**
Øke omsetningen til skolen og inntektene til studentene som skal ut i jobb
- **Markedsmål**
Få flere søkere til skolen og flere jobbtillbud til studenter ved Bilder Nordic
- **Kommunikasjonsmål**
Øke kunnskap og kjennskap til Bilder Nordic. Skolen og studentene skal vurderes og prefereres over andre skoler og studenter
- **Mediemål**
Nå hele målgruppen og tilrettelegge for engasjement

Vi har kun egne og fortjente medier i denne oppgaven (*ergo ingen penger*)

#artivismnordic



MÅLGRUPPE 1

- **Vi vil treffe og endre adferden til**
16-20-åringer på videregående skole/folkehøyskole innen kreative fag nærme Oslo (vi kan gjerne treffe flere, men disse er de viktigste)
- **Målgruppens viktigste adferdsprosess**
Klima, politikk, fremtiden, gode karakterer, tar kollektiv, Snapchat, Instagram, drar på steder det er gratis pizza for eksempel (billig), remake av klær/kopper osv. De er engasjerte og kanskje en del av natur og ungdom, sosiale medier, søker inspirasjon
- **Hva skal til for å få målgruppen på utstillingen**
Gratis mat, konkurranser, inspirasjon, gjøre noe sammen, kjente navn (fotograf eller noe), Workspace med mulighet til å lage noe selv og bidra (interaktivt), bruk noe de allerede vet om for å engasjere og få de til å komme, musikk, anbefaling fra lærere, lage et større event ut av det

#artivismnordic



MÅLGRUPPE 2

- **Vi vil treffe og endre adferden til**
De som ansetter innholdsprodusenter/fotografer (men vi må gjerne treffe flere)
- **Målgruppens viktigste adferdsprosess**
Jobber, har mye å gjøre, kan ha barn/familie, ofte mye erfaring, som regel ledere, holde seg oppdatert, over snittet engasjerte, leser nyhetsmedier og bransjenettsteder, trigges av fritid, mellom 35-50 år, villig til å prøve nye ting, pionerer, vil ha mest mulig effektive ansatte
- **Hva skal til for å få målgruppen på utstillingen**
Trenger ikke nødvendigvis å komme på utstillingen, men de må få vite om oss. Pressemelding? Bruke medier for å oppdatere dem, vise at Bilder Nordic utdanner elever som kan "alt"

#artivismnordic



GET-TO-BY

- **Målgruppe 1**
Få ungdommer 16-20 år som går på videregående skole/folkehøyskole innen kreative linjer nærme Oslo til å komme på utstillingen til Bilder Nordic ved å ha et trekkplaster- en god samarbeidspartner en organisasjon og talperson, give aways (for eksempel tøyposer) og aktivisere de i forkant og under utstillingen.
- **Målgruppe 2**
Få de i bedrifter som er ansvarlig for å ansette innholdsprodusenter/fotografer til å øke kjennskapen til studenter fra Bilder Nordic ved å vise at skolen utdanner fagfolk som kan "alt"

#artivismnordic



TILTAK MÅLGRUPPE 1

- Kontakte skoler gjennom invitasjoner, og informasjon om påmelding
- Vise til konkrete læringsmål fra læreplanen for trinnene vil vi lettere goodwill og godkjenning fra skolene.
- Bindene påmelding
- Oppfordring til å følge oss på Instagram (her vil vi dokumentere prosess m.m.)
- Prøve å få samarbeid med aktuelle organisasjoner/bedrifter (for eksempel Natur og Ungdom)
- Invitere et kjent fjes som trekkplaster for saken (med naturlig tilknytning til saken)
- Facebook-arrangement med løpende oppdateringer
- Vi vil også sende invitasjon til mellomtrinnet 5-7 klasse (dette er en aldersgruppe som er veldig engasjerte!)

#artivismnordic



TILTAK MÅLGRUPPE 2

- Får vi mange til å komme på utstillingen kan vi enklere få det dekket av ulike medier (og blir anerkjent som skole)
- Samarbeid med organisasjon/talsperson
- Ha en elev fra innholdsproduksjon som talsperson for utstillingen som kan stå for pressemeldinger osv.

#artivismnordic



UTSTILLINGEN

- Oppgave til elevene (f.eks. gi informasjon i forkant om at de være journalister/fotografer og vil få en oppgave i etterkant av utstillingen som kan deles på sosiale medier, og spre ordet videre)
- Bilder tagget med #hvanå? er printet ut og henger samlet på et vegg som en del av utstillingen (her engasjerer vi publikum og lar de ta en del av prosjektet)

#artivismnordic

	PUBLISERINGSPLAN				
Tiltak	Mandag 4/11	Tirsdag 5/11	Onsdag 6/11	Torsdag 7/11	Fredag 8/11
Lage og publisere innhold til landingsside med påmelding via link. Konkurransen for å trekke flere publikummere.	X				
Begynne å kontakte organisasjoner for samarbeid	X	X	X	X	X
Instagram takeover	X	X	X	X	X
Bakomfilm/intervju	X				X
Opprette arr på Facebook/oppfølging av påmeldinger og innhold	X	X	X	X	X
Sende ut skredderydte nivitasjoner til skoler, med bidende påmelding	X				
Oppfølging skoler		X	X	X	X
Oppfølging av organisasjoner		X	X	X	X
Sol/Martin møter opp Elvebakken/Munch etc	X	X	X		

PUBLISERINGSPLAN

Tiltak	Mandag 11/11	Tirsdag 12/11	Onsdag 13/11	Torsdag 14/11	Fredag 15/11
Oppfølging skoler -påmelding	X	X	X	X	X
Oppfølging av organisasjoner	X	X	X	X	X
Oppfølging facebook - innhold/påmelding	X	X	X	X	X
Bakomfilm/intervju insta/facebook osv.	X		X		X

PUBLISERINGSPLAN

Tiltak	Mandag 18/11	Tirsdag 19/11	Onsdag 20/11	Torsdag 21/11	Fredag 22/11
Oppfølging skoler -påmelding	X	X	X	X	ÅPNING
Oppfølging av organisasjoner	X	X	X	X	ÅPNING
Oppfølging facebook - innhold/påmelding	X	X	X	X	ÅPNING
Bakomfilm/intervju insta/facebook osv.	X	X	X	X	ÅPNING
Sende ut pressemeldinger og oppfølging	X	X	X	X	ÅPNING/pressekontakt tilstede
					KÅRING AV KONKURRANSE

#artivismnordic



INNHold

- Bakomfilmer
- Informasjonsfilmer
- Intervju
- Instagram takeover
- Film av opprigg uken før utstilling
- <https://www.instagram.com/bildernordic/>
- Produseres til både Instagram, Facebook, Youtube osv.