

## **”SMART med AMU - synlig med andre relevante teknologier”**

Beskrivelse af projektet ”SMART med AMU - synlig med andre relevante teknologier”, som har fået midler fra den Tværgående Udviklingspulje i 2013.

**Projektejer:** VEU-center Vestsjælland ved Selandia-CEU

**Kontaktperson:** John Vinsbøl, [jpvi@sceu.dk](mailto:jpvi@sceu.dk)

**Samarbejdspartnere:** EUC Nordvestsjælland, Roskilde Tekniske Skole, Slagteriskolen i Roskilde, Erhvervsakademi Sjælland

**Projektperiode:** 2. september 2013 – 31. december 2014

### **Resumé:**

Det overordnede formål med projektet er at udvikle og afprøve et markedsførings-/informationsmæssigt tiltag via digitale medier med særlig fokus på smartphones, rettet mod AMU-målgruppen. De primære aktiviteter i projektet er:

1. Analyse af tidligere erfaringer i AMU-regi i relation til digitale mediers anvendelse ved markedsføring af uddannelsestilbud.
2. Præcisering af forudsætningerne for at arbejde med digitale medier i en AMU-sammenhæng.
3. Udvikling og afprøvning af prototyper på digitale markedsførings- og informationstiltag.
4. Formidling af projektresultater.

Projektet baserer sig på erfaringer fra tidligere informationskampagner på AMU-området, hvor det blev påpeget, at det kan være vanskeligt at nå nye målgrupper via traditionelle, papirbaserede medier. De traditionelle kampagnetiltag synes primært at nå målgruppesegmenter, som allerede kender til og er positive overfor AMU. De vurderer derfor, at der er behov for at udvikle og afprøve nye informations- og markedsføringsmetoder.

De udviklede markedsføringstiltag skal være karakteriserede ved følgende:

- Baseret på et afklaret grundlag ift. bl.a. målgruppeproblematik og kommunikationsstrategi.
- Mulighed for såvel generelle markedsføringstiltag som specifik information om konkrete uddannelsesmuligheder.
- Mulighed for en differentiering mellem forskellige målgruppers informationsbehov som f.eks. potentielle deltagere og beslutningstagere på arbejdspladsniveau.
- Synlige andre steder end skolesidens traditionelle infokanaler som f.eks. i branchenetværk, hos private virksomheder og blandt leverandører.
- Muliggør formidling af ”den gode historie”, hvor der fokuseres på den unikke kvalitet ved AMU