

Marknadsföring

Alumniföreningen
vid Teknologkåren i Lund

Introduktion

Marknadsföring har tre grundläggande frågor: *Vad* ska vi marknadsföra, till *vem* ska vi göra det, och *hur* gör vi det.

Vi har en bra uppfattning om *vem* - det är unga alumner och gamla studenter på LTH, ungefär i åldrarna 22 - 30 år. Vi har däremot inga bra svar på *vad* och *hur*.

Tre förslag till svar på *vad* ges i det här diskussionunderlaget, nämligen aktiviteter, och de fem viktigaste svaren till *hur* presenteras.

Det är viktigt att aktiviteter är både attraktiva och lite exklusiva, och att någon sorts aktivitet upprepas ofta så att den kan användas som anledning att gå ut med information och marknadsföring. Samtidigt får det inte innebära för mycket jobb - föreningen har pengar, men inte oändligt med tid och energi.

Förslag

- Aktiviteter
 - Afterwork
 - Alumnimiddagar
 - För unga alumner
- Rekrytering
 - Personliga kontakter
 - Facebook
 - Engångsmassmail
 - Nya alumner
 - Arkad
- Sammanfattning

Aktiviteter: Afterwork

- Kräver närapå ingen insats från föreningen, mer än att en representant befinner sig på platsen och välkomnar alumner
- Platsen är viktig
 - Varannan vecka: onsdag, Lund
 - Varannan vecka: fredag, Malmö
 - Välj ut en pub i varje stad, som inte har för hög ljudnivå - då är det svårt att prata med varandra - och som är trevlig
- Promota varje AW extra mot en specifik sektion
 - Första AW mot F, andra mot E, tredje mot M, etc.
 - Skicka ut info genom den sektionens alumninätverk / mailinglistor
- Möjligen: Alumniföreningen betalar första ölen el. dyl.

Aktiviteter: Alumnimiddag

- Gratis middag för alumner och studenter
 - Möjligen nominell kostnad, eller bindande anmälan och avgift om man inte dyker upp, för att säkerställa närvaro
- Lagd på en veckodag när vi inte har AW
 - Mingel i Fakultetsklubben runt 17:30
 - Middag börjar vid 18:30 och fortsätter till senast 22:00
- Plats för cirka 15 alumner och ungefär 30 studenter
 - Kontaktyta mellan alumner och studenter
 - Viss spridning av studenter över program för att passa besökande alumner någotsånär
- Tillställningen kan köpas in från lämpligt sex
 - Budget storleksordningsmässigt 5000 kronor (~100 kronor per person)

Aktiviteter: För unga alumner

- Astronomi
 - Observatoriet Lund
 - Planetariet København
 - Barsebäcksverket
 - Juridikafton

 - Segwaykörning
 - Forsränning
 - Vattenskidor
 - Vattenscooter
 - Windsurfing
- Företagsbesök
 - Polykemi, Ystad
 - Spendrups, København
 - (med många flera)

 - Mat och dryck
 - Champagne, sabrering
 - Choklad
 - Kaffe
 - Konjak
 - Ost
 - Portvin
 - Vin
 - Whiskey

Rekrytering: Personliga kontakter

- Var och en av oss i styrelsen letar fram fem bekanta som blir kontaktpersoner
- Kontaktpersonerna får lämpliga fördelar framför andra medlemmar
 - Tackfest
 - Förtur till evenemang
- Kontaktpersonernas uppgift är att prata med tio vänner var, och värva dem till föreningen
- Går det här bra, kan vi sedan utöka till fler kontaktpersoner

Rekrytering: Facebook

- Facebook är en mycket stark marknadsföringskanal
- Vi vill att alumner och studenter ska hitta oss här, och berätta om oss för sina vänner
 - Nätverket med personliga kontakter behöver byggas upp först, så att de kan agera ambassadörer
- Information på Facebook måste spridas ofta och i små bitar
 - LTHs ombyggnad är ett bra exempel på någonting vi kan sprida på Facebook för att få uppmärksamhet
 - Varje vecka måste vi berätta om den AW vi kör
 - Varje AW bör ha en egen anmälningssida på Facebook, så man lätt kan se hur många som är intresserade
 - Det är viktigt att lägga upp bilder och filmer på Facebook - det får mer uppmärksamhet än text

Rekrytering: Engångsmassmail

- Alumner och studenter vet inte om att vi finns
- Vi gör ett engångsutskick till alla personer vi kan få emailadresser till, och som började efter 2000
 - Vi skickar även till skolmailen, om vi inte har någon bättre adress
- Det är viktigt att vi kan motivera varför folk ska gå med i föreningen - rent praktiska fördelar

Rekrytering: Nya alumner

- Gratis medlemskap första året
- Få ut lista över examinerade människor från LTH varje examenshögtid
 - Personnummer, adress etc.
 - Skicka inbjudan och information
- Prata kort på examenshögtiden, om möjligt

Rekrytering: Arkad

- Arkad handlar om jobb och kontakter med arbetande
- Alumniföreningen passar perfekt in i detta
- Vi kan vända oss till både alumner och studenter

- Vi borde ha ett bås på Arkad
 - Bemannat med ett fåtal alumner från olika program
 - Enkelt att skriva upp sig som medlem
 - Gratis för studenter och förstaårsalumner
 - Lista över events under året + bilder
 - Lista över kommande events

Sammanfattning

- Det finns flera bra kanaler vi kan använda för att värva nya medlemmar, och vi har stor potential för att växa.
- För att växa krävs det att vi gör saker som är av genuint intresse för potentiella medlemmar, och att vi gör det kontinuerligt, så att vi på ett naturligt sätt kan skicka ut information och marknadsföra oss ofta.
- Vi kan inte börja med marknadsföring utan att också ha bra aktiviteter; och bra aktiviteter kräver marknadsföring. Marknadsföring och aktiviteter måste gå hand i hand.