

GYMNASIEBAROMETERN 2017

Statistikrapport för året 2016

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

02	Förord Erik Appelberg har ordet	19	Medlemmar 2016 Statistik över våra nya medlemmar
03	Gymnasium.se Vilka är vi?	20	Gymnasiesärskola.se Hur har året gått för hemsidan?
05	Nyheter och framtiden Vad har vi gjort, och vad ska vi göra?	21	Gymnasierapporterna Läs våra viktigaste upptäckter
07	Överblick 2016 Hur har det gått under 2016?	23	Recensioner Därför är recensioner viktiga för er!
08	Besökare Historiskt & 2016	25	Studie- och yrkesvägledning Vilka frågor får vi in under hela året?
09	Trafik & trafikällor Hur kommer våra besökare till sidan?	29	Yrkesguiden Nysatsning & topplistor
11	Målgruppen Fördelning över län och städer	31	Sociala medier Tips och tricks för er digitala närvaro
13	Topplistor Populära program, inriktningar och sökord	33	Digitala trender för 2017 Bli redo för framtiden
15	Intresseanmälningar Få tips om hur du följer upp dem		

Layout: Albin Alldén

Text & statistik: Erik Appelberg, Albin Alldén, Christine Jansson, Susanna Cassmer, David Ågren och Vendela Dahlén

**Kontaktinformation:**

+46 (0)8 509 106 30
info@gymnasium.se

Hej!

Nu när 2016 års kalender ligger i papperskorgen och en ny, fräsch kalender för 2017 hänger på väggen är det säkert många av er som blickar framåt mot ett nytt spännande år. Det gör även vi på Gymnasium.se, men innan vi lägger allt fokus på året som ligger framför oss tänkte jag att det kunde vara intressant att blicka tillbaka på det gångna året.

Årets Gymnasiebarometer är som vanligt fullproppad med statistik och trender. Vilka program och inriktningar har varit mest eftersökta? Hur stor andel av eleverna får ingen återkoppling när de kontaktar en skola? I Gymnasiebarometern redovisar vi nyheter, planer för framtiden, tips om hur du ska jobba med sociala medier och annat matnyttigt.

Under hösten och vintern har vi bland annat genomfört två undersökningar i en ny serie som vi valt att kalla för "Gymnasierapporten". Tanken är att dessa undersökningar ska belysa ämnen som ska ge er som är verksamma inom gymnasieskolan större insyn i målgruppens tankar och funderingar kring gymnasierelaterade frågor. I Gymnasiebarometern har vi plockat russin ur kakan och presenterar några intressanta fynd för er.

Med det önskar vi på Gymnasium.se er alla ett framgångsrikt utbildningsår och hoppas att Gymnasiebarometern kan fungera som en källa till såväl information som inspiration för er.

Erik Appelberg, Kommunikationschef

Erik Appelberg



VI PÅ GYMNASIUM.SE

På Gymnasium.se är vi just nu åtta personer som arbetar med att hjälpa ungdomar hitta rätt gymnasieutbildning genom vår hemsida. Vilket program hade vi valt om vi fick välja gymnasium idag?



ERIK APPELBERG
KOMMUNIKATIONSCHEF

erik.appelberg@gymnasium.se

Estetiska programmet
- **Estetik & media**

En kombination av högskolebehörighet och ämnen som är högaktuella

Handels- och administrationsprogrammet
- **Handel & service**

Med facit i hand hade det hjälpt mig tidigt i karriären i mitt yrkesval och jag hade gärna även studerat utomlands ett år

EMMA SANDBERG
FÖRSÄLJNINGSCHEF

emma.sandberg@gymnasium.se



WILLIAM MOHAMMADI
KEY ACCOUNT MANAGER

william.mohammadi@gymnasium.se

Naturvetenskapsprogrammet
- **Naturvetenskap**

För att plugga vidare till läkare, det är ett yrke som det alltid är brist på

Handels- och administrationsprogrammet
- **Administrativ service**

Jag hade lärt mig många saker om mitt nuvarande yrke som det istället tog flera års erfarenhet att lära mig

PETER MARKSTRÖM
SENIOR ACCOUNT MANAGER

peter.markstrom@gymnasium.se



SUSANNA CASSMER
KOMMUNIKATÖR

susanna.cassmer@gymnasium.se

International Baccalaureate

För att kunna fördjupa mig i engelska, ha en internationell skolmiljö och vara förberedd för universitetsstudier, både i Sverige och utomlands

Naturbruksprogrammet
- **Djur**

Tänk att få lära sig om och omge sig med gulliga djur under hela sin gymnasietid!

CHRISTINE JANSSON
KOMMUNIKATÖR

christine.jansson@gymnasium.se



MADELEINE HANSEN
KOMMUNIKATÖR

madeleine.hansen@gymnasium.se

Estetiska programmet
- **Estetik & media**

För möjligheten att jobba digitalt och estetiskt, samtidigt som jag får en högskolebehörighet

Restaurang- och livsmedelsprogrammet
- **Bageri & konditori**

För att jag älskar kakor, tårter, bullar och andra sötsaker. Jag är dock morgontrött så det kanske skulle ha varit jobbigt, men värt ändå!

ALBIN ALLDÉN
KOMMUNIKATÖR

albin.allden@gymnasium.se



VARFÖR GYMNASIUM.SE?

Gymnasium.se har växt sig större för varje år sedan starten, något vi såklart är oerhört stolta över. Under Gymnasium.se:s första hela verksamma kalenderår, år 2007, hade vi i snitt 28 000 besök i månaden. Nu, nära på ett decennium senare, kan vi konstatera att vi under det gångna året haft över 167 000 besök i snitt varje månad.

När vi ska förklara Gymnasium.se och varför vår tjänst är så bra finns det liksom inget bättre att börja prata om än just trafiken. För är det något vi gör, och alltid har gjort bra - så är det att få relevanta besökare att hitta till oss (läs er).

Vi måste prata om sökmotoroptimering

Styrkan med Gymnasium.se är inte bara att våra besökare hittar till oss, utan också *hur* de hittar till oss. Vi arbetar med sökordsoptimering, och har så gjort sedan starten för tio år sedan. Tio år kan låta som en lång tid, men än idag är sökmotoroptimering - eller SEO som det förkortas på engelska, ett relativt utforskat eller okänt begrepp för många.

Sökmotoroptimering innebär enkelt förklarat att vi arbetar för att optimera innehållet på Gymnasium.se så att det ska vara så relevant som möjligt för våra besökare. Detta samtidigt som vi håller oss till det halvluddiga ramverk och de gåtfulla tips som Google ibland delar med sig av. Det fantastiska med sökmotoroptimering är att den är rättvis och ärlig, den gynnar inte den med mest pengar, eller den som är störst, bäst och vackrast. Den gynnar den som är mest relevant.

“2016 besöktes vi över 2 miljoner gånger”

Så, när besökare hittar till Gymnasium.se gör de alltså det för att de letar efter något som rör gymnasieskolan. Ingen hittar in till Gymnasium.se i tron om att läsa om senaste kändis-skvallret, hur man lagar tacos på bästa sätt eller om det är farligt att svälja munsöj, utan för att de



googlat något gymnasierelaterat (hög relevans!). Det är då vi dyker upp som ett alternativ för eleven, när de letar efter något som vi kan hjälpa dem med. Det handlar framförallt om presumtiva gymnasieelever som letar efter gymnasium, som vill lära sig mer om olika gymnasieprogram eller som kanske vill ha allmän information om gymnasieskolan.

Så, varför ska ni använda er av oss?

En ledande fråga, förlåt! Men svaret är enkelt: För att de som hittar till Gymnasium.se aktivt letar efter information som ni som gymnasieskola vill nå ut med! Programutbud, öppet hus-tider, behörighetskrav, antagningspoäng - you name it. Men eftersom många elever inte vet specifikt vad de letar efter fyller vi det tomrummet genom att samla allt på en och samma plats. På den här platsen finns ni som kunder med som ett alternativ för de elever som är intresserade och nyfikna av att se vilket utbud som finns i deras område, vilken antagningspoäng som krävs för en viss utbildning eller när just er skola har öppet hus.

2016 besöktes vi över 2 miljoner gånger. 2017 siktar vi på att nå ut till och hjälpa ännu fler presumtiva elever hitta rätt skola och utbildning. Kanske är det just er som de hittar?

NYHETER FRÅN ÅRET

Vad har hänt på Gymnasium.se under det gångna året, och vad kommer att hända under det kommande året? Här presenterar vi 2016 års stora händelser och berättar vad vi arbetar med just nu!

Lansering av Yrkesguiden

Många blivande gymnasieelever funderar kring vad som händer efter gymnasiet. Vilket program ska de läsa för att få sitt drömjobb? Yrkesguiden är en nylansering som ska ge svar på dessa frågor, och hjälpa eleverna i rätt riktning. Läs mer om Yrkesguiden på sida 29.

Satsning på SYV

Gymnasium.se hade under 2016 över 2 miljoner besök. Många som besöker oss letar inte bara efter gymnasieutbildning, utan har också frågor som rör gymnasieskolan, valet, behörigheter med mera. För att ge dem bästa möjliga service har vi en studie- och yrkesvägledare som arbetar åt oss och besvarar frågor från våra besökare och chattar med elever.

Google visar recensioner i sökresultatet

Google har utökat sin exponering av recensioner i deras sökresultat. Numera visas recensioner från Gymnasium.se inte bara i sökträffarna, utan också i en översiktsruta för skolan, till höger om sökresultaten.

Recensera mera!

Något vi predikat en hel del om på sistone är recensioner. De ger er ökad synlighet på såväl Gymnasium.se som på Google, och ökad transparens är något som blivande gymnasieelever efterfrågar. Under året skrevs det nästan 1200 elevrecensioner på Gymnasium.se. Under 2017 tror vi på ännu fler!

Frågvisa elever

Det senaste året har vi satsat mycket på att göra det enklare för våra besökare att ställa frågor till vår SYV. Behovet finns verkligen där, och det syns inte minst på antalet frågor som kommer in till vår studie- och yrkesvägledare. Från cirka 250 st 2015 till över 760 inskickade frågor under 2016.

Allastudier.se

I maj månad förvärvade Gymnasium.se tillsammans med vår systersida Studentum.se en av våra konkurrenter, Allastudier.se. Förvärvet innebär att gymnasiedelen på Allastudier.se under 2017 kommer att flyttas till Gymnasium.se, och driva ännu mer relevant trafik till oss.

Rekord i rekord!

Besöksrekord för en enskild månad, besöksrekord för ett kalenderår, rekord i antalet intresseanmälningar under en och samma månad, rekord i antal intresseanmälningar totalt under ett år. Ja, 2017 var sannerligen ett år fyllt av rekord. Kul för oss, bra för er - så ser vi på saken. Vi berättar mer om detta här i Gymnasiebarometern.



VAD ÄR PÅ GÅNG?

Ny grafisk profil och design

Omväxling förnöjer brukar man ju säga, och som designen och logotypen i den här Gymnasiebarometern avslöjar så har Gymnasium.se helt enkelt lämnat sin gamla grafiska profil och hoppat in i en ny, modernare och bekvämare kostym som vi tycker passar oss alldeles utmärkt. Vi hoppas ni håller med oss!

Relevanssök

Under 2017 tar vår söktjänst ett rejält kliv framåt då vi lanserar ett sök som ska öka relevansen bland våra användares sökningar. Bättre och mer relevanta sökningar ger mer nöjda användare och skolor - vilket är precis vad vi vill.

Yrkesguiden - Super sized

Under 2017 kommer vi att fortsätta producera massor av yrkestexter, dessutom kommer vi att skapa en omvänd variant av yrkesguiden som kan svara på frågor som: Vilka dörrar öppnar olika program till yrkesvärlden?

Yrkesprogram.se och Riksintag is no more

Under våren 2017 stänger vi ner våra två systemsidor Yrkesprogram.se och Riksintag.se och lägger allt vårt fokus på våra två domäner: Gymnasium.se och Gymnasiesärskola.se.

ÖVERBLICK 2016

167 405

besök i snitt per
månad

2.47

minuter i snitt
stannar varje
besökare

1 289 801

unika besökare
totalt

463 988

sidvisningar i snitt
per månad

2,77

sidor i snitt läser
varje besökare

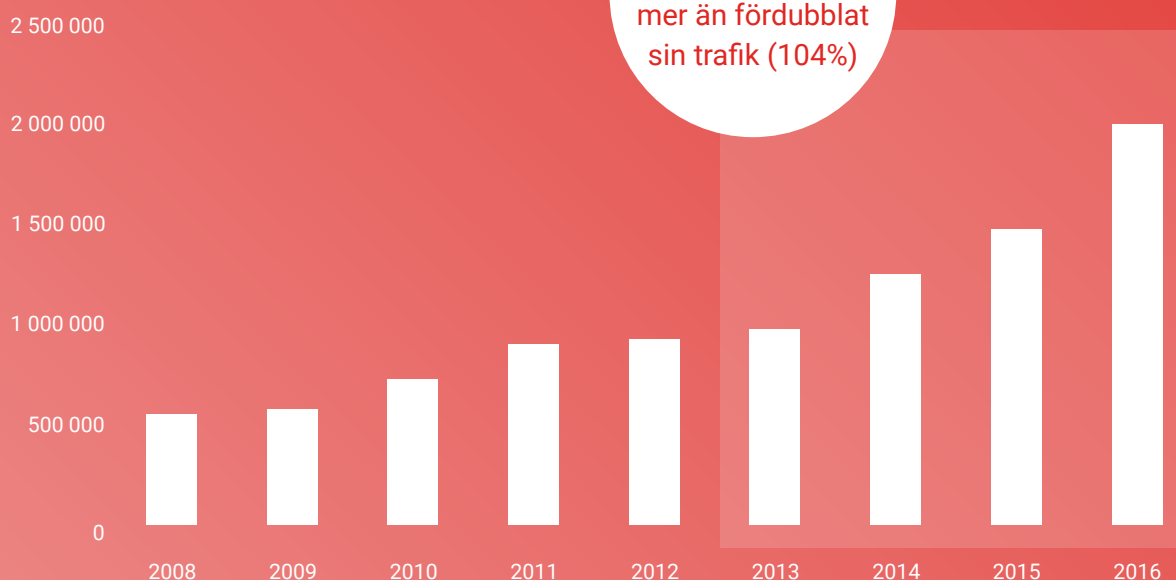
2 008 855
besök under
2016

BESÖKARE

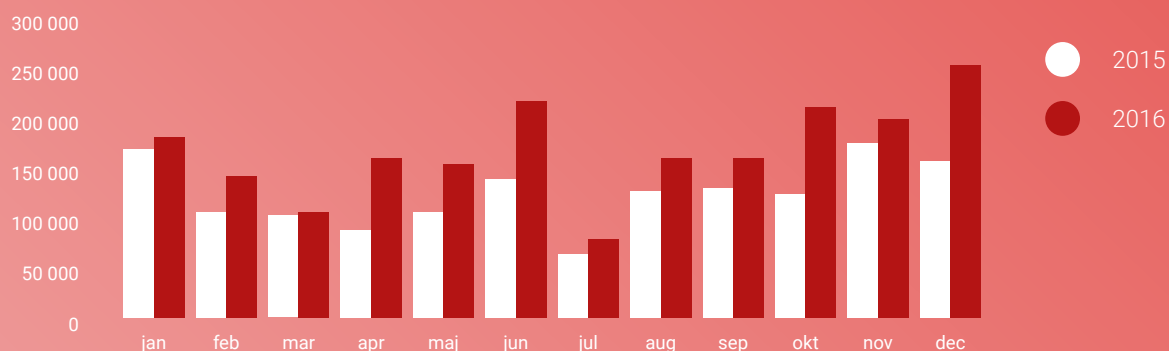
HISTORISKT & 2016

2016 var ett fantastiskt år för Gymnasium.se, där över 2 000 000 besök registrerades under året. Totalt ökade trafiken med hela 36% jämfört med 2015, vilket är den största procentuella ökningen sedan Gymnasium.se:s första verksamhetsår.

Besökare 2008 - 2016



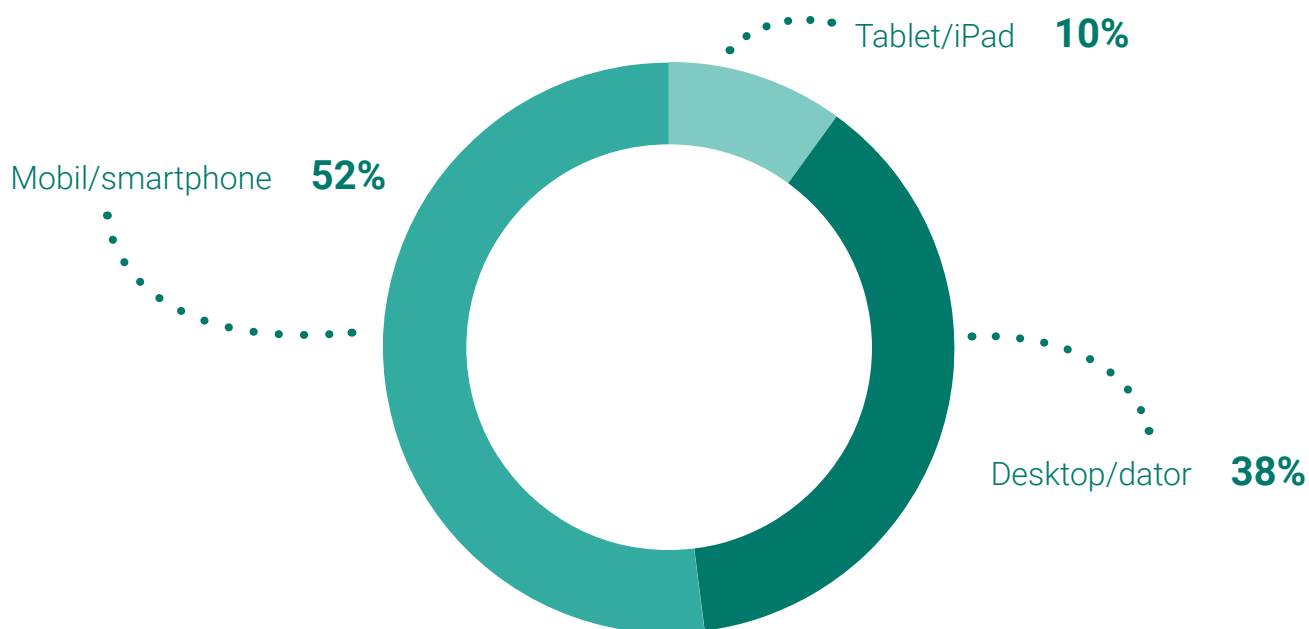
Besökare 2015 & 2016



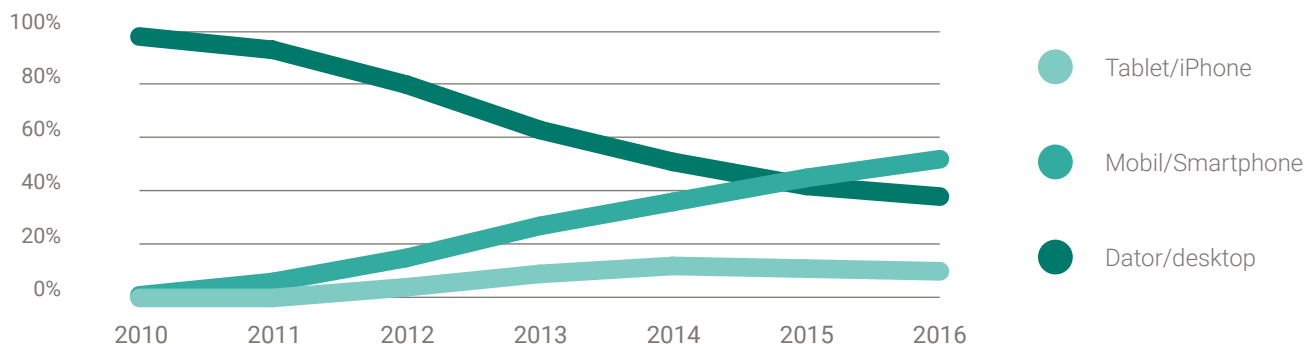
TRAFIKKÄLLOR UNDER ÅRET

Andelen användare som kommer till Gymnasium.se via mobil och surfplatta ökar för varje år och under 2016 kom över 60% av trafiken från en mobil enhet. Diagrammen nedan visar fördelningen under året och utvecklingen över tid.

Fördelning av trafikällor under 2016

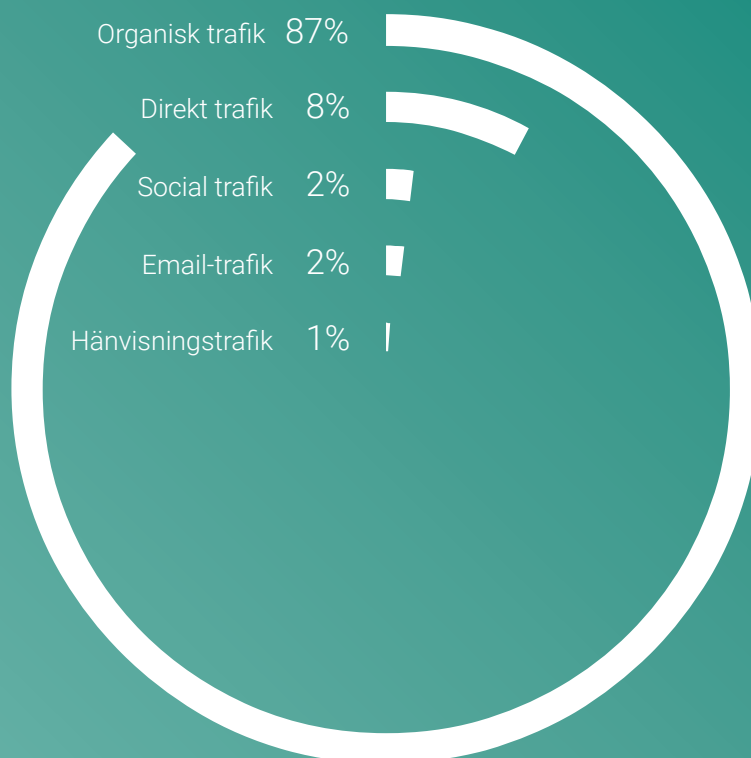


Användande av dator och mobila enheter 2010-2016



FÖRDELNING AV TRAFIK

Hur hittar våra besökare till Gymnasium.se? Här nedan går vi igenom hur stor del av vår trafik som kommer från Google, hur många som hittar till oss via sociala medier etc. Vi förklarar även vad de olika trafiktyperna egentligen betyder.



Organisk trafik

Besök som kommer direkt från en sökmotor, exempelvis Google. Den här trafiken är inte köpt, utan bygger på trafik som drivs in via sidor som rankar högt i sökmotorns ögon. Ju bättre du är på att ranka för konkurrenskraftiga sökord, ju mer organisk trafik får du.

Direkt trafik

Enkelt förklarat är direkt trafik den trafik där en besökare kommer till din hemsida genom att skriva in din adress direkt i webbläsaren, eller via ett bokmärke.

Social trafik

Social trafik kommer från olika sociala mediekanaler som exempelvis Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat etc. Du behöver skapa en god social media-närvaro för att kunna generera trafik genom dessa kanaler.

Email-trafik

Trafik som genereras via mailutskick (ex. nyhetsbrev) kallas för email-trafik.

Hänvisningstrafik

Hänvisningstrafik betyder att besökaren klickat på en länk på en annan hemsida och sedan hamnat på Gymnasium.se.

FÖRDELNING

MÅLGRUPP OCH BESÖKARE

Varifrån kommer våra besökare? Hur speglar det hur målgruppen är fördelad runtom i landet? Nedan redovisas statistik för hur stor målgruppen är* samt hur de drygt 2 miljoner besök Gymnasium.se haft under året fördelat sig rent geografiskt.

Region	Besök	I procent	Födda år 2002	I procent
Stockholms län	802 512	41,2%	24 084	25,1%
Västra Götalands län	322 084	16,5%	16 109	16,8%
Skåne län	244 174	12,5%	12 091	12,6%
Östergötlands län	59 292	3,0%	4 204	4,4%
Uppsala län	52 284	2,7%	3 513	3,5%
Hallands län	41 136	2,1%	3 322	3,1%
Jönköpings län	40 064	2,1%	3 006	3,7%
Södermanlands län	38 508	2,0%	2 710	2,7%
Västmanlands län	38 211	2,0%	2 597	2,6%
Örebro län	37 674	1,9%	2 511	2,8%
Värmlands län	35 006	1,8%	2 505	2,5%
Västerbottens län	32 574	1,7%	2 500	2,6%
Gävleborgs län	32 242	1,7%	2 488	2,6%
Dalarnas län	32 216	1,7%	2 403	2,6%
Västernorrlands län	30 379	1,6%	2 350	2,5%
Norrbottnens län	27 886	1,4%	2 309	2,4%
Kronobergs län	23 727	1,2%	2 100	1,9%
Kalmar län	23 604	1,2%	1 782	2,2%
Blekinge län	15 054	0,8%	1 494	1,6%
Jämtlands län	13 800	0,7%	1 190	1,2%
Gotlands län	5 366	0,3%	547	0,6%
	1 948 886		95 815	

* Siffran visar endast levande födda i Sverige, och räknar alltså inte med utlandsfödda som sökt till gymnasieskolan. Till läsåret 2016/17 var den siffran 21 322 för att ha en uppskattning.

HUR OFTA BESÖKER MÅLGRUPPEN OSS?

Hur ofta besöker blivande gymnasieelever Gymnasium.se just i ditt län? Vi har jämfört våra besökssiffror och hur de fördelas över landet mot hur stor målgruppen är i olika län. Här nedan kan du därför se hur många gånger snitteleven besöker Gymnasium.se under året*.



POPULÄRA PROGRAM

OCH INRIKTNINGAR 2016

Vilka program och inriktningar lockar störst intresse hos målgruppen? Under 2016 hade våra söksidor för program och inriktningar över 1 470 000 sidvisningar. Här nedan listar vi samtliga gymnasieprogram i fallande ordning, och även de 20 populäraste inriktningarna på Gymnasium.se under året.

Program	Andel	
Naturvetenskapsprogrammet	13,1%	▲
Samhällsvetenskapsprogrammet	10,9%	—
Teknikprogrammet	9,5%	▲
Ekonomiprogrammet	9,0%	▼
Estetiska programmet	7,2%	—
Fordons- och transportprogrammet	4,7%	▲
Vård- och omsorgsprogrammet	4,6%	▲
Handels- och administrationsprogrammet	4,3%	▲
El- och energiprogrammet	4,2%	▼
Bygg- och anläggningsprogrammet	4,0%	▲
Barn- och fritidsprogrammet	3,8%	—
Restaurang- och livsmedelsprogrammet	3,6%	▲
International Baccalaureate	3,6%	▲
Hotell- och turismprogrammet	3,5%	▲
Introduktionsprogrammet	3,2%	▲
Naturbruksprogrammet	2,9%	▼
Humanistiska programmet	2,7%	—
Hantverksprogrammet	2,5%	▼
VVS- och fastighetsprogrammet	1,5%	—
Industri tekniska programmet	1,1%	—

Inriktning	Andel	
Naturvetenskap	7,4%	—
Juridik	6,3%	▲
Stylist	6,1%	NY
Ekonomi	6,1%	▼
Beteendevetenskap	5,6%	▼
Estetik & media	4,8%	▲
Djur	4,4%	▲
Frisör	4,3%	▲
Musik	3,8%	▲
Samhällsvetenskap	2,7%	▼
Bageri & konditori	2,5%	NY
Idrott & sport	2,4%	▼
Teater	2,4%	NY
Dans	2,2%	NY
Dator- & kommunikationsteknik	2,2%	▼
Naturvetenskap & samhälle	2,2%	▼
Medier, information & kommunikation	2,0%	—
Läringsutbildning	2,0%	▼
Textil design	2,0%	NY
Bild & formgivning	1,9%	▼

- ▲ Bättre placering än förra året
- ▼ Sämre placering än förra året
- Samma placering som förra året



POPULÄRASTE SÖKORDEN UNDER 2016

Utöver möjlighet att filtrera sin sökning efter gymnasieprogram, inriktning eller ort har besökare på Gymnasium.se möjlighet att fritextsöka. Vilka fritextsökningar var de populäraste under året som gått? Här nedan redovisar vi en lista över de 20 populäraste sökningarna från 2016. (siffrorna i parentes visar sökordens placering från föregående år)

Sökord	Placering föregående år
1. Internat	(2)
2. Fotbollsgymnasium	(1)
3. Spelutveckling	(4)
4. Arkitekt	(6)
5. Polis	(14)
6. Ishockey	(3)
7. Basket	(NY)
8. Internatskola	(7)
9. Hockeygymnasium	(NY)
10. Meritvärde	(11)

Sökord	Placering föregående år
11. Antagningspoäng	(NY)
12. Natur estet	(12)
13. Inredning	(NY)
14. Öppet hus	(20)
15. Meritpoäng	(NY)
16. Fotboll	(16)
17. Handboll	(NY)
18. Japanska	(14)
19. Psykolog	(NY)
20. Distans	(NY)



INTRESSEANMÄLNINGAR

En intresseanmälan är en möjlighet för gymnasieväljare att komma i kontakt med skolor som de är intresserade av för att få mer information inför valet. Samtidigt är en intresseanmälan en värdefull tillgång för skolor i sitt relationsbyggande med den potentiella eleven. Under 2016 kom det in över 13 000 intresseanmälningar på Gymnasium.se.

Intresseanmälningar kommer in under hela året till Gymnasium.se, men elever tenderar av förklarliga skäl att vara mer benägna att lämna sina kontaktuppgifter under hösten samt under själva valperioden. Det faktum att intresseanmälningar trillar in under årets alla tolv månader pekar tydligt på att elever har gymnasievalet i sina tankar under hela året och att det inte enbart är de sista månaderna innan gymnasievalet drar igång som är viktiga.

Noterbart är också att det i en av våra undersökningar som genomfördes under vintern visade sig att mer än varannan elev börjar leta efter information om gymnasievalet redan i åk 7 och 8, något ni kan läsa mer om i avsnittet om Gymnasierapporterna.

Intresseanmälningar 2016



35%

så mycket ökade antalet intresseanmälningar under 2016 jämfört med 2015

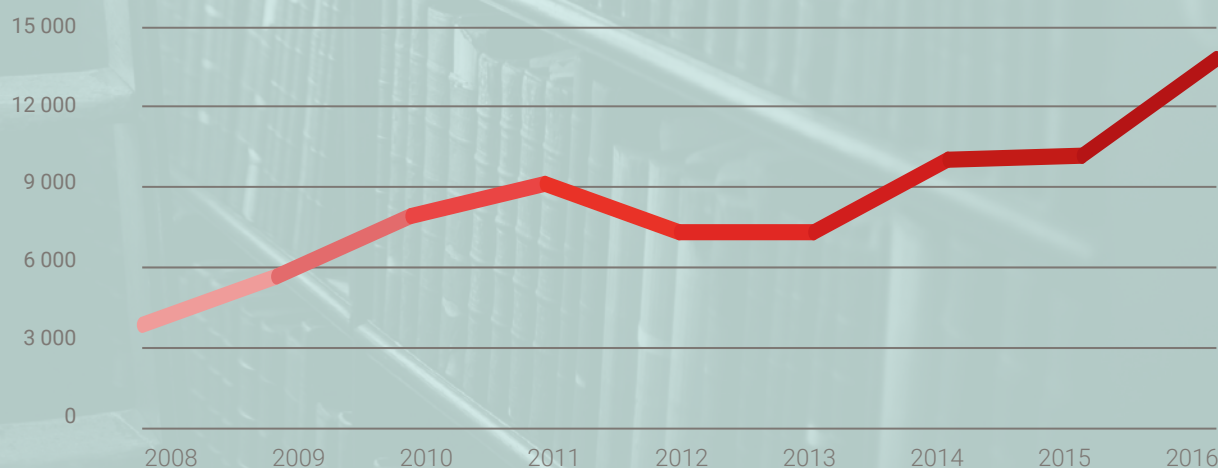
1.8

intresseanmälningar i genomsnitt per besökare

13 812

totala antalet intresseanmälningar under 2016

Intresseanmälningar 2008-2016



SÅ FÖLJER DU UPP DINA INTRESSEANMÄLNINGAR

Kommer ni ihåg att följa upp de intresseanmälningar som kommer in från Gymnasium.se?

En intresseanmälan är ofta elevens första kontakt med skolan, så det är otroligt viktigt att skapa en positiv relation direkt mellan skolan och eleven. Alla som kontaktar er är potentiella elever i framtiden!

När eleven kontaktat er

Efter att den potentiella eleven har skickat in en intresseanmälan så får ni ett mail till angiven e-postadress så att ni vet om att det finns en elev som väntar på svar från er. Det är sedan upp till er hur ni vill bemöta eleven. I vår senaste undersökning framkom det att mer än varannan elev föredrar att bli kontaktad av skolan via e-mail, och att skolan då frågar eleven om vad hen vill ha hjälp med. Väldigt få svarar att de vill bli kontaktade via telefon eller att få en katalog hemskickad. Men det viktigaste är fortfarande att eleverna faktiskt vill och blir kontaktade.

Nästan var tredje elev får inget svar

Två veckor efter att en intresseanmälan har skickats till er från Gymnasium.se får eleven en undersökningsenkät på sin mail där de får svara på hur de upplever att de har blivit bemötta. Tyvärr svarar

29%

av eleverna får inget svar
på deras intresse-
anmälningar

nästan var tredje elev att de inte hört något från skolan, vilket drabbar såväl skolan som eleven. Intresseanmälningar är ett direkt sätt för eleverna att ta kontakt med de skolor de är intresserade av, och de skickar intresseanmälningarna för att de vill få mer information från skolorna.

Konsekvenserna av att inte besvara intresseanmälningar kan vara att eleverna får en negativ bild av skolan och att de känner sig missnöjda och förbisedda. Intresseanmälningar är ett verktyg som ger skolan möjligheten att på ett enkelt sätt ge ett bra första intryck hos eleverna.

Intresseanmälningar ger resultat

Nästan var fjärde elev som har skickat en intresseanmälan till en skola via Gymnasium.se anger att hen ska ansöka/har ansökt till det program som de valt att fråga om. Väldigt få svarar att de inte är intresserade av programmet (9 %) och mer än var tredje svarar att de fortfarande inte har bestämt sig om de ska välja programmet eller ej. Av de som gjorde en intresseanmälan under 2016 svarade ungefär var fjärde elev på utvärderingen.

Forma ert kontaktformulär efter behov!

Kontaktformuläret som eleverna fyller i på Gymnasium.se för att skicka intresseanmälningar till er, kan utformas på flera olika sätt. Beroende på era önskemål kan formuläret innehålla flera fält att fylla i, som namn, adress och ålder. Vad som är viktigt att tänka på gällande kontaktformuläret är hur ni själva vill ta kontakt med eleven. Vill ni enbart svara genom e-mail är det bara nödvändigt att begära e-mailadress, namn, ort och ev. meddelande från eleven.

Ju mindre eleven behöver fylla i desto större chans är det att eleven väljer att skicka iväg sin intresseanmälan. Varje intresseanmälan ni får in från eleverna är viktig, då det skapar nya möjligheter för er att bemöta och informera på ett personligt vis. Se till att skräddarsy kontaktformuläret efter just era preferenser så att det är så smidigt och enkelt som

HUR FÖLJER DU UPP EN INTRESSEANMÄLAN?

1

Rätt person och mailadress

Första steget är också det viktigaste – nämligen att ni har rätt mailadress som tar emot intresseanmälningarna. Det är nämligen den här personen som får mailnotiser om att en elev är intresserad. Glöm inte bort att byta om en ny person tar över ansvaret! Ni kan dessutom ha specifika mailadresser som mottagare för specifika utbildningar.

2

Återkoppla till eleven

När ni fått en intresseanmälan är det hos er bollen ligger. Då kan det vara bra att ha en klar strategi över hur er återkoppling ska gå till. Över hälften av eleverna anger att de vill få ett personligt mail där skolan frågar dem om vad de behöver hjälp med. Var fjärde elev anger att det inte spelar någon roll hur de blir kontaktade, bara att skolan hör av sig. Under 2016 blev nästan var tredje elev utan återkoppling, och därmed en missad möjlighet för skolan i fråga.

3

Autosvar

Autosvar är en inställning som automatiskt skickar ut ett mail till den elev som gjort en intresseanmälan. Därmed kan autosvaret vara den första kontakten som eleven har med skolan. I autosvaret kan det vara en god idé att bifoga information om olika utbildningar och program på er skola. Ni kan snabbt skapa ett positivt intryck hos eleven för att sedan skapa vidare kontakt. Autosvar lägger ni till via Gymnasium.se:s kundlogin.

4

Kundlogin

Via ert kundlogin kommer ni åt alla inkomna intresseanmälningar, hittar fullständiga kontaktuppgifter till intresserade elever och kan dessutom se om några av eleverna svarat på uppföljningsmailet vi har skickat ut. På så vis kan ni utvärdera er egen återkoppling.

KONTAKT-FORMULÄRET

Är ni osäkra på vad ert kontaktformulär ska innehålla, vad som är bra att ha kvar och vad ni bör tänka på? Nedanför redogör vi kring de vanligaste och viktigaste fälten som kontaktformuläret kan innehålla.

E-mailadress

Det enda obligatoriska fältet, då det behövs för att ni ska kunna kontakta eleverna.

Förnamn/efternamn

Så ni vet vem som skickar intresseanmälan, och består av två fält: Förnamn och efternamn, så att ni inte bara får hälften av namnet.

Ort

Bra information för er om ni vill veta mer om vilka som är intresserade av er skola och om det är många från andra delar av landet.

Mobilnummer

Bra om ni vill kontakta eleven direkt via telefon. Kan även användas om ni vill SMS:a ut tider för till exempel Öppet hus.

Startår

Så ni vet när eleven kommer börja på gymnasiet, och är mer relevant att veta än ålder.

Meddelande

Eleven får skriva fritt om vad de vill veta. Väldigt användbart då det möjliggör att ni vet direkt vad ni ska skriva eller säga till eleven.

Adress

Endast användbart om ni vill skicka ut fysiskt material.

NYA MEDLEMMAR

UNDER 2016

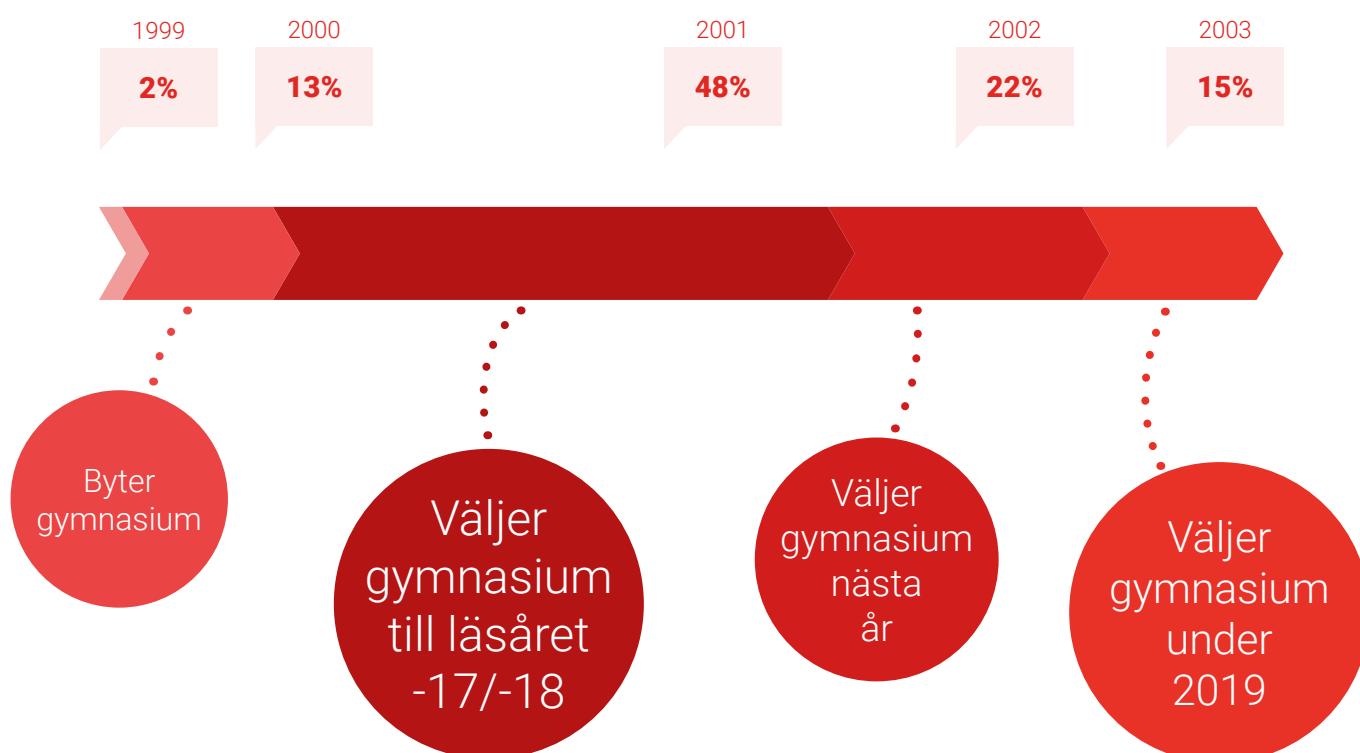
21 329

antalet nya
medlemmar
under 2016

Könsfördelning på nya medlemmar 2016



Åldersfördelning på nya medlemmar 2016



STATISTIK FRÅN

GYMNASIESÄRSKOLA.SE

Behovet har länge funnits där, och under 2015 tog vi tag i saken och lanserade en dedikerad hemsida för gymnasiesärskolor: **Gymnasiesärskola.se**. Så här drygt 18 månader senare kan vi konstatera att vi haft närmare 30 000 besök sedan start, och att behovet sannerligen finns där.

Anpassad för målgruppen

Gymnasiesärskola.se är skapad och anpassad efter målgruppen. Det innebär bland annat att besökare på hemsidan kan få texten uppläst, att texterna är skrivna i kortare och luftigare stycken och att det inte finns något onödigt brus. Men framför allt så är allt innehåll anpassat för de som på ett eller annat sätt vill söka efter eller läsa mer om gymnasiesärskolan i stort eller en specifik gymnasiesärskola.

Egen plattform för målgruppen

Elever i särskolan är en målgrupp som inte tidigare prioriterats och det har varit svårt att hitta information om olika alternativ.

Gymnasiesärskola.se fyller ett behov och ger personer som ska välja särskola en egen plattform som är anpassad efter deras förutsättningar. På Gymnasiesärskola.se får man en överblick över utbudet av skolor och program och kan enkelt komma i kontakt med skolor. Sajten är en samlingsplats med information, forum och söktjänst på samma ställe.

För gymnasiesärskolorna

För gymnasiesärskolor fungerar Gymnasiesärskola.se först och främst som en marknadsföringskanal. För skolor som saknar egen hemsida, eller resurser för att hålla sin egen hemsida uppdaterad, kan vi hjälpa till genom att vi publicerar ert innehåll och håller sidan uppdaterad. På så vis får ni en egen plattform på nätet och ser till att elever enkelt kan hitta information om er skola.

FUB, SPSM
och **gymnasiesärskolor**
har deltagit i arbetet
med att ta fram
Gymnasiesärskola.se

21 853
besök under
2016

77
intresseanmälningar
under 2016

GYMNASIERAPPORTERNA

Under 2016 så startade vi en ny serie med undersökningar, *Gymnasierapporten*, vars syfte är att ta reda på gymnasieväljarnas attityder, frågor och upplevelser av att välja gymnasium och utbildning och hur de går till väga för att få tag på information kring detta. Under hösten genomförde vi två stycken undersökningar, och sammanlagt deltog nästan 3500 ungdomar. I detta kapitel presenterar vi våra viktigaste upptäckter från undersökningarna.

Stort intresse för gymnasiet redan innan årskurs 9

Många ungdomar svarar att de är intresserade av information om gymnasieprogram och utbildningar redan innan årskurs 9, och att de därmed väljer att söka information innan det är aktuellt för dem. Det visar att ungdomarna är ute tidigare än vad många erfar, vilket öppnar upp för frågan:

Hur försöker ni som gymnasieskola rikta er till de som ännu inte ska välja gymnasium?

Jobb och vidareutbildning intressant när eleverna söker gymnasium

När eleverna får ange varför de väljer specifika skolor och utbildningar och vad de tycker är viktigast för deras val så är svaren väldigt tydliga: Vad de får för möjligheter till vidareutbildning och vilka jobb som utbildningen leder till. Även om det finns många andra faktorer som spelar in när eleverna ska välja gymnasium så är det alltid jobb och utbildning som hamnar i topp.

Hur jobbar er skola med att upplysa om möjligheterna efter gymnasiet?

Eleverna går i sina föräldrars fotspår

De elever med minst en förälder som studerat vidare på högskole- och universitetsnivå svarar att även de siktar mot att studera på högskola och universitet, och studerar därmed på högskoleförberedande program. De elever vars föräldrar saknar högre utbildning tenderar att söka sig mot yrkesprogram istället.

Dålig koll på möjligheterna till högskolebehörighet

En tredjedel (!) av eleverna svarar i vår undersökning att de inte visste om möjligheterna till att läsa in

högskolebehörighet på yrkesprogram. Huruvida detta faktum skulle påverka antalet sökande till yrkesprogram kan vi endast spekulera i. Men att framhäva möjligheten till högskolebehörighet inom yrkesprogrammets ramar tydligare kan mycket väl vara ett steg i att öka programmets popularitet.



Statusskillnad mellan olika program

På frågan om hur eleverna ser på olika program i form av statusskillnad så anser nästan 70 % att högskoleförberedande program har högre status än yrkesprogram. De som studerar på högskoleförberedande program anses som smartare och mer ambitiösa, medan de som studerar yrkesprogram anses som lata enligt eleverna.

Alla får inte tid med sin SYV

Mer än var tredje elev uppger att de inte får den hjälp de behöver av sin SYV i deras gymnasieval. De känner att de både får för lite tid med sin SYV och att de inte får tillräckligt med information om skolor och utbildningar. Många svarar också att de tycker att deras SYV är dåligt insatt i skolor och utbildningar. Detta visar på att skolornas SYV:ar inte hinner med alla sina elever, och resulterar troligtvis i att eleverna söker information på egen hand.

Recensioner påverkar och engagerar

Majoriteten av deltagarna i den senaste Gymnasier-apporten svarar att de läser recensioner. De anger att recensioner ger dem en insyn i skolan och är en rak och ärlig bild av skolans verksamhet, direkt från eleverna. Deltagarna anser att elever är bättre på att beskriva hur skolorna är själva med egna ord. Två av tre elever som läser recensioner anger även att de blir påverkade av recensioner.

“Nästan 70% av ungdomarna tycker att det är svårt att välja skola och program inför gymnasiet”

Svårt att välja gymnasium

Nästan 70 % av ungdomarna tycker att det är svårt att välja skola och program inför gymnasiet. De upplever att det är en stor press på dem att välja rätt utbildning samtidigt som de måste tänka på möjligheter efter examen, hur rolig utbildningen är, hur stämningen på skolan är, och om de behöver flytta. Många tar upp att de tycker det är jobbigt att redan nu behöva planera och bestämma vad de vill arbeta med efter sin utbildning, eller om de ska studera vidare.

9 av 10 använder Google för att läsa om gymnasiet

Mer än 90 % av eleverna svarar att de använder Google för att söka efter information om gymnasieutbildningar och skolor. Vilket visar på hur viktigt det är med information på Internet för ungdomar idag.

Vill ni veta mer?

Om ni vill läsa undersökningarna i sin helhet så kan ni göra det på vår hemsida:

Gymnasium.se/om-oss

Vad vill eleverna studera?

Vilken typ program tänker du söka eller studerar du redan idag?



Yrkena som flest söker efter på Gymnasium.se:

1. Läkare
2. Psykolog
3. Polis
4. Advokat
5. Lärare

Elevernas syn på status

Anser du att det är någon statusskillnad mellan att studera på ett yrkesförberedande och högskoleförberedande program?





RECENSIONER

Det blir allt vanligare med recensioner online och speciellt unga personer använder det som ett verktyg i olika val- och köpprocesser. Användarrecensioner har bevisats vara säljdrivna och personer vill i allmänhet läsa recensioner innan de tar beslut.

Två av tre elever påverkas av recensioner

Vår senaste Gymnasierapport, genomförd i december 2016, visar att elever uppskattar att få direktinformation från tidigare elever om hur det är att gå på skolan. Majoriteten av eleverna läser recensioner och de som inte gör det förklarade att det var på grund av tidsbrist och okunskap om var recensionerna ligger. Av de elever som läser recensioner sa även två av tre att de påverkas av recensioner, vilket visar på vilken stor vikt de har i elevernas gymnasieval. Eftersom att alla elever inte har möjlighet att gå på öppet hus och mässor ger recensioner eleverna en möjlighet att skapa en tydligare bild av skolan. Eleverna tycker även

att recensioner väger tyngre än familj och vännerns omdömen när det kommer till gymnasievalet, vilket visar på hur viktigt det är att prioritera recensioner i marknadsföringsarbetet.

Att det både finns negativa och positiva omdömen är en tillitsfaktor för besökarna. Hemsidor som endast har positiva recensioner innehåller antagligen, enligt eleverna, påhittade recensioner eller innehåller censurering. BrightLocals undersökning gällande recensioner online visar att 85% av de tillfrågade läser ungefär tio recensioner innan de är nöjda, vilket visar att även kvantitet spelar in. Därför är det viktigt att få fler elever att skriva recensioner om er skola.

TIPS FÖR RECENSIONER

Tips för att få fler elever att skriva recensioner

- Använd elevambassadörer som i sin tur kan uppmuntra fler elever att skriva recensioner
- Nyttja Gymnasium.se:s recensionverktyg som ni hittar i ert kundlogin. Vi hjälper gärna till och skickar ut inbjudan till elever att recensera skolan, det enda vi behöver är elevernas mailadresser
- Lägg till vår recensionswidget på er egen hemsida som visar en femsiffrig betygsskala baserat på era recensioner på Gymnasium.se, den är även länkad till er recensionssida på Gymnasium.se
- Gör recensionsutskicken till en rutin, exempelvis kan ni varje år göra ett utskick



I vår senaste undersökning (*Gymnasierapporten 2016 - Eleverna och gymnasievalet*) framkom det att över **67%** av deltagarna väljer att läsa recensioner om gymnasieskolor. Nästan **65%** av de som läser recensioner svarade att de blir påverkade av recensioner.

Recensioner är inte bara positivt för eleverna utan även fördelaktigt för skolan då det:

- Ökar skolans synlighet på Gymnasium.se, då fler sökord kopplas ihop till skolan, vilket bidrar till att skolan kommer högt upp bland föreslagna skolor
- När man söker efter skolan på Google syns antalet stjärnor skolan fått, på en femgradig skala, till höger om skolans kontaktuppgifter
- Ger skolan en möjlighet att kartlägga vad eleverna tycker gör skolan unik och se över elevernas mer kritiska synpunkter
- Gör det möjligt för skolan att bemöta kritik, från positiva och negativa recensioner
- Bidrar till skolans trovärdighet och transparens

STUDIEVÄGLEDNING PÅ GYMNASIUM.SE

Vad ska jag plugga på gymnasiet? Hur kommer mitt gymnasieval att påverka min framtida yrkeskarriär och vad händer om jag vill byta program eller skola? Ja, detta är tankar som den blivande gymnasieeleven har. Vi har genom vår SYV-sektion den stora förmånen att ha en direktkontakt med den blivande gymnasieeleven som besöker Gymnasium.se för att få stöd i sitt gymnasieval och svar på sina frågor och funderingar.

Vad som framkommer är att gymnasievalet är det första stora och viktiga beslutet som många av våra besökare står inför, många känner därför en stress och oro inför sitt val. Det är därför värdefullt att vi med vår SYV-sektion har möjlighet att ge våra besökare vägledning och kan tillgodose de med den informationen som de saknar.

Vår studie- och yrkesvägledare jobbar dagligen med att besvara de frågor som inkommer till Gymnasium.se. Ibland är behovet större att få sina frågor besvarade omgående, vi kan därför erbjuda besökaren möjligheten att ställa sin fråga i vår SYV-chatt för en direkt dialog med vår studie – och yrkesvägledare. Vi har hög trafik på vår SYV-sektion året runt, men nära inpå gymnasievalet är behovet av vägledning naturligtvis extra stort. Vi är därför glada över att kunna erbjuda våra besökare en sådan service.

Vår SYV-sektion är inte bara en plattform för den blivande gymnasieeleven att vända sig till för att få vägledning, det ger oss även möjligheten att

lära känna vår målgrupp. Att veta vilken typ av information vår målgrupp efterfrågar skapar goda förutsättningar för oss att anpassa Gymnasium.se utifrån besökarens behov.

Det är ju lika viktigt för er som för oss att att lära känna målgruppen. Vi har därför samlat och sammanställt data om hur den gymnasiesökande eleven tänker under de olika gymnasieförberedande faserna.

Vi fick under det gångna året in mängder med frågor från våra besökare. För att ge er en inblick i hur eleverna tänker och vilka funderingar de har kring deras val av skola och utbildning har vi gjort en sammanställning av elevernas återkommande frågor på Gymnasium.se under året.

På de följande sidorna har vi därför gjort en tidslinje där du kan följa elevernas tankebanor på sin resa mot den perfekta gymnasieutbildningen, månad för månad.



ARANJA ILANA ABDULLAH
STUDIE- OCH YRKESVÄGLEDARE

Aranja är Gymnasium.se:s studie- och yrkesvägledare sedan årsskiftet 2016/2017.

Hon hjälper alla våra besökare med deras gymnasiefunderingar och henne hittar du bland annat i chatten och i vår SYV-sektion

SEPTEMBER-DECEMBER

September: Vad ska jag bli när jag blir stor?

För många gymnasiesökande elever är september en månad för reflektion och de ställer sig frågan- vad ska jag bli när jag blir stor? Tankarna börjar dra mot framtiden och man vill redan nu planera för hur man når sitt mål, vilken gymnasieutbildning leder till mitt framtida drömyrke?

Tips!

Som kund på Gymnasium.se kan det här vara en god tanke att se över informationen på era utbildningssidor så att poängplaner och annan information är aktuell och uppdaterad. På era egna hemsidor kan ni publicera inspirerande artiklar, informera om meritpoäng samt om vilka typer av yrken som era program kan leda till.

Oktober: Behörighet och antagningsstatistik

När eleven har hittat ett gymnasieprogram som intresserar hen är nästa steg att skaffa information om behörighet samt om antagningspoäng. Eleven vill veta vad som krävs för att bli behörig till just det programmet och hur antagningsstatistiken har sett ut tidigare år. Allt för att få sig en uppfattning om - och öka sina egna chanser att bli antagen till utbildningen.

Tips!

Informera om vilken typ av behörighet som man får efter programmet, kan det finnas möjlighet till flera behörigheter? Framförallt är tidigare antagningsstatistik intressant!

November: Läsa gymnasiet på en annan ort

Det finns många elever som ännu inte bestämt vad de vill studera på gymnasiet men som känner starkt för specifika ämnen. De eleverna försöker tillsammans med vår Studie- och yrkesvägledare att hitta bra och relevanta utbildningar. De som vill studera på annan ort letar nu information om elevboende.

Tips!

Har ni elevboende på er skola? Som kund hos oss kan ni alltid uppdatera er skolpresentation med ny information och nya bilder. Har ni uppdaterade bilder på ert elevboende så är detta ett bra tillfälle att publicera dessa på er skolpresentation hos oss, just för att ge den intresserade eleven en uppfattning om hur det är att bo på ert elevhem. På er egen hemsida kan information om vem som är berättigad inackorderingstillägg samt hur man ansöker om detta vara av intresse för besökare.

December: Öppet hus, mässa och skugga en elev

Många börjar nu fundera på hur det är att vara en elev på den skolan som man vill söka till. Hur ser era lokaler ut? Åter man lunch i skolan? Finns det möjlighet till praktik? Får man en egen dator och finns det möjlighet att få extra stöd i sina studier? December är även en månad där många undrar över meritvärde och hur det fungerar.

Tips!

Öppet hus är ett utmärkt sätt för eleven att besöka skolan och få möjlighet att träffa såväl lärare som elever. Erbjuder ni Öppet hus på er skola eller möjlighet att "skugga" en nuvarande elev? Då är detta tillfället att annonsera om det på er sajt samt på er skolpresentation hos oss på Gymnasium.se. Andra spännande inslag som berättar om livet som student på just er skola kan vara elevreportage och videoreportage.

JANUARI-MARS

Januari: Gymnasievalet

Snart sätter valperioden igång! Många undrar därför över ansökningsprocessen, när börjar valet på min ort? En del börjar redan nu känna en stor press på val av gymnasieprogram och om det kommer vara avgörande för deras framtida val av yrke. De vill veta vilka möjligheter de har efter studenten och vad som skiljer en yrkesförberedande examen mot en högskoleförberedande examen.

Tips!

Uppdatera er hemsida med information om när antagningen öppnar för just er skola och den antagningsenhet som ni tillhör. Många elever som söker en yrkesförberedande utbildning vet inte om att det alltid går att få en högskoleförberedande examen genom att läsa till kurser. Denna typ av information är bra om man kan hitta på era utbildningssidor på Gymnasium.se. Ifall det finns möjlighet att själv påverka kursutbudet på det program som man är intresserad av att ansöka till bör även denna information vara utskriven på utbildningssidorna. Allt för att ge besökaren en uppfattning om hur hen själv kan påverka och styra innehållet i sin gymnasieutbildning mot sina egna intressen.

Februari: Introduktionsprogram och utlandsstudier

De elever som ännu inte är behöriga att söka ett nationellt gymnasieprogram går nu och funderar på vilka möjligheter de har att studera på gymnasiet. Under februari kommer det även in massvis med frågor om utlandsstudier och hur möjligheten ser ut att åka på ett utbytesår. Hur fungerar det om man har studerat på högskolan utomlands men vill gå gymnasiet i Sverige?

Tips!

Informera om vilka möjligheter ni erbjuder till de elever som saknar grundläggande behörighet till gymnasiet samt om vilka möjligheter som finns att studera utomlands. Erbjuder ni introduktionsprogram? Har ni samarbeten med skolor utomlands? Finns det möjlighet att åka på ett utbytesår eller göra praktik utomlands? Se till att uppdatera er egen hemsida med denna information. Som kund hos oss på Gymnasium.se har ni, på er skolpresentation även möjligheten att informera besökaren om vilka alternativ till utlandsstudier och introduktionsprogram som just ni erbjuder.

Mars: Stipendier och inackorderingstillägg

Många som har sökt eller ska söka till en utbildning utomlands eller vill studera på annan ort börjar nu fundera över hur de ska finansiera sin studietid. Finns det möjlighet att ansöka om ett specifikt stipendium eller är man berättigad inackorderingstillägg?

Tips!

Förklara gärna tydligt på er skolas hemsida och på era sidor på Gymnasium.se vad det finns för möjligheter att ansöka om stipendium eller inackorderingstillägg. Det gör att eleven vet om olika finansieringsmöjligheter som finns redan tidigt i sin beslutsprocess.

Är du inte kund idag?

Välkommen att kontakta oss för att se över er medverkan på **info@gymnasium.se**

APRIL-AUGUSTI

April: Preliminära antagningsbeskedet och omval

Nu har de gymnasiesökande eleverna fått sitt preliminära antagningsbesked och har därför många frågor om vad det egentligen innebär. Det har även blivit tid för omval och eleverna har nu möjlighet att göra ändringar i sin gymnasieansökan. Detta är något vi tydligt kan utläsa av karaktären på de frågor som inkommer till oss på Gymnasium.se, där frågor kring omvalet är överrepresenterade i april månad.

Tips!

I tid för omvalet kan det vara en god tanke att marknadsföra sin skola och sitt programutbud med olika typer av marknadsaktiviteter. Många gymnasiesökande elever är fortfarande på jakt efter en gymnasieutbildning och därför mottagliga för inspiration i sitt gymnasieval.

Maj: Slutbetyg

Snart är slutbetyget klart för de som går i årskurs nio och många elever undrar därför om deras betyg kommer att räcka för att bli antagen på det programmet som de har sökt. Vi får även in en hel del frågor om det är möjligt att göra ett nytt gymnasieval efter omvalsperioden.

Juni: Antagningsförfarandet

I juni går de gymnasiesökande eleverna ivrigt och inväntar sitt antagningsbesked. Många undrar över hur antagningsprocessen fungerar och när de kan förvänta sig att få sitt antagningsbesked.

Juli: Sommarlov och sommarskola

Under sommarlovet funderar de elever som har fått betyget F på en avslutad kurs hur det kommer att påverka deras möjlighet att bli antagen på ett gymnasieprogram. De flesta elever oroar sig för att de inte kommer att vara behöriga till det program som de vill läsa.

Tips!

De allra flesta kommuner erbjuder elever med erhållet betyg F en plats på sommarskola för att komplettera sina betyg. Om eleven inte hunnit komplettera sitt betyg vid tid för skolstart kommer hen att behöva läsa ett introduktionsprogram. Har ni introduktionsprogram i ert programutbud är det en god idé att informera om detta såväl på er egen hemsida som på er skolpresentation på Gymnasium.se.

Augusti: Byta gymnasium

Många som börjar på sitt gymnasieprogram känner snabbt att de valt fel. De hör därför av sig till oss med frågor om hur de kan gå tillväga för att byta gymnasium eller gymnasieprogram. De som fortfarande inte har blivit erbjudna en gymnasieplats känner nu en stor oro och vill veta vad de kan göra för att påverka sin situation.

Tips!

Hur ser det ut på er skola? Har ni lediga platser kvar på något program? Eftersom detta är en period då många vill byta skola eller program så är det ett bra tillfälle att informera om hur situationen ser ut på er skola.



YRKESGUIDEN

I juli 2016 lanserades en ny och uppdaterad version av Yrkesguiden på Gymnasium.se. Sektionen har sedan tidigare funnits på sajten, men nu har vi lagt tid och energi på att uppdatera informationen om alla yrken, lagt till nya yrken och gett den ett nytt och fräscht utseende.

Varför behövs det en yrkesguide på Gymnasium.se?

Yrkesguiden finns till för att hjälpa våra besökare i deras gymnasieval. Vi får nämligen in många frågor från gymnasieväljare där de har funderingar om olika yrken, vad de ska läsa i gymnasiet för att bli ett visst yrke och om hur jobbmöjligheterna ser ut för olika yrken. Yrkesguiden tillför därför mycket värde till besökarna på Gymnasium.se och vi ser stor potential i denna sektion för framtiden.

Vad hittar jag för information i Yrkesguiden?

Fokus i Yrkesguiden är att guida eleverna i vad det finns för olika yrken och vad som kan vara ett bra val av gymnasieprogram om man har bestämt

sig för vilket yrke man vill bli. I Yrkesguiden finns information om över 100 olika yrken och vi jobbar för fullt med att fylla på med massor av nya spännande yrken. När vi lägger till nya yrken utgår vi från vad våra besökare ofta ställer frågor om, vad som eftersöks på Google och liknande för att tillföra besökarna så mycket värde som möjligt. Under de närmaste månaderna räknar vi med att fylla på med minst 100 yrken till. Besökarna kan leta via olika yrkeskategorier eller leta i listan med alla yrken sorterade från A-Ö.

TOPP 10 I YRKESGUIDEN

Här nedanför har vi listat de tio yrken samt de tio yrkeskategorier som har haft flest sidvisningar i Yrkesguiden på Gymnasium.se. Topplistorna baseras på data från perioden 1/7 till 31/12 under 2016. Föga förvånande återfinns klassiska yrken som advokat, läkare och pilot på listan över de mest populära yrkena. Det är också värt att notera att alla yrken på listan kräver någon form av eftergymnasial utbildning. Det är i linje med trenden att de högskoleförberedande programmen har allt fler sökande, jämfört med yrkesprogrammen, i gymnasieskolan idag.

I listan till höger ser du de tio yrkeskategorier som har haft flest sidvisningar i Yrkesguiden på Gymnasium.se under samma tidsperiod. Listan över de mest populära yrkeskategorierna överensstämmer till stor del med yrkeslistan. De fem mest populära yrkena hör alla till de tre kategorier som återfinns högst upp i listan med de populäraste yrkeskategorierna.

Yrken

1 Ingenjör

2 Advokat

3 Ekonom

4 Läkare

5 Biolog

6 Socionom

7 Pilot

8 Spelutvecklare

9 Arkeolog

10 Geolog

Yrkeskategorier

1 Naturvetenskapligt arbete

2 Ekonomi, administration & juridik

3 Hälsa & sjukvård

4 Data & IT

5 Tekniskt arbete

6 Socialt arbete

7 Försäljning, inköp & marknadsföring

8 Kultur, media & design

9 Transport

10 Pedagogiskt arbete

SÅ ANVÄNDER NI

SOCIALA MEDIER

Sociala medier har gjort det möjligt för oss att vara delaktiga och starta virala eldar. Det är en plats där vi kan hålla kontakten, hålla oss uppdaterade, hitta underhållning, dela åsikter, eller rent av fylla ut ledig tid. Man skulle rent av kunna säga att sociala medier är en modern demokrati.

Internet och sociala medier har blivit en självklar del av vår vardag. Den snabba ökningen av det mobila användandet har bidragit till att vi idag kan vara mer ständigt närvarande på sociala medier än tidigare. Hela 9 av 10 elever i åldrarna 13-16 använder idag sociala medier. Därför är det viktigt att skolor har en närvaro på sociala medier för att kunna föra en dialog med elever på den plats där de ständigt är aktiva.

Snapchat, Instagram och Facebook är idag de populäraste sociala nätverken hos elever som går i grundskolan och gymnasiet. Gymnasium.se har gjort en kort sammanfattning till varför er skola bör finnas på respektive kanal, samt tips på hur ni kan använda kanalerna för att engagera elever och lyfta fram skolan.

Snapchat

Om det är en sak som är kristallklart så är det att elever älskar Snapchat. Det är roligt, enkelt, och inte minst personligt. Med bara sex år på nacken har Snapchat vuxit sig till ett av de populäraste sociala nätverken för ungdomar under 25 år. Med Snapchat

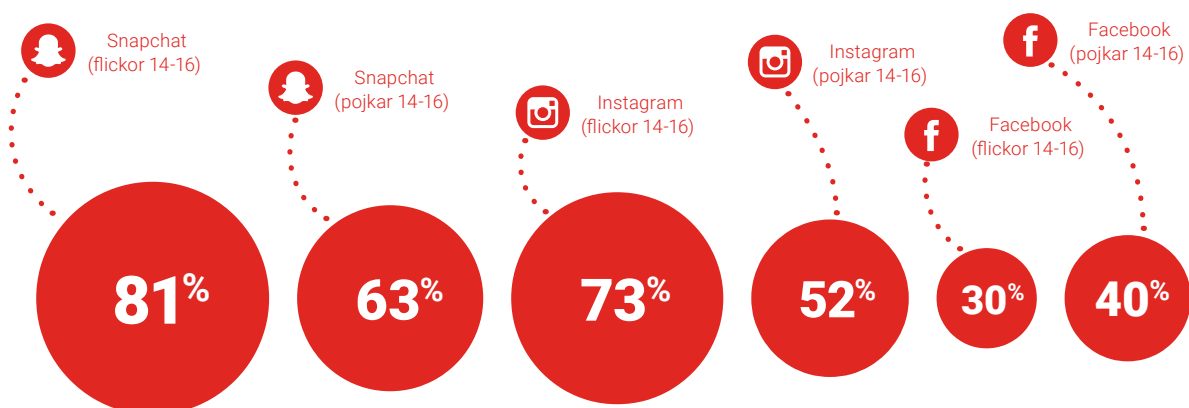
kan du skicka bilder och videoklipp som visas upp till 10 sekunder, för att sedan gå upp i rök. Vad som gör Snapchat unikt är dess festliga tilläggsfunktioner som filter och linser som gör att innehållet blir livligare.

Instagram

Instagram är inte bara en plats för selfies och matbilder. Det är den visuella plattformen där du kan bekanta dig med personer genom att ta del av deras vardag. Med nästan halva svenska internetbefolkningen som utforskar Instagrams alla hörn finns det ingen anledning till varför er skola inte ska finnas med.

Facebook

Det senaste decenniet har Facebook varit en väsentlig del av vår närvaro online. Därför erbjuder Facebook ett smörgåsbord av möjligheter, oavsett om ditt mål är att lyfta skolan, engagera elever eller driva trafik till skolans hemsida.



Procenttalen avser daglig användning

TIPS OCH RÅD



Uppmana att ta en screenshot

Trots att innehåll på Snapchat "självförstörs" efter 10 sekunder har många listat ut att man kan spara innehållet genom att ta en screenshot av innehållet innan det försvinner. Er skola kan använda er av det sluga knepet till er fördel genom att visa ett filmklipp eller en serie med bilder och utmana eleven att hinna ta en screenshot på ett visst stycke, och sedan skicka in, ladda upp eller använda som bakgrundsbild.

En Snap mot chans för belöning

Om skolan har ett event kan ni ge eleven chans att vinna biljetter, kuponger eller liknande genom att de skickat en Snap där de utför upplysta tävlingsinstruktioner.

Skapa Geofilters

Ett Geofilter är ett offentligt, påhittigt och icke-kommersiellt filter som användar inom ett område kan välja att använda i sina Snaps. Likt ett mini-vykort är Geofilters ett enkelt sätt att visa var du befinner dig. Du kan själv designa Geofilters för olika ändamål, exempelvis för skolan, evenemang, öppet hus, examen eller högtider.



Bilder är som ögongodis

Tjusiga bilder och videoklipp engagerar. Du skulle inte vända blicken för en suddig affisch på bussen. Detsamma kan sägas om Instagram. Instagram handlar om att förse användare med fantastiska visuella upplevelser. Slarvar du med kvalitén är det lätt att bli nonchalerad i flödet.

En konsekvent stil

Alla gillar en bra story. Håll dig därför till att publicera innehåll som är unikt för er skola så att det blir lättare för era elever att följa er.

Använd relevanta hashtags

Hashtags kategoriserar innehållet. De hjälper användare att hitta innehåll och konton att följa. Använd bara hashtags som är relevanta för skolan och inläggets budskap. Det är lätt att bre på på för många hashtags på inlägget för att få räckvidd, vilket ofta kan uppfattas som spammit.



Gör första intrycket tilltalande

Den virtuella motsvarigheten till ett första intryck sker numera på Facebook. Det innebär att du bör presentera en stilren omslagsbild, en igenkännande profilbild samt en informerande och engagerande Om-sektion.

Det är en tvåvägs-kommunikation

Vi har sedan länge passerat tiden då organisationer etablerade sig på Facebook enbart för att glorifiera sig själva. Elever vill ha en anledning att besöka en skolas Facebooksida. Publicera därför värdeskapande innehåll som både är engagerande och matnyttigt för både skolan och eleverna. Ställ frågor, uppmana till handling, lägg upp bilder från evenemang och lektioner.

Tänk på språket

Skriv som en människa, inte som en robot. Håll språket enkelt och var empatisk. Tänk på att du skriver direkt till eleven. En personlig språkstil ger skolan identitet och personlighet.

DIGITALA TRENDER

FÖR 2017

Den digitala utvecklingen är ständigt i förändring, och att hålla reda på allt som händer är inte helt lätt. Därför tänkte vi dela med oss av några av de områden som förväntas trenda under det kommande året.

Datadriven marknadsföring och vikten av kundupplevelsen

Varje år kommer det ut alltmer tekniska verktyg som gör det möjligt att samla in stora mängder data och mäta den. Det gör även att kraven ökar gällande att analysera data, då de viktigaste delarna av informationen ska lyftas ut. Idag är det inte längre det lägsta priset eller den bästa kvalitén som anses vara den största utmaningen, utan att ge besökaren den bästa upplevelsen. Därför är det viktigt att hela tiden söka efter vilken information besökare uppskattar och värdesätter just nu. Nyttjar ni era elever för att lära er mer om målgruppen, hur de letar information och framför allt vilken information de efterfrågar?

Gymnasium.se genomför flera undersökningar per år med gymnasievalet i fokus, bland annat för att få en större förståelse gällande vilka artiklar, gymnasieprogram och informationssidor eleverna tycker är intressanta och inspirerande.

Gymnasium.se uppdateras ständigt för att möta elevernas behov och förhoppningar om vad de kommer hitta på hemsidan.

Mobile First

Allt fler företag prioriterar idag att bygga mobilanpassade hemsidor, eftersom det idag är den plattform som används mest. Google-sökningar görs allt oftare från mobilen än datorn. Att ha ett så kallat "mobile first"-tänk när man skapar innehåll och nya funktioner på sin webbplats är därför väldigt viktigt. Hur uppfattas egentligen er hemsida på en mobiltelefon? Är bilderna i rätt format och hur lätt är det att navigera sig runt på hemsidan? Många

företag väljer idag att ta bort en del textinnehåll från sin mobilanpassade hemsida, eftersom att det lätt blir rörigt på en mindre skärm.

Sociala medier

De flesta företag som vill stärka sin kundkommunikation väljer idag att använda sig av sociala medier. Det är ett effektivt sätt att ta del av nya kanaler där deras målgrupp redan befinner sig. Det gäller framförallt företag med yngre målgrupper, exempelvis skolor. Genom att använda sociala medier som Facebook, Instagram och Twitter har intresserade elever möjlighet att ta del av er skolas dagliga aktiviteter. Flera universitet och skolor



52%

av trafiken på
Gymnasium.se under
2017 kom från
mobiltelefoner

har valt att låta en elev per vecka ansvara för att publicera innehåll, vilket kan ses som en digital variant av att skugga en elev.

Gymnasium.se använder sociala medier för att uppdatera våra besökare om vad som händer på hemsidan, vilket i sin tur genererar trafik till hemsidan. Så se till att ni också når ut till potentiella elever via sociala medier, eftersom det är en viktig

plattform för denna unga målgrupp. Vi berättar mer om det här på sida 31.

Innehållet är allt

Eftersom kundupplevelsen blir allt viktigare behöver även innehållet på hemsidan prioriteras. Vi skulle säga att innehållet borde vara er högsta prioritering. En användare vill idag först och främst söka information på egen hand innan personen tar kontakt med skolan. Därför är det viktigt att utgå och erbjuda innehåll som är framtaget utifrån vad besökaren kan tänkas leta efter. Det är en naturlig utveckling av att sökmotorerna har blivit allt smartare, det handlar inte längre om att manipulera Google - utan om att leverera största möjliga värde för användaren.

Native-annonsering

En annan digital trend är Native-annonser, vilket är annonser som ser ut som en artikel där läsaren ska känna igen sig och inte upplevas som direktreklam. Det är onlinemarknadsföring med fokus på att bygga upp en berättelse, där tanken är att användarna ska lära sig något nytt, interagera och förhoppningsvis dela budskapet på sociala medier. Även då Native-annonsering är utformad som en artikel är det viktigt att vara tydlig med vem som står bakom materialet och inte skapa en falsk bild av att materialet är redaktionellt oberoende.

“...därför är det viktigt att [...] erbjuda innehåll som är framtaget utifrån vad besökaren kan tänkas leta efter”

Skolor kan tillämpa Native-annonsering genom att skicka ut artiklar om ämnen som fångar elevernas intresse och även skriva om tjänster/nyheter som skolan kan erbjuda. Det gör det lättare att fånga elevernas uppmärksamhet och ökar möjligheten att eleverna kommer dela artikeln på sociala medier.





gymnasium.se

EMG - Educations Media Group / Gymnasium.se

Mail: info@gymnasium.se
Telefon: +46 (0)8 509 106 30