

Handlingsplan for studentrekruttering ved HVL - 2024

Arbeidet med studentrekruttering er eit heilårleg og langsiktig arbeid. Høgskulen på Vestlandet har hatt ein svak, men jamn nedgang i marknadsdelen av førstevalsøkarar i Samordna opptak sidan 2015. Søkartala går ned nasjonalt, og HVL har i 2023 ein marknadsdel på 5,2 prosent.

HVL står i ein utfordrande situasjon i tida framover, med auka konkurranse, lågare fødselskull, god sysselsetting og høgare levekostnader. Vi rekrutterer i dag dei fleste av studentane våre frå Vestland og Rogaland fylke. HVL skal fortsetje å rekruttere godt i regionen vår, men potensialet for auka marknadsdel ligg også utanfor regionen, særleg med nett- og samlingsbaserte utdanningar.

Avdeling for kommunikasjon har ansvaret for den heilskapelege studentrekrutteringa. Samarbeidet med fakulteta skjer mellom anna i faste forum, som sikrar at rekrutteringsarbeidet er forankra i fakulteta sine prioriteringar.

I [HVL sin overordna strategi](#) for 2023 til 2030, går det mellom anna fram at utdanninga og forskinga vår skal vere integrert i, og tett på, arbeidslivet. Dette er noko vi skal tydeleggjere i merkevarebygginga og marknadsføringa av HVL. Avdeling for kommunikasjon skal synleggjere kva rolle og påverknad studentane har i forskning og arbeidsliv, for å vise at HVL er ein attraktiv og aktuell utdanningsinstitusjon.

Kontinuerleg arbeid med innsikt og kjennskap til målgruppene er sjølve grunnlaget til marknadsføringsarbeidet. HVL har mange ulike målgrupper som vi jobbar med å få meir kjennskap til. I samarbeid med avdeling for studieadministrasjon, har vi sidan fusjonen gjennomført den årlege rekrutteringsundersøkinga. Denne undersøkinga blei tidlegare berre sendt ut til førsteårsstudentane ved grunnutdanningane våre, men dei siste to åra har vi òg inkludert masterutdanningane og etter- og vidareutdanningane ved HVL.

HVL har eit breitt tilbod innan vidareutdanningar og fleksible utdanningar, noko som kan bidra til auka søkartal. Sidan alle desse utdanningane har lokale opptak, har vi ikkje oversikt over konkurransesituasjonen, slik vi har i Samordna opptak. Likevel ser vi at fleire og fleire utdanningsinstitusjonar satsar meir på vidareutdanningar og fleksible utdanningar som det er mogleg å kombinere med arbeidslivet.

Det er krevande og kostbart å marknadsføre HVL utanfor Noreg. HVL inngår i eit nettverk med andre utdanningsinstitusjonar, der vi utvekslar erfaringar om internasjonal marknadsføring. Mykje av studentrekrutteringa på dette området skjer gjennom fagmiljøa sine egne nettverk.

Fleksible utdanningstilbod, auka konkurranse, og det at søkarar bestemmer seg tidlegare, har ført til at vi no bør annonsere i fleire periodar gjennom heile året. I møtet med den auka konkurransen, blir det ekstra viktig å løfte HVL si merkevare. HVL kan posisjonere seg i marknaden som den einaste utdanningsinstitusjonen som er til stades på heile Vestlandet, både i by og distrikt. Merkevarebygging og positiv omdømmebygging er viktig når vi no snart skal bli eit universitet.

Overordna mål for studentrekruttering ved HVL:

Høgskulen på Vestlandet skal jobbe målretta med ulike tiltak for å auke marknadsdelen og sikre kvalifiserte søkarar til grunnutdanningar, masterutdanningar og vidareutdanningar ved alle campusar.

Delmål 1

HVL skal vere fysisk til stades i, og utanfor, regionen.

Tiltak:

- Vi skal gjennomføre skulebesøk i regionen rundt kvar campus.
- Vi skal tilsette studentambassadørar på alle campusar, og bruke deira nettverk for å nå ut til vidaregåande skular utanfor regionen.
- Vi skal arrangere studentrekrutterande arrangement på alle campusane våre, som til dømes open dag, rådgivarsamlingar og campusomvisingar.
- Vi skal ha tett dialog med rådgivarane på vidaregåande skular, folkehøgskular og fagskular, og andre aktørar som driv med karriere- og utdanningsrettlegg.
- Vi vurderer nytteverdi og eventuell deltaking på ulike utdanningsmesser, både i og utanfor regionen.

Delmål 2

HVL skal vere synleg med relevant innhald på hvl.no, og i andre digitale kanalar.

Avdeling for kommunikasjon har ansvaret for strategi, forvaltning og drift av HVL sine offisielle sosiale medium-kanalar: Instagram, YouTube, Facebook, Snapchat, LinkedIn, X og TikTok¹. Kampanjar og organisk innhald i ulike kanalar og plattformer gir auka trafikk inn til hvl.no og aukar kjennskapen til HVL som merkevare. Dei siste åra har vi arbeida systematisk med søkemotoroptimalisering av studieprogramsidene for å bli meir synlege i googlesøk².

Tiltak:

- Avdeling for kommunikasjon har ansvar for oppdatering av studietilbodsidene og gjer dette i tett samarbeid med fakulteta. Vi sørger for at tekstane på studieprogramsidene er lett forstålege for målgruppene.
- Avdeling for kommunikasjon utarbeider årlege kampanjeplanar i tett samarbeid med eit eksternt marknadsføringsbyrå.
- Vi produserer studentrekrutterande innhald til hvl.no, til dømes kampanjeside for kvar campus, studenthistorier og nyttige artiklar for målgruppene.
- Vi skal fortsette det gode samarbeidet med utdanningsportalen [Utdanning.no](https://www.undanning.no)
- Vi koordinerer og har ansvar for studentdriven chat på hvl.no i søknadsperioden og i svarperioden.

¹ [malgrupper-og-innhald-for-hvl-sine-some-kanalar.pdf](#)

² Ca 44% av brukarane på studietilbodsidene kjem frå Google (Kjelde: Google Analytics 4)

Delmål 3

HVL skal styrke marknadsføringa av vidareutdanningar og fleksible studium

Tiltak:

- Vi skal fortsette arbeidet med å utvikle, søkeoptimalisere og brukarteste studietilbodsidene for fleksible studium.
- Vi skal ferdigstille ein innhaldsplan for vidareutdanningar i 2024, og produsere meir og nytt innhald som er relevant i dei ulike stega i kundereisa fram mot søknad.
- Vi skal kvart år revidere rekrutteringsundersøkinga for vidareutdanningsstudentane våre. I samarbeid med fakulteta skal vi jobbe med å auke svarprosenten.
- Vi skal teste ut ulike kampanjeformat og kanalar for å fremme HVL som ein stor tilbydar av etter- og vidareutdanningar og fleksible utdanningar.
- Vi styrkar arbeidet med den digitale marknadsføringa av vidareutdanningar og fleksible utdanningar.
- Vi har ansvar for å koordinere «Gruppe for marknadsføring og kundereise» i HVL Fleksibel, og såleis jobbe for at vi får ei heilskapleg oversikt, eit godt samarbeid og gode løysingar på tvers av fakulteta når det kjem til marknadsføring av fleksible studiar.
- I samarbeid med ASAL skal vi blant anna vurdere å ta i bruk eit CRM-system for HVL og jobbe med å få på plass nyheitsbrevfunksjon for mogleg interesserte og lojale studentar.