



AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

Aalborg Universitet

Erfaringsopsamling: Anvendelse af Sociale Medier til formidling af De Digitale Dage 2019

Wyke, Simon Christian Swanström; Peter , Wendelbo

Publication date:
2019

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):

Wyke, S. C. S., & Peter , W. (2019, dec.). Erfaringsopsamling: Anvendelse af Sociale Medier til formidling af De Digitale Dage 2019.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Erfaringsopsamling: Anvendelse af Sociale Medier til formidling af De Digitale Dage 2019

Af: Simon Swanström Wyke og Peter Wendelbo

Forud for De Digitale Dage (DDD) 2019 var arrangements tilstedeværelse på de sociale medier begrænset. Med undtagelse af en LinkedIN-side med ukendt administrator og en hjemmeside begrænset i forhold til opdatering, var og blev tydeliggørelse, anskueliggørelse og tiltrækning af/til DDD som event for virksomheder indenfor eller tilknyttet byggebranchen baseret på mund-til-mund- metoden og direkte kontakt til virksomhederne. Denne artikel omhandler implementeringen og brugen af sociale medier (SoMe) ved DDD 2019 samt de vigtigste erfaringer indsamlet gennem en løbende dokumentering af implementeringsprocessen.

Tydeliggørelse, anskueliggørelse og tiltrækning er de tre grundpiller som formidlingen af DDD er baseret på. *Tydeliggørelse* af DDD omhandler formidlingsmetoden for arrangementet, *anskueliggørelse* forklarer hvad DDD er og hvad deltagelse kan medføre mens *tiltrækning* handler om hvem der deltager og i særlig grad hvilke deltagere der kan være med til at trække andre til, samt hvordan disse bliver motiveret til selv at deltage.

Baggrund

De Digitale Dage (DDD) kunne i 2019 fejre 10-års jubilæum som tværfagligt læringsevent. Arrangementet har igennem sin levetid haft flere forskellige konstellationer og et vekslende antal deltagere, både hvad angår studerende og repræsentanter fra erhvervslivet. I 2019 deltog i alt omkring 120 studerende fra University College Nord (UCN), Aalborg Universitet (AAU) og EUC Nord. For studerende på bygningskonstruktøruddannelsen på UCN er DDD forankret i uddannelsens 4. semester, mens studerende fra AAU og EUC deltog på frivillig basis.

Udover de deltagende elever og studerende har DDD igennem årene også være kendetegnet af medvirken fra repræsentanter fra byggebranchen - herunder arkitekter, ingeniører, bygningskonstruktører, facility managers samt software- udviklere og instruktører. Antallet af deltagere fra erhvervslivet har igennem årene varieret, men siden 2015 har 6-8 virksomheder deltaget pr. år og oftest har det været de samme virksomheder som har deltaget fra år til år.

Igennem mange år har en af hovedmændene bag erhvervslivs engagement og deltagelse været Flemming Grangaard fra Dansk Byggeri, som også i 2020 er med i koordineringen af afholdelsen af DDD:

”Flemming Grangaard fra Dansk Byggeri, har stået for at få virksomheder til at deltage igennem årene, og jeg ved, at han har gjort et stort og ihærdigt arbejde med at få virksomheder til at deltage” fortæller Søren Nissen, som er koordinator for DDD og til dagligt underviser på UCN.

Som en del af et projekt for videreudvikling af DDD, støttet af Grundejernes Investeringsfond i perioden 2019 til 2021, er der blevet sat ekstra fokus på forankring af DDD hos de deltagende uddannelsesinstitutioner samt formidlingen af arrangementet til både erhvervsuddannelser, videregående uddannelser og den danske byggebranche. Noget nyt var i 2019 således at DDD var aktiv på SoMe, hvorigennem flere kunne høre om arrangementet, men hvor også flere kunne blive motiveret til at deltage, i særdeleshed aktører fra erhvervslivet.

”Efter det blev annonceret på SoMe, at nu deltager den og den virksomhed i DDD, var der flere virksomheder, som selv har henvendt sig for at deltage i DDD, og der var også nye virksomheder i DDD-sammenhæng. På den måde har det været noget nemmere at rekruttere nye virksomheder til deltagelse i DDD” – Søren Nissen, UCN.

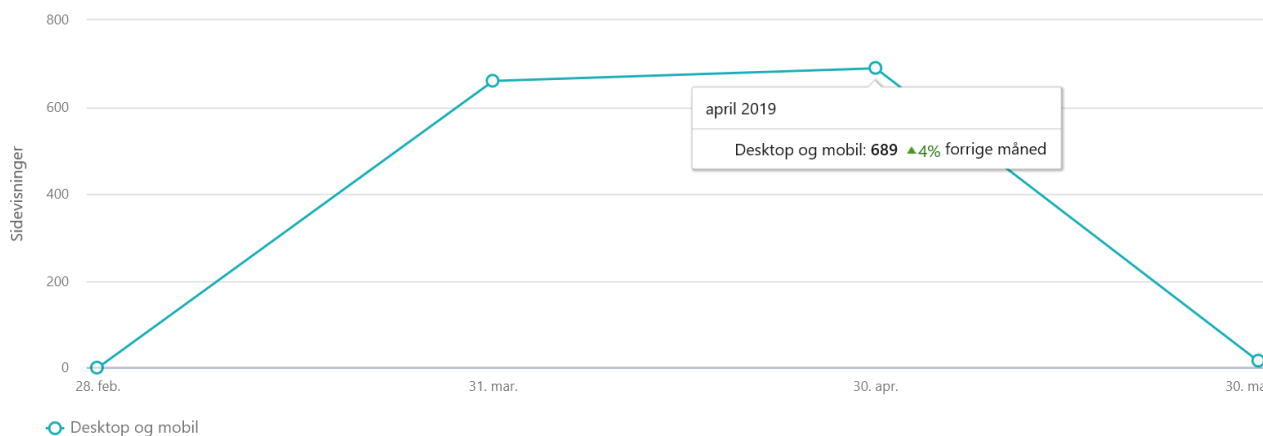
Som en del af udviklingsprojektet med DDD i centrum var én af målsætningerne for arrangementet i 2019 at øge antallet af erhvervsdeltagere, som medvirker og supporterer de studerende i deres tværfaglige samarbejde - som mentorer og vejledere for de studerende. Mængden af virksomhedsdeltagere er ifølge Søren Nissen øget efter implementeringen af SoMe.

”Der er sket en klar forbedring, hvilket i høj grad skyldes SoMe. Ambitionen for virksomhedsdeltagelse i 2019 var 50 % flere end i 2018. Der kom mere end 100 % flere virksomheder i 2019” – Søren Nissen, UCN.

Foruden de mange virksomheder der deltog som mentorer og vejledere med direkte baggrund i bygge- og anlægsbranchen, deltog også flere softwarevirksomheder som supporterede deltagerne ved arrangementet. Nogle af virksomhedsdeltagerene stod desuden for faglige oplæg både op til arrangementet og under DDD.

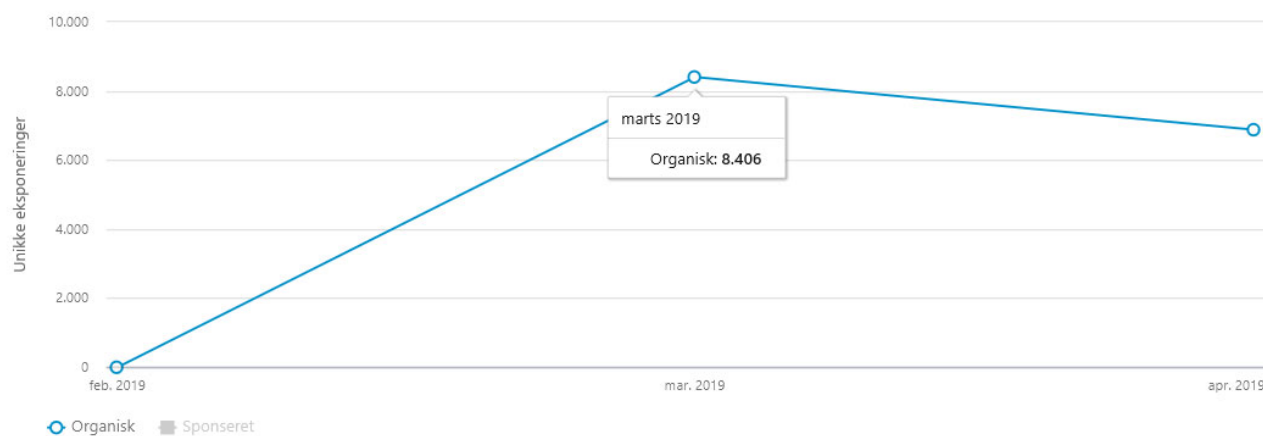
Rækkevidde af SoMe formidling vha. LinkedIN

En af de helt store forskelle ved at anvende SoMe til formidlingen af DDD var tydeliggørelsen af arrangementet. Nøgletal fra LinkedIN viste at DDD’s side i perioden 31 februar 2019 til 31 maj 2019 havde 1.349 unikke besøgende, som vist i figur 1, hvilket betyder at en gruppe ca. 90% større end deltagergruppen ved arrangementet hørte om, eller fik anskueliggjort hvad DDD er, igennem LinkedIN.



Figur 1 Unikke sidevisninger for DDD på LinkedIN med højeste antal månedlige visninger fremhævet.

Hvad angår antal eksponeringer baseret på LinkedIN tilstedeværelsen nåede dette sit højeste i marts 2019 med 21.699 af sådanne eksponeringer samt 18.884 i april 2019. Af disse var 8.406 i marts 2019 unikke, mens det i april 2019 var 6.880, som vist i figur 2.

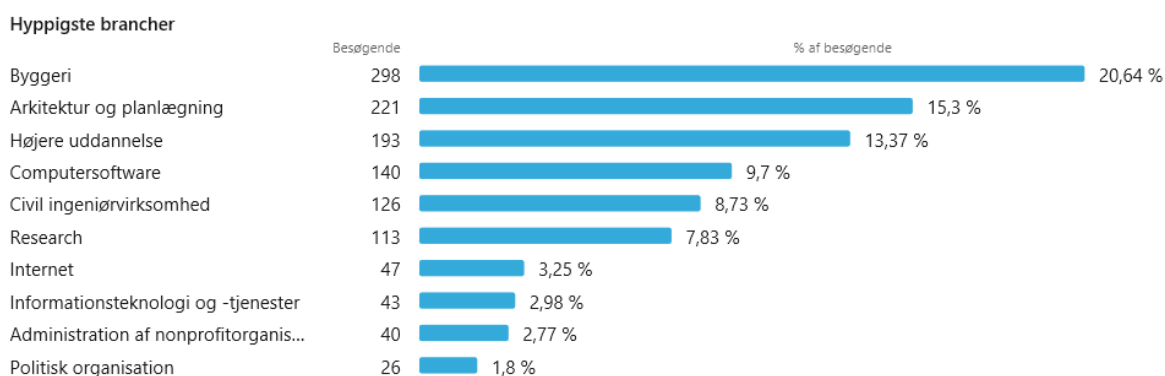


Figur 2 Unikke eksponeringer for DDD på LinkedIN med højeste antal månedlige eksponeringer fremhævet.

Ser man på eksponeringer i perioden *efter* afviklingen af DDD i 2019, (hvor der ikke længere blev publiceret materiale), faldt eksponeringerne til 47 unikke i perioden fra 30. april til 31. maj. Det er naturligvis nødvendigt at anerkende at eksponeringer til mennesker, som scroller igennem deres ”nyheds-feed” på LinkedIN ikke nødvendigvis er ensbetydende med at folk får tydeliggjort eller anskueliggjort hvad DDD er. Nøgletallene for eksponeringer viser dog at alle som er blevet eksponeret til oplæg fra DDD er blevet det minimum 3 gange, hvilket gør det mere sandsynligt at LinkedIN er et aktiv i formidlingen af DDD.

I forhold til hvilket geografisk område DDD dækkede bedst m.h.t. LinkedIN tilstedeværelsen i 2019, var 60,37% af alle besøgende på LinkedIN-siden fra Region Nordjylland, mens Region Midtjylland og Region Hovedstaden udgjorde de to næststørste poster på henholdsvis 17,87 og 14,56% af alle besøgende. Altså bevæger formidlingen af arrangementet sig ud over Nordjylland, hvilket også er en af fokuspunkterne for udviklingsprojektet af DDD.

Segmenteringen for besøgende på DDD’s LinkedIN side er en jævn blanding af erhvervslivet fordelt på Drift, Uddannelse, Program og Projektstyring, Forretningsudvikling og Kunst og Design mv., som vist i figurer 3.



Figur 3 Segmentering for visninger på LinkedIN i perioden 28 februar til 30 maj 2019.

Ifølge Søren Nissen er det ikke bare nøgletallene som viser at folk hører om DDD, men også den erfaring han kan udlede efter SoMe blev introduceret til DDD i 2019.

Ja, der er helt klar en større bevågenhed omkring De Digitale Dage. Flere spørger ind til arrangementet – Hvilken case er det i år? Hvor mange deltager? Hvordan kan vi selv deltage? etc. – Søren Nissen, UCN.

Mange af erhvervslivets repræsentanter som ønsker at involvere sig i DDD er tidligere deltagere, som gerne i dag vil være med til at give nuværende studerende inputs fra erhvervslivet og på den måde bidrage til arrangementet.

Ofte er det tidligere studerende, som nu er ansat i byggebranchen, der spørger ind til arrangementet, for de kan godt selv huske deres egen deltagelse i DDD. Under deres uddannelse oplevede de DDD som et spændende indslag i et travlt studiemiljø – og vil nu gerne bidrage tilbage med deres egne erfaringer fra ”den virkelige verden” samt selv blive inspireret af, hvad de studerende arbejder med i dag. Det er en win-win situation – Søren Nissen, UCN.

Specielt LinkedIN har været anvendt i 2019 til formidlingen af DDD, men mediet har også vist sig at være funktionsdygtigt ift. rekruttering af deltagere fra erhvervslivet både med og uden forudgående kendskab til arrangementet.

Foruden LinkedIN har også Facebook og Instagram være anvendt til formidling af DDD både før, under og efter arrangementet i 2019, dog med begrænset succes. YouTube blev også anvendt, med det formål at lade personer som ikke havde mulighed for at deltage ved DDD direkte, at få del i de faglige indlæg som blev

præsenteret på dagene. Kun fire personer har valgt at abonnere på DDD's YouTube kanal. Alligevel har mediet været en succes i nogen grad, da kanalens fire publicerede videoer samlet har fået 254 visninger. Selvom det ikke er muligt at konkludere meget specifikt, baseret på disse nøgletal, ses det dog af tallene, at der er interesse for at få del af indholdet på DDD, og at mere fokus på at dele indholdet fra videoer uploadet til YouTube kanalen vil kunne bidrage til en endnu bedre anskueliggørelse af DDD, foruden at skabe tiltrækning i erhvervslivet og fra studerende på ikke-direkte deltagende uddannelser.

Næste skridt af formidlingen

Første år med nyt strategisk fokus på formidlingen af DDD har været præget af tilstedeværelsen på og anvendelsen af SoMe, både i forhold til tydeliggørelse, anskueliggørelse og tiltrækning, hvorfor SoMe også vil blive anvendt ifm. DDD 2020.

Næste skridt i dette fokus er at involvere de studerende endnu mere i formidlingen af DDD, og lade dem deltage i delingen af indhold fra arrangementet på SoMe, f.eks. Facebook og Instagram, så flere personer kan nås. Ved hjælp af LinkedIn har det vist sig at særligt erhvervslivet er blevet nået og engageret i DDD. Forventningen er nu, at yderligere fokus på andre af de sociale medier vil kunne nå og engagere specielt studerende på de deltagende uddannelsesinstitutioner, men også andre uddannelser, fra folkeskole til erhvervsuddannelse. Således er det planen at DDD i 2020 vil blive synliggjort med en bredere og mere divers SoMe tilstedeværelse, som vil omfatte flere medier med komplementære målgrupper og budskaber.