

Syddansk Universitet Onlinestrategi

12. maj 2015

Rikke Nalepa Olesen / Morten Gade

Forord

Onlinestrategien har til formål:

- / At skabe én samlet strategi for SDU's digitale platforme.
- / At vise vejen til en optimal online tilstedeværelse for SDU.
- / At skabe fælles retning ved at være forankret i hele organisationen.
- / At hjælpe til at indfri SDU's digitale potentiale gennem sammenhæng, klarhed og forenkling.
- / At være styringsredskab for digital drift og udvikling i forhold til målgrupper, kanaler og indhold.

Onlinestrategien understøtter og tager afsæt i de fire strategiske mål og indsatser, som beskrevet i universitetets strategigrundlag og grundfortælling.

Onlinestrategien behandler ikke online undervisning og forskning, men er fokuseret på universitetets digitale kommunikation og markedsføring til interne og eksterne målgrupper.

Strategien er overordnet bygget op om en præsentation af en optimal onlinetilstedeværelse for SDU samt et bud på, hvordan denne kan understøttes organisatorisk.

Oversigt

Vision & digitale principper	4
Målsætninger	9
Målgrupper	19
Medier og platforme	22
Organisering	28

Bilag: Handlingsplan

Vision

Guiden til dit rette valg

Guiden til dit rette valg

En guide er en hjælper eller en vejviser.

En guide gør tingene lidt lettere for dig ved hjælp af sin viden og sin pædagogiske sans – forudser problemerne og samler informationerne, som du får behov for dem. En guide er en hjælp, der får det hele til at glide lidt lettere.

En god guide har noget på hjerte og inspirerer dig med sin indsigt og erfaringer. Guiden viser vej til oplevelser og erkendelser, du næppe havde fået uden hjælp.

SDU's digitale platforme er målgruppernes enkle og brugervenlige guide. Vi har noget på hjerte, inspirerer vores brugere og hjælper dem til at træffe de rette valg.

SDU's digitale platforme er *Guiden til dit rette valg* – hvad end du er studerende, ansat, eller endnu ikke har en relation til SDU, hjælper vi dig til at træffe de valg, der giver bedst værdi for dig. Vores ambition er at blive en fremragende guide for alle vores målgrupper.

Guiden til dit rette valg

Eksternt

På SDU's digitale platforme bliver jeg taget alvorligt. SDU har respekt for mig og min situation, og via værktøjer, services og relevante oplysninger bliver jeg guidet trygt gennem universitetets verden. Samtidig fornemmer jeg, at de vil mig noget. Jeg bliver vejledt og skubbet i den rigtige retning af vidende og engagerede mennesker, som taler, så jeg kan forstå det.

Internt

SDU er en stor arbejdsplads med mange adresser, og det kan være svært at finde ud af, hvem der kan hvad, og hvor jeg kan få hjælp. På de digitale platforme bliver jeg guidet i den rigtige retning og hjulpet til at se muligheder, jeg ikke vidste, jeg havde.

Digitale principper

Vores digitale principper er konkrete værktøjer til at fortolke visionen *Guiden til dit rette valg* i hverdagen. Principperne skal guide os til at træffe de rigtige strategiske beslutninger.

1. Vi har noget på hjerte

På SDU deler vi vores viden og erfaringer. Vi inspirerer og vejleder, og brugerne skal mærke, at vi har noget på hjerte. Dette smitter af på, hvordan vi taler, og hvilke råd vi giver: Vores tone, sprog, fortællinger, funktionaliteter og online services. Brugere skal fornemme personerne bag skærmen og vide, at vi er til for at guide dem til at træffe de rigtige valg.

2. Vi giver brugerne det, de har behov for

Vi prioriterer services, der hjælper brugerne med at træffe kvalificerede valg og undgår lange tekster og indhold, der ikke giver brugerne reel værdi i deres hverdag. Når vi udvikler nye digitale tjenester, inddrager vi de brugere, vi gerne vil have til at benytte dem, og vi formidler altid i et sprog, de kan forstå. Vi har altid tid til at gøre vores tekster korte, og vi har altid fokus på brugeroplevelsen.

3. Vi hjælper de studerende først

Når vi er i tvivl om, hvilken målgruppe vi skal prioritere, vælger vi potentielle og nuværende studerende. Det er dem, vi kan skabe størst værdi for med digitale platforme. Det betyder også, at alle digitale platforme skal være tilgængelige på de studerendes foretrukne enheder – hvad end det er en computer, en telefon eller et ur.

4. Vi plukker de lavthængende frugter først

Det digitale har mange potentialer for et universitet. Vi ved, at vi ikke kan indfri dem alle. Når vi skal vælge, prioriterer vi lavthængende frugter og løsninger, der skaber værdi for flest mulige. Vi forsøger altid at vælge den enkleste løsning for os og for brugeren. Fix the basics.

5. Vi taler til individer

SDU har mange målgrupper med forskellige behov. Derfor arbejder vi med at skræddersy og kvalificere vores valg af løsninger til den enkelte brugers behov og kontekst gennem fx målgruppeindgange og personalisering. Vi skal så vidt muligt opsamle data om brugerne og benytte dette til at optimere og personalisere oplevelsen.

6. Vi måler

Der er et stort behov for at få indsigt i SDU's respektive kanaler og kontakthflader, så vi løbende kan vurdere og justere vores digitale indsats. Dette forudsætter, at vi opsætter målepunkter på vores digitale aktiviteter og kontinuerligt analyserer data for at vurdere tendenser, succeser, mulige løsninger i arbejdet med at kvalitetssikre vores digitale beslutninger og initiativer. Gisninger er ikke længere en gangbar vej.

Principper for digitalt indhold

Nedenstående principper er et konkret værktøj til at fortolke visionen for de enkelte redaktører, når de producerer indhold.

1. Vi viser vejen

Brugerne skal mærke, hvad vi har på hjerte og vide, hvad de skal gøre. Tænk over, hvad du gerne vil have brugerne til at gøre, når de har læst din tekst og inkluder altid én prioriteret 'call to action'.

2. Vi løser problemer

Definer et problem du vil løse og prioriter en konkret målgruppe for dit indhold. Kommuniker altid ud fra målgruppens vidensniveau og kontekst. Har de brug for vejledning eller inspiration? Regler eller muligheder? Test gerne din tekst på en repræsentant for målgruppen inden du publicerer – al kommunikation kan blive bedre.

3. Vi vælger medier med omhu

Vær sikker på, at du har valgt det rette medie til dit budskab. Vi publicerer aldrig indhold på alle medier "for en sikkerheds skyld". Fx er sdu.dk målrettet eksterne målgrupper, mens kommunikation til ansatte foregår på SDUnet. Vi tænker over, hvordan vi skriver til det enkelte medie – og møder vores brugere i sproglig øjenhøjde på alle platforme.

4. Vi gør det let for brugerne

Tænk indholdsformater som step-by-step guides, meget korte tekster, grafiske visualiseringer af muligheder, video og lign. Gør det nemt for dem at komme i kontakt med rette vedkommende.

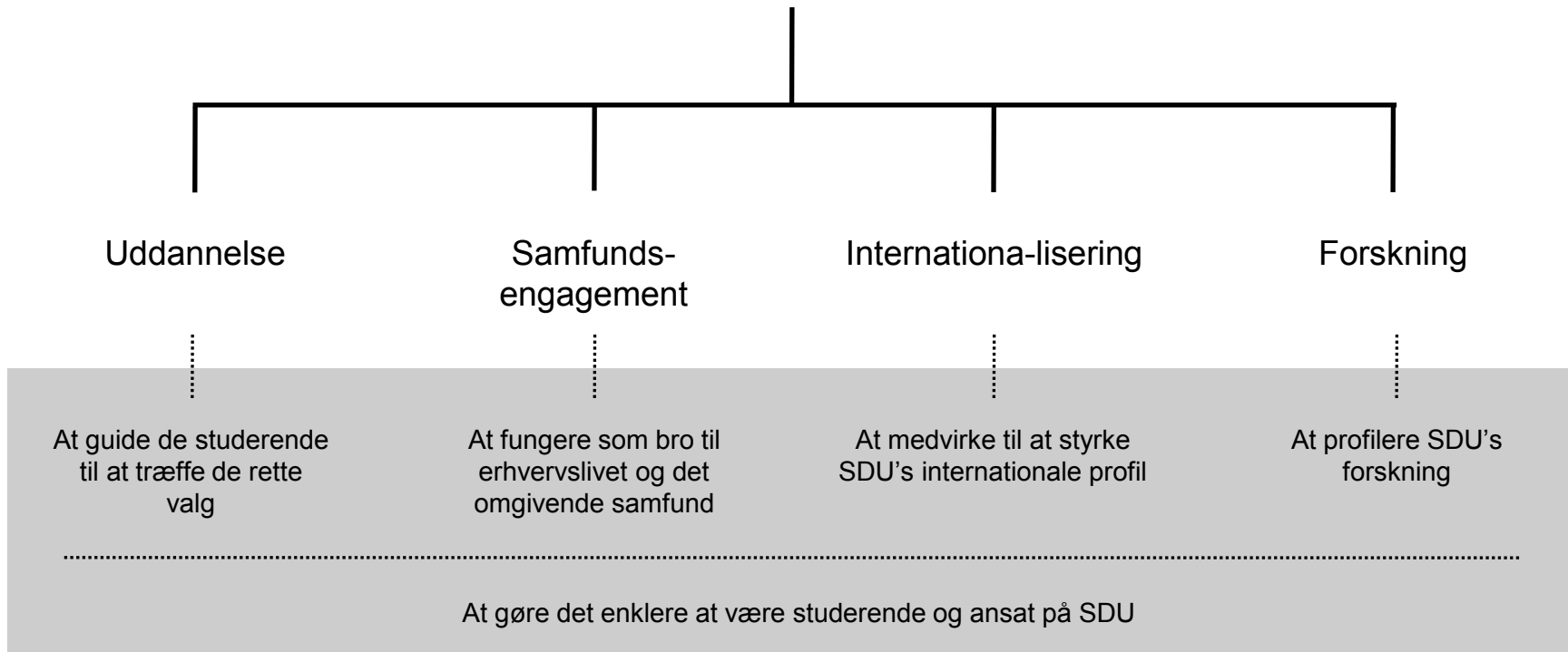
5. Vi gør det let for os selv

Gør dit arbejde så enkelt som muligt for dig selv. Konkret bør du altid tage udgangspunkt i de modeltekster og skabeloner, vi løbende udvikler til forskellige kommunikationsbehov.

Målsætninger

Online strategiens målsætninger bygger på SDU's overordnede strategi

Et internationalt universitet med fokus på de studerende



Prioriterede målsætninger

I prioriteret rækkefølge er de fem forretningsmæssige målsætninger for SDU's onlinestrategi:

- 1) At guide de studerende til at træffe de rette valg**
- 2) At gøre det enklere at være ansat på SDU**
- 3) At profilere SDU's forskning**
- 4) At medvirke til at styrke SDU's internationale profil**
- 5) At fungere som bro til erhvervsliv og det omgivende samfund**

1) At guide de studerende til at træffe de rette valg

Vi vil tiltrække de rette studerende til de rette uddannelser og guide optagne studerende gennem deres uddannelse. Det giver os så dygtige studerende som muligt med så høj gennemførselsprocent som muligt.

Delmål (i ikke-prioriteret rækkefølge):

- 1a) Leverer tilgængelig og åben kommunikation om mulighederne og livet på SDU
- 1b) Tiltrække de rette studerende gennem markedsføring og åben dialog
- 1c) Forenkle administrative arbejdsgange og gøre det enklere at være studerende på SDU
- 1d) Løbende udvikle og tilpasse relevante digitale services, der hjælper de studerende i deres hverdag på SDU

2) At gøre det enklere at være ansat på SDU

Digitale medier er et redskab for såvel VIP- som TAP-ansatte til at udføre deres arbejde så enkelt og effektivt som muligt.

Delmål (i ikke-prioriteret rækkefølge):

2a) At tiltrække de rette medarbejdere til SDU

2b) At sikre nem videndeling internt på SDU

2c) At gøre administrative arbejdsgange så enkle som muligt for ansatte

3) At profilere SDU's forskning

Digitale medier skal bidrage til at profilere vores forskere og forskning overfor relevante målgrupper – herunder forskningsmiljøer, presse og erhvervsliv.

Delmål (i ikke-prioriteret rækkefølge):

3a) Gøre SDU's videnpersoner let tilgængelige

3b) Profilere eliteforskningsområder og strategisk forskning via artikler og markedsføring, som er tilgængelig for en bredere målgruppe

4) At medvirke til at styrke SDU's internationale profil

Vi er et internationalt universitet. Online-medier skal styrke internationale samarbejdsrelationer og bidrage til at rekruttere studerende og medarbejdere fra hele verden.

Delmål (i ikke-prioriteret rækkefølge):

4a) Rekruttere internationale medarbejdere

4b) Rekruttere internationale studerende

4c) Markedsføre SDU overfor det internationale forskningsmiljø

4d) Synliggøre internationale muligheder overfor studerende

5) At fungere som bro til erhvervsliv og det omgivende samfund

Online-medier skal bidrage til at forankre SDU's ydelser i samfundet ved at agere bro til erhvervsliv og det omgivende samfund.

Delmål (i ikke-prioriteret rækkefølge):

5a) Formidle SDU's forskning til pressen og kommercielle målgrupper

5b) Tiltrække kursister til efter-/videreuddannelse

5c) Facilitere netværk mellem studerende og erhvervsliv

5d) Synliggøre jobmuligheder overfor de studerende

5e) Knytte alumner tættere til SDU

5f) Støtte pressearbejdet på SDU

Digitale hygiejnefaktorer

Udover de fem forretningsmæssige målsætninger er der et grundlæggende behov for at løfte SDU's digitale løsninger. For nærværende lever de ikke alle op til almindelig best practice for digital tilstedeværelse for en organisation med SDU's størrelse og ambitioner.

Det er derfor afgørende for onlinestrategiens succes, at følgende digitale forudsætninger (hygiejnefaktorer) kommer på plads som led i implementering af strategien:

- Brugervenligheden skal løftes og tænkes ind i alle SDU's digitale aktiviteter på tværs af digitale medier
- SDU's web-platforme skal optimeres til en tid, hvor de tilgås fra mange forskellige devices fx smartphones og tablets
- Der skal gennemføres strukturering af data og skabes sammenhæng/integrationslag på tværs med henblik på personalisering
- Der skal tages særligt hensyn til redaktørernes forskelligartede it/web-forudsætninger, når der udvikles nye tekniske løsninger og redaktørværktøjer

For at opnå dette er der behov for en opkvalificering af organisationen. Der skal sættes øget fokus på de vigtigste projekter, og samtidig skal kompetenceniveauet løftes hos redaktører på hele SDU.

Værdiskabelse ved opfyldelse af strategiens målsætninger

Opfyldelse af de forretningsmæssige målsætninger i strategien bidrager til følgende værdiskabelse for SDU:

- At hjælpe de studerende til at træffe de bedste valg bidrager til en **lavere frafaldsprocent**.
- At guide de studerende effektivt gennem studietiden bidrager til, at studerende **hurtigere gennemfører deres studier**.
- At effektivisere og digitalisere manuelle administrative opgaver **sparer ressourcer** på SDU.
- Åben og effektiv formidling kan medvirke til at nå flere målgrupper og **øge interessen for SDU's forskning** i det omgivende samfund og erhvervsliv.
- At markedsføre SDU internationalt, samt inspirere og guide studerende internt, **understøtter SDU's internationalisering** i forhold til udenlandske studerende såvel som egne studerende, der vil studere i udlandet.

Målgrupper

Prioriterede målgrupper

SDU's digitale platforme skal bidrage til at levere på SDU's grundfortælling:

Et internationalt universitet med fokus på de studerende

Derfor er de studerende den vigtigste målgruppe for strategien og for de aktiviteter, SDU prioriterer at udvikle online.

I prioriteret rækkefølge er de fire vigtigste målgrupper for SDU's onlinestrategi:

- 1) Studerende (både nuværende og kommende)
- 2) Ansatte på SDU (både VIP og TAP)
- 3) Forskningsmiljøet (både på SDU og udenfor)
- 4) Erhvervslivet og det omgivende samfund

Brugerbehov

Prioriterede brugerbehov hos den primære målgruppe – de studerende:

- Gør det nemt og enkelt for mig at overskue *mine* muligheder
- Giv mig fleksibilitet, så jeg kun får *mine* informationer og undgår ”støj”
- Hjælp mig med at træffe valg, der optimerer *mit* studieliv og *min* studietid
- Inspirér *mig* og motivér *mig*, så jeg kan træffe de rigtige valg for *mig*

Grundlæggende brugerbehov hos øvrige målgrupper – ansatte, forskere og erhvervsliv:

- Adgang til information om uddannelser og ansøgningsproces
- Praktisk information om studiet (skema, eksamener og lign.)
- Adgang til materialer, blanketter og lign.
- Kontakt til studievejledning og andre personer på SDU
- Løbende nyheder om events og arrangementer
- Videndeling internt
- Formidling af forskning

Medier og platforme

Prioriterede medier og platforme

De enkelte mediers formål og målgrupper er en hjørnesten i onlinestrategien.

Strategien er bygget op om følgende medier (i ikke-prioriteret rækkefølge):

Pull-medier (medier brugerne selv opsøger)

Sdu.dk

SDUnet

Ny studenterrettet platform

Push-medier (medier der opsøger brugerne)

Facebook

(Nyhedsbreve)

LinkedIn

Twitter

Instagram

Prioriterede medier & platforme

Hvert medie har klart definerede målgrupper og formål. Hver af SDU's platforme har en vigtig og klart defineret rolle, der understøtter visionen.

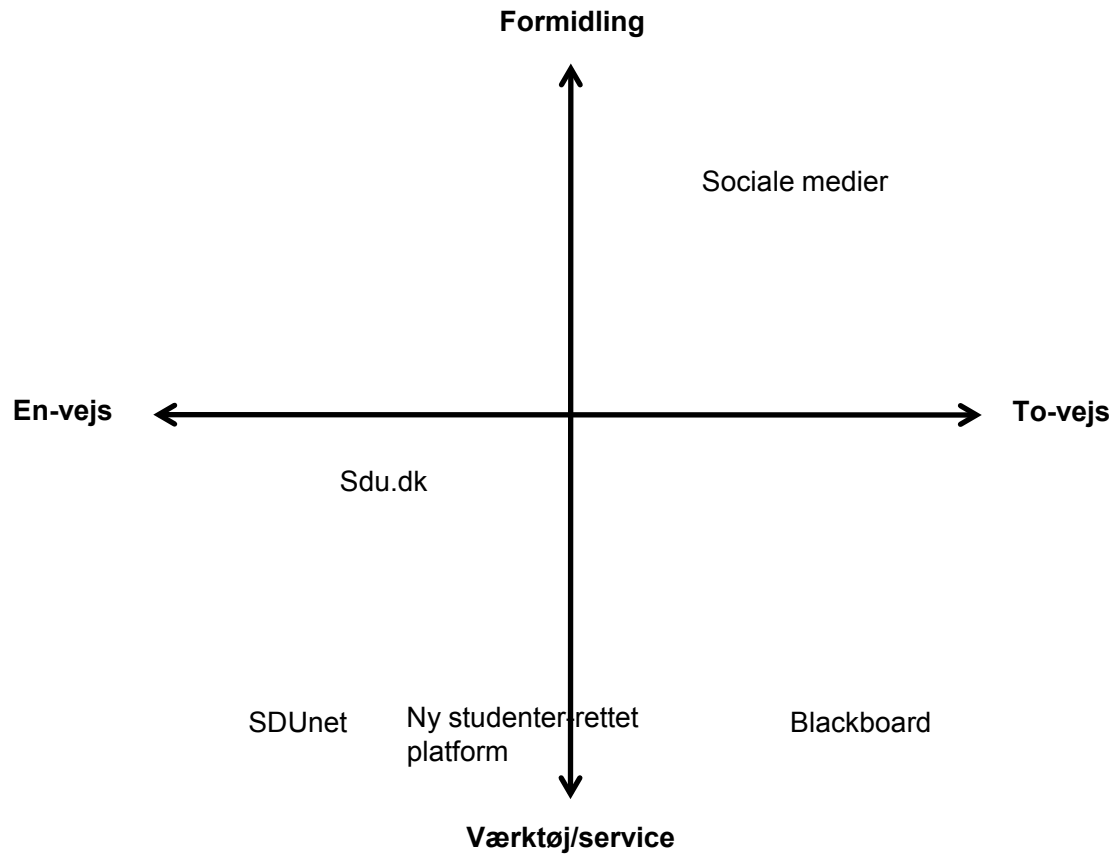
Medie	Primær målgruppe	Formål	Prioritet (Høj, Middel, Lav)
Sdu.dk	Henvender sig til eksterne målgrupper: - Potentielle studerende - Forskningsmiljøer - Andre forskningsinteresserede - Erhvervslivet	Guide brugerne til den rette viden for dem.	Høj
SDUnet	Henvender sig til ansatte på SDU	De ansattes primære arbejdsredskab.	Høj
Ny studenterrettet platform (website og app)	Nuværende studerende	Personaliseret redskab til studerende på SDU. Hovedparten af indholdet kræver login. App er "dagen i dag"-funktionalitet med dagens vigtigste beskeder som skema, frister, aflysninger m.m. (à la Google+).	Høj
Facebook og Instagram	Nuværende og potentielle studerende	Direkte indsigt i livet og holdningerne på SDU.	Middel
Twitter	Politiske interessenter og andre debattører	Nyheder fra SDU, debat og holdninger fra bl.a. rektor.	Middel
LinkedIn	Erhvervslivet og alumner	Platform for netværk på tværs af erhvervsliv og SDU.	Middel

Prioriterede medier & platforme

Hvert medie har sin målgruppe og sit indhold. Det betyder, at indhold som udgangspunkt ikke publiceres på flere platforme. Der kan dog være undtagelser herfor – hvis eksempelvis en nyhed skønnes at være relevant for flere målgrupper.

Medie	Indhold
Sdu.dk	Enkel adgang til de services, der interesserer eksterne målgrupper: Interaktiv uddannelsesguide, guide til ansøgningsprocessen, arrangementskalender, nyhedsstream, inspirerende forskningsformidling, bibliotek osv.
SDUnet	Enkel adgang til arbejdsredskaber: Blanketter, formularer, kontaktoplysninger, overblik over SDU-organisationen, it-support, hjælp til ansøgning om bevillinger, regler osv.
Ny studenterrettet platform (website og app)	App er dagen i dag-funktionalitet. Website er den uddybede udgave, hvor den studerende kan få den fulde oversigt og adgang til services. Enkel adgang til: Praktiske informationer og services, der hjælper de studerende i deres hverdag på SDU og letter administrative opgaver. Nyhedsabonnementer og direkte adgang til studievejledning.
Facebook og Instagram	Løbende historier og reportager fra livet på SDU – både det sociale og faglige.
Twitter	Debat og diskussion af emner på SDU, der er interessante og relevante for samfundsdebatten og Twitter-målgruppen.
LinkedIn	Løbende nyheder om erhvervsrelevante arrangementer og efteruddannelser på SDU. Løbende opdateringer om ny erhvervsrelevant forskning. Annoncering efter potentielle samarbejdspartnere.

Indbyrdes positionering af medier og platforme



Prioriterede budskaber

- SDU er de studerendes universitet.
- SDU gør det enkelt for dig. Vi hjælper dig med at finde vej gennem de mange muligheder, vi tilbyder og hjælper med at træffe de rette valg.
- SDU giver dig de værktøjer og services, du behøver i din hverdag som studerende.
- Du står aldrig alene med dine udfordringer. Vi tager hånd om dig fra studiestart til dimission og længe efter, du er gået ud af universitetet.

Morten Gade / mga@kontrapunkt.com
Rikke Nalepa Olesen / rno@kontrapunkt.com
www.kontrapunkt.com