

# EVALUERINGSRAPPORT

## FRAMTIDSYLKET KARRIEREMESSER 2014

Evaluering av spørjeundersøkinga blant  
gjestar på Framtidsfylket Karrieremesser 2014  
i Trondheim, Bergen og Oslo



Framtidsfylket AS | Postboks 600 | 6804 Førde | Tlf. 91321392 |  
[post@framtidfylket.no](mailto:post@framtidfylket.no) | [www.framtidfylket.no](http://www.framtidfylket.no) | Org.nr.: 992 403 896

## Oppsummering

Denne rapporten er utført av Framtidsfylket AS vår 2014. Målsettinga med evalueringsrapporten er å komme fram til forslag til forbetringar hos både arrangør og deltakande bedrifter ved å finne ut kven som deltek på Framtidsfylket Karrieremesser og kva inntrykk gjestane har av messa. Dette har vi gjort ved å sende ut ein spørjeundersøking til alle som deltok som gjestar på Framtidsfylket Karrieremesser i Trondheim, Bergen og Oslo vinteren 2014. Om lag ein tredjedel av gjestane svarte.

Undersøkinga viser at messene tiltrekk stort sett lik andel menn og kvinner, folk i alderen 20 – 35 år og i størst grad folk frå Sogn og Fjordane. På Trondheims-messa deltok yngre studentar frå ulike stadar i landet, medan Oslomessa tiltrekk seg eldre yrkesaktive frå Sogn og Fjordane. Dei aller fleste som deltok på Framtidsfylket karrieremesser fekk informasjon om arrangementet gjennom sosiale medium og vennar og kjende. Undersøkinga viser at gjestane er stort sett nøgd med messa og meiner dei møter interessante verksemder. Likevel finn vi nokre mørketal. Nokre av respondentane fekk eit negativ inntrykk av messa og enkelte standhaldarar, og dei fann heller ikkje interessante verksemder. Samstundes seier dei aller fleste at Framtidsfylket bør arrangere karrieremesse i Trondheim, Bergen og Oslo kvart år.

Ut av hovudfunna har vi komen fram til forslag til forbetringar. Framtidsfylket må i større grad sikre eit mangfald av deltakande bedrifter, slik at gjestane kan møte fleire ulike typar fagkompetanse. Selskapet må og jobbe for å skape meir eigarskap, medvit og stolheit kring merkevara internt i Sogn og Fjordane. Jungeltelegrafan er ei tydeleg hovudkanal for informasjon om arrangementa, så ein større «dugnad» på informasjonsspreiing kan løfte merksemda kring arrangementa. Bedriftene som deltek på karrieremessene må bli betre på representasjon av bedrifta og ha ein meir medvite tanke om at dei representerer heile fylket.

# Innhald

1. Innleiing	4
2. Framtidsfylket Karrieremesser 2014	5
<b>2.1. Trondheim</b>	
<b>2.2. Bergen</b>	
<b>2.3. Oslo</b>	
3. Spørjeundersøkinga	7
4. Funn og tolking	8
<b>4.1. Kven er gjestane?</b>	
4.1.1. Kjønn	
4.1.2. Alder	
4.1.3. Jobbstatus	
4.1.4. Kjem frå	
4.1.5. Oppsummering – kven er gjestane?	
<b>4.2. Kor fekk dei vite om messa?</b>	
4.2.1. Har dei vore på Framtidsfylket sine messer tidlegare?	
4.2.2. Kor fekk dei først informasjon om messa?	
4.2.3. Oppsummering – kor fekk dei vite om messa?	
<b>4.3. Inntrykk av messa</b>	
4.3.1. Møtte dei interessante verksemdar?	
4.3.2. Kor nøgd er dei med korleis bedriftene presenterte seg på stand?	
4.3.3. Om dei ikkje er nøgd med korleis bedriftene presenterte seg, kvifor?	
4.3.4. Likte dei plenumsprogrammet?	
4.3.5. Fekk dei nyttig kunnskap om karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane?	
4.3.6. Ønskjer dei å jobbe og bu i Sogn og Fjordane?	
4.3.7. Synes dei at Framtidsfylketmesse skal arrangerast årleg?	
4.3.8. Kjem dei att neste år?	
4.3.9. Oppsummering – inntrykk av messa	
<b>4.4. Framtidsfylket.no</b>	
4.4.1. Korleis graderer dei Framtidsfylket.no	
4.4.2. Kjem dei til å ta i bruk Framtidsfylket.no?	
4.4.3. Oppsummering – Framtidsfylket.no	
5. Hovudfunn og forslag til forbetring	19
<b>5.1. Kva må vi jobbe meir med?</b>	
5.1.1. Tilpasse oss publikum	
5.1.2. Stoltheit, eigarskap og medvit kring merkevara	
5.1.3. Bedriftene sin representasjon og verksemdar som deltek	
5.1.4. Plenumsprogrammet	
<b>5.2. Kva fungerer</b>	
5.2.1. Vi møter vårt publikum	
5.2.2. Nysgjerrige på fylket	
5.2.3. Nettsida, Framtidsfylket.no	

## 1. Innleiing

Framtidsfylket Karrieremesser vart arrangert for åttande år på rad i 2014. Verksemder frå heile Sogn og Fjordane pakka roll-ups, brosjyrar og fengande slagord og reiste til Trondheim, Bergen og Oslo for å vise fram moglegheitenes fylke. Det gjekk veldig bra. Både i Trondheim og Bergen fekk messene publikumsrekord. I hovudstaden fekk vi testa ut eit nytt messekonsept som resulterte i inspirasjon til å utvikle Framtidsfylketmessene vidare for framtida.

Framtidsfylket jobbar for at fleire skal få auga opp for fylket vårt. Målsetnaden er at dei som deltek på Framtidsfylket Karrieremesser skal oppdage kva moglegheiter som finst for dei, og sitte igjen med eit engasjement til å ville flytte til, og jobbe i Sogn og Fjordane.

Verksemder som deltek på Framtidsfylketmessene spør oss ofte om kven den gjennomsnittlege publikummar er og kva dei meiner og vil. Er dei frå Sogn og Fjordane? Kva synes dei egentleg om messa? Møter dei interessante verksemder? Og får dei lyst på ein jobb i Sogn og Fjordane?

I år har vi tatt sikte på å finne tendensane blant gjestane på Framtidsfylket Karrieremesser for å finne kva vi er gode på og korleis vi kan forbetre oss. Ønsket er at undersøkinga skal hjelpe Framtidsfylket til å bli ein endå betre messearrangør, hjelpe bedrifter til å bli betre standhaldarar og på den måten inspirere fleire til å ville komme til Sogn og Fjordane.

I første delen av rapporten presenterast kvar karrieremesse, program og deltakande bedrifter. Så gjer vi kort greie for spørjeundersøkinga. I del 4 går vi igjennom materialet, for så å legge fram hovudfunna og forslag til forbetringar i del 5.



## 2. Framtidsfylket Karrieremesser 2014

### 2.1. TRONDHEIM

Måndag 27. januar deltok 25 bedrifter på Framtidsfylket Karrieremesser på Rica Nideleven Hotel i Trondheim. 300 gjestar tok turen for å bli betre kjend med jobbmoglegheitene i Sogn og Fjordane. Trondheimsmessa sette med det publikumsrekord. Frå scena heldt Rasmus Mo motivasjonsføredraget "Stolt og Dønn Ærleg", Linda Gytri spelte og det var visningar av diverse filmar. Under messa gjekk ein fellespresentasjon av deltakande bedrifter på to ulike skjermar, med ei oversiktleg presentasjon av kvar einskild bedrift som var tilstade på messa. Det var servering av tapas og drikke. Når messa var slutt vart gjestar og standhaldarar invitert vidare til etterfest og releasekonsert på Familien med Laila B Band. Vi sette opp buss frå Rica Nidelven til konsertstaden.

Deltakande bedrifter:

Maritim Forening Sogn og Fjordane, Cermaq, HAFS Regionråd, Stryn Næringshage, Statens vegvesen, Lutelandet Utvikling, Sogn og Fjordane fylkeskommune, Enoro, Sognekraft, DIFI, Nordfjord regionstand, ARKI Arkitektar, Nordfjord vekst, Fjord1, NVE, Sogn og Fjordane Energi, Sunnfjord Energi, Sogn Regionråd, Innovasjon Norge, Sunnfjord-regionen (SIS), Sparebanken Sogn og Fjordane, Kunnskapsparke i Sogn og Fjordane, Hellenes, Westcon Design Florø, Høgskulen i Sogn og Fjordane

### 2.2. BERGEN

61 verksemdar deltok på Framtidsfylket Karrieremesse i Grieghallen onsdag 12. februar. På årets andre messe vart det rekord i tal stands og ikkje minst publikumsrekord med 600 registrerte gjestar. Plenumsprogrammet i Per Gynt Salen var det same som i Trondheim, med motivasjonsføredrag, musikk og filmvisning. På alle skjermar i fyrste og andre etasje snurra bedriftspresentasjonen som synte alle bedriftene gjestane kunne treffe og kva desse verksemdene hadde å tilby av karrieremoglegheiter. Etter messeslutt inviterte vi gjestar og standhaldarar vidare til konsert med Laila B Band på Logen.

Deltakande bedrifter:

Adecco Norge - avd Florø/Førde Avery Dennison NTP, Bilfinger Industrial Services Norway, Cermaq, Deloitte, Direktoratet for forvaltning og IKT, Enoro, Ernst & Young, Fjaler Næringsutvikling, Fjord1, Fjordenes Tidende, Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, Gloppen kommune, HAFS Regionråd, Havyard Group, Helse Førde, Highsoft, Hydro Aluminium, Hyllestad kommune, Hyllestad Næringsråd, Høgskulen i Sogn og Fjordane, Høyanger kommune,

Høyanger Næringsutvikling, Høyanger vidaregåande skule, Innovasjon Norge, Innovatitt, Kunnskapsparken i Sogn og Fjordane, Kvalitetslosen, Lerum Fabrikker, Lotteri- og Stiftelsestilsynet, Lutelandet utvikling, Maritim Forening Sogn og Fjordane, Melin Medical, Multi Maritime , NAV Sogn og Fjordane/NAV Eures, NAV Økonomiteneste, Nordfjord Regionstand, Nordfjord Vekst, Normatic, NVE - Noregs vassdrag- og energidirektorat, Nyrstar, Osland Havbruk , PricewaterhouseCoopers, Røde kors Haugeland Rehabiliteringssenter, Saga Fjordbase, Saint Jean Wheels , Sogn og Fjordane Energi, Sogn og Fjordane fylkeskommune, Sogn Regionråd, Sognekraft, Soggenett, Sparebanken Sogn og Fjordane, Sparebanken Vest, Statens vegvesen, Stryn Næringshage, Sunnfjord Energi, Sunnfjord-kommunane, SWECO Norge, avd Førde, Veidekke Entreprenør, Økonor HAFS, Åsen & Øverlid

### **2.3. OSLO**

Torsdag 13. mars deltok 22 verksemder i Sogn og Fjordane på årets siste karrieremesse på Månefisken i Oslo. 160 gjestar deltok. I hovudstaden la vi opp til ei litt annleis karrieremesse. Dei tradisjonelle bedriftsstandane vart bytta ut med ei meir uformell, men organisert mingling arbeidssøklarar og arbeidsgjevarar i mellom. Golvarealet vart utnytta med eit ståbord til kvar bedrift, roll-upane vart plassert langs veggane - uavhengig av kor verksemda sto. Vi laga til bordflagg med bedriftslogo på kvart ståbord, sette opp eit informasjonsbord med flyers og anna infomateriell ved inngangen, og plakatar med kontaktinformasjon vart hengt opp. Plenumsprogrammet varte ein halvtime lenger enn på dei andre messene. Felles bedriftspresentasjon gjekk på skjermar slik som på dei førre messene. Det vart servert tapas, og etter messa heldt vi etterfesten i same lokalet med jamming frå scena.

Deltakande bedrifter:

Cermaq, Fjord1, Fylkesmannen i Sogn og Fjordane, Gloppen kommune, HAFS regionråd, Høgskulen i Sogn og Fjordane, Innovasjon Norge, Kunnskapsparken i Sogn og Fjordane, Lotteri- og stiftelsestilsynet, NAV Eures, Nav Sogn og Fjordane, NHO Sogn og Fjordane, Nordfjord vekst, NRK Nynorsk mediesenter, NVE, PwC, Sogn og Fjordane Energi, Sogn og Fjordane fylkeskommune, Sogn regionråd, Sparebanken Sogn og Fjordane, Stryn Næringshage, Sunnfjord energi, Tine Meieriet Byrkjelo.

### 3. Spørjeundersøkinga

For å kartlegge den vanlege publikummar på Framtidsfylket Karrieremesser og kva inntrykk dei har av arrangementa sendte vi å ut ein Questback-spørjeundersøking til alle gjestane på messene i 2014.

Vi lagde eit spørjeskjema med 17 spørsmål som tok for seg tema som personalia, kor dei fekk informasjon om messa dei deltok på, deira opplevingar under messa, kva inntrykk dei sitt igjen med, og om deira oppleving av jobbportalen, Framtidsfylket.no. Same spørjeskjema vart nytta for alle tre messene.

Questbackskjemaet vart sendt ut til alle deltakarane per e-post dagen etter messene i Trondheim, Bergen og Oslo. Når du gjestar Framtidsfylket sine karrieremesser må du registrere deltaking på vår nettside, med namn og e-postadresse. På denne måten får vi oversikt over kor mange deltakarar det er på messa og vi får moglegheit til å følgje opp folk i etterkant.

Samanlagt for alle messene har 315 respondert på spørjeundersøkinga (sjå tabell). Det utgjer cirka ein tredjedel av alle gjestane for kvar messe. Svarandelen meiner vi i gir grunnlag for å kunne finne tendensar i datamaterialet.

#### Oversikttabell for kvar messe:

MESSESTAD	DATO	GJESTAR	BEDRIFTER	EVALUERING	Svarprosent
<b>Trondheim</b>	27. jan	300	25	95 svar	32 %
<b>Bergen</b>	12. feb	600	61	174 svar	29 %
<b>Oslo</b>	13. mars	160	22	45 svar	28 %

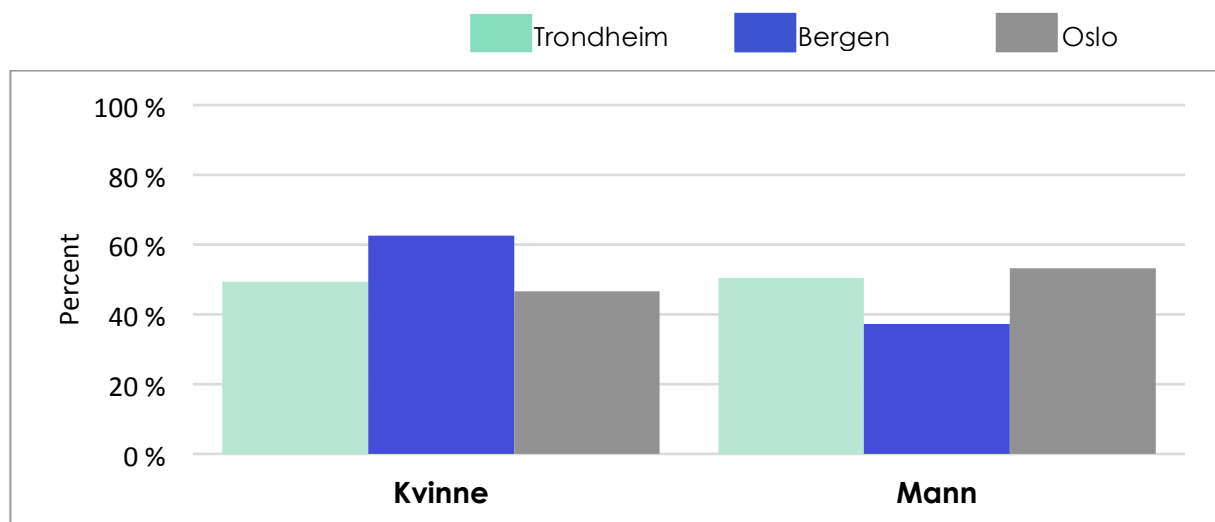
## 4. Funn og tolking

I denne delen vil vi sjå på, reflektere og tolke respondentanes svar. Vi kjem til legge fram materialet som det viser seg og kommentere grafane.

### 4.1. KVEN ER GJESTANE?

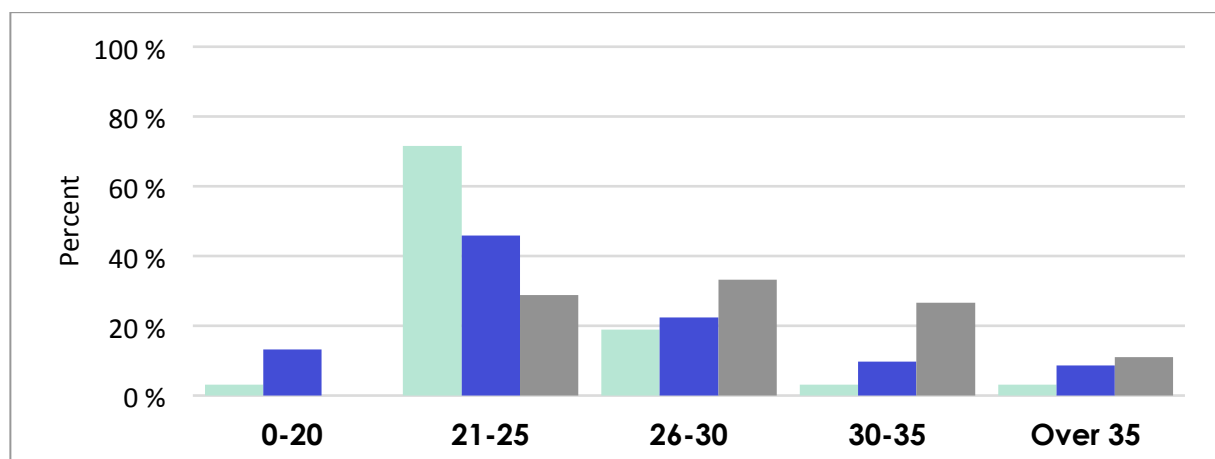
Kven deltek egentleg på Framtidsfylket sine karrieremesser? Er det forskjell mellom kjønna? Når Framtidsfylket sine målgrupper? Er det berre studentar som kjem på messene, og kor i landet kjem dei egentleg i frå?

#### 4.1.1. Kjønn



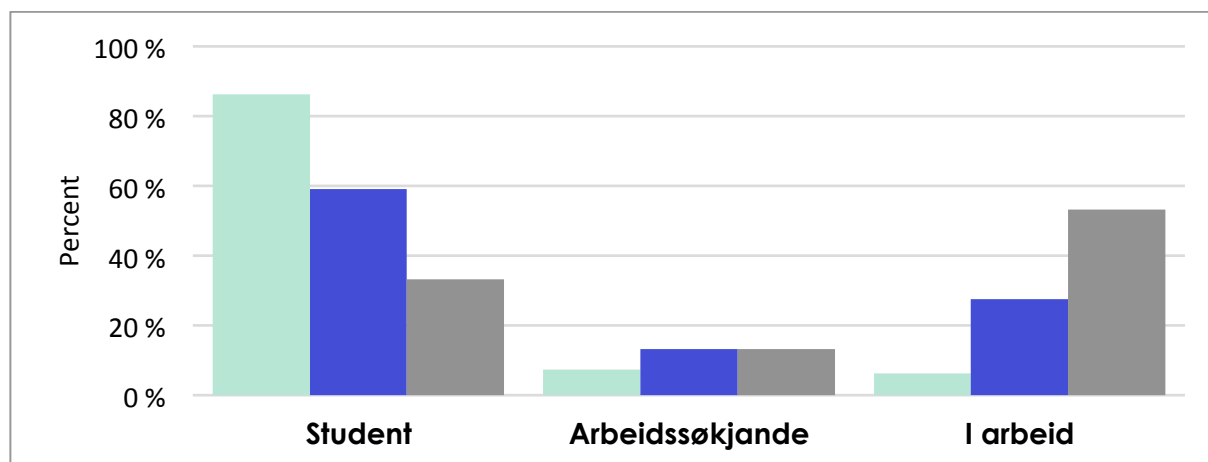
Framtidsfylket Karrieremesser syner å tiltrekke om lag lik andel menn og kvinner i Trondheim og Oslo. Bergen skiljar seg for øvrig ut, med ein vesentleg større andel kvinner enn menn - 65 prosent kvinner og 35 prosent menn.

#### 4.1.2. Alder



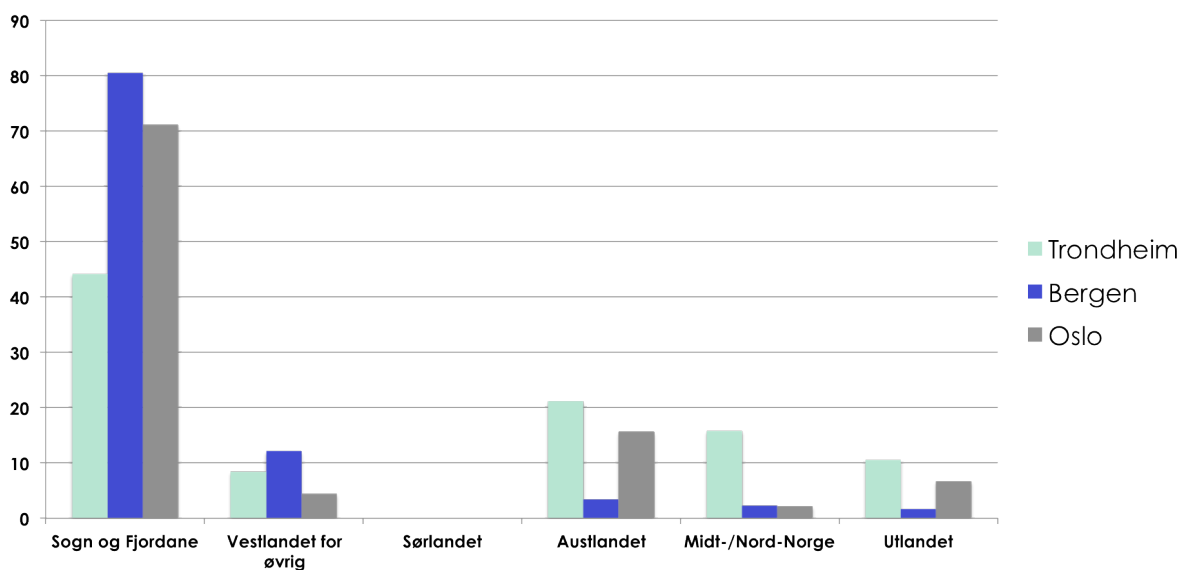
Grafen viser forskjell i alder på dei ulike messene. I Trondheim er ca 70 prosent av gjestane i alderen 21-25 år . I Oslo er gjestane i ein eldre aldersgruppe (26-30 og 30-35). For øvrig syner materialet at Framtidsfylket i stor grad treff målgruppa den marknadsfører mot.

### 4.1.3. Jobbstatus



Trondheim-, og Bergenmessa har ein høgst andel studentar, mens Oslo har ein større andel deltakarar som er i arbeid.

### 4.1.4. Kjem frå



Grafen viser at messene tiltrekker seg folk som er frå Sogn og Fjordane. Gjестane i Trondheim har likevel ein meir spredt geografisk bakgrunn, med ei relativt stor andel frå austlandet og midt-/Nord-Norge.

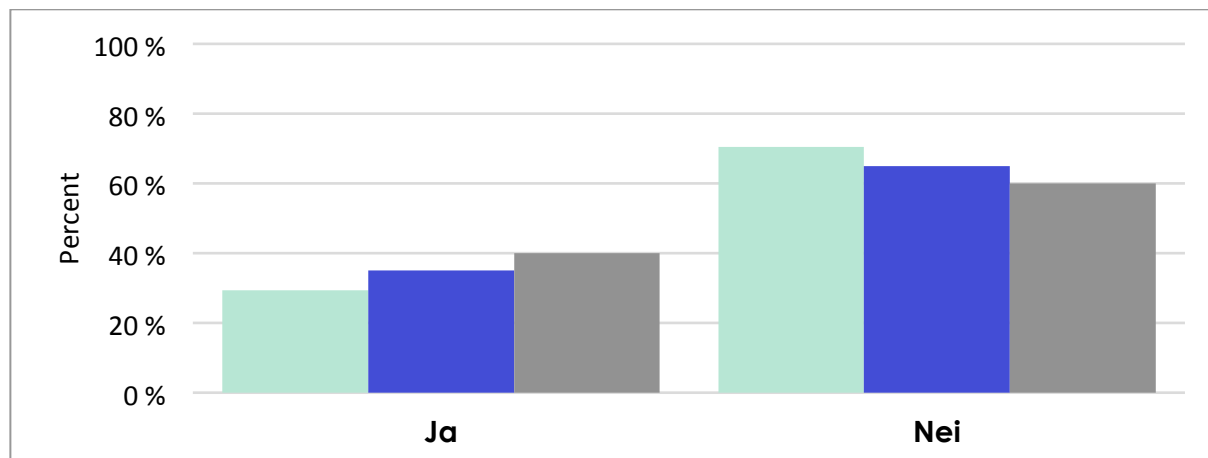
#### 4.1.5. Oppsummering – kven er deltakarane

Materialet viser tendensar til at byane har eit ulikt publikum. Trondheim har størst grad studentar i relativt ung alder (21-25 år) som kjem frå ulike plassar i landet. Oslo har eit relativt eldre publikum (26-35), som er i arbeid, og med hovudvekt av folk frå Sogn og Fjordane. Bergen sitt publikum har flest studentar, men er den messa som tiltrekker seg vesentleg fleir kvinner enn menn og har størst andel deltakarar som kjem frå Sogn og Fjordane av alle messene.

#### 4.2. KOR FEKK DEI INFORMASJON OM MESSA?

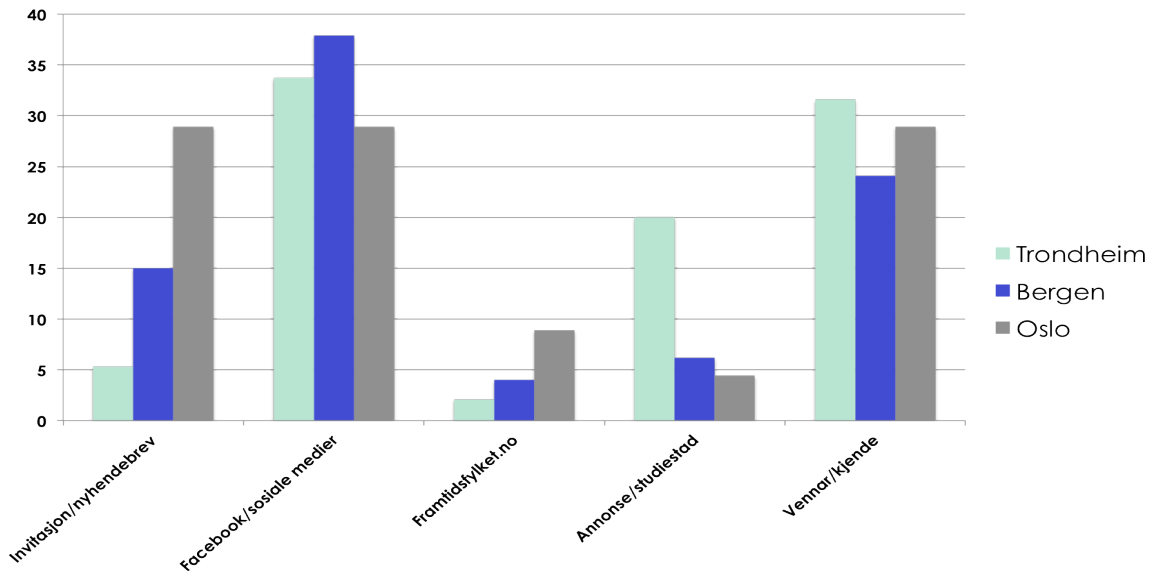
Korleis fekk gjestane invitasjon til arrangementa? Såg dei ei annonse i ei studentavis? Var dei innom på Framtidsfylket.no? Vart dei kanskje tipsa om å delta av vennar og kjende? I denne delen skal vi sjå nærmare på kva kanalar vi best når fram med når vi inviterer våre målgrupper og gjestar.

##### 4.2.1. Har dei vore på Framtidsfylket sine messar tidlegare?



Grafen tyder på at det er god fornying på messene. Mange har ikkje vore på Framtidsfylket sine messer tidlegare. Trondheimsmessa hadde størst andel av deltakarane som ikkje hadde vore på Framtidsfylket-messe før. 40 prosent av respondentane svarta at dei hadde vore på Framtidsfylket Karrieremesse tidlegare, noko som er positivt mtp å vere eit årlege samlingspunkt for nettverksbygging.

#### 4.2.2. Kor fekk dei først informasjon om karrieremessa?



Denne grafen viser at *sosiale medium* og *jungeltelegraf*en via vennar og kjende er dei viktigaste kanalane for informasjon om Framtidsfylket karrieremesser. Samstundes ser ein at annonser i student- og lokalavisar hadde relativt stor effekt på respondentane i Trondheim og direkte invitasjon frå Framtidsfylket hadde stor effekt på gjestane i Oslo.

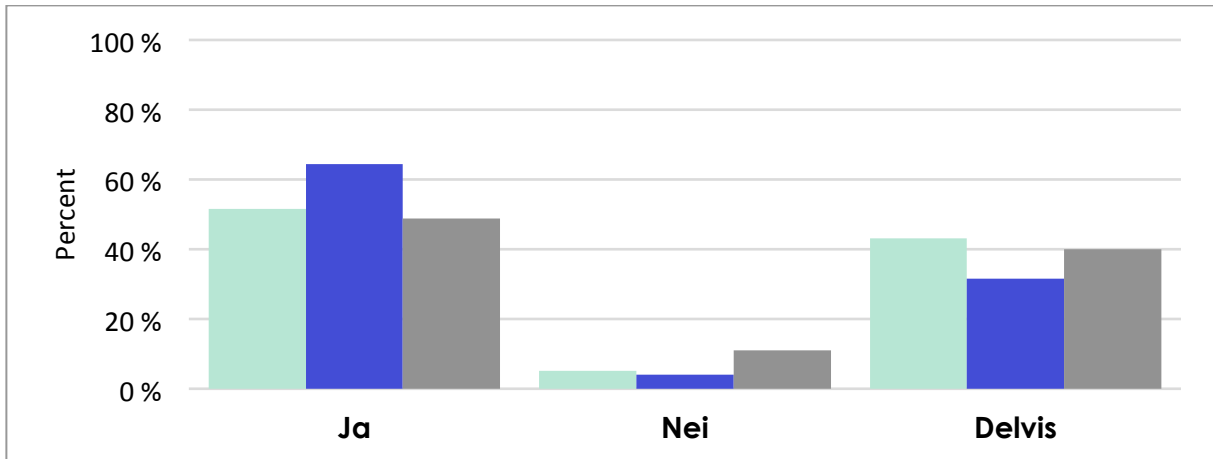
#### 4.2.3. Oppsummering – kor fekk dei informasjon om messa?

Materialet viser tendens til at marknadsføringa av karrieremessene har effekt på nye brukarar. Elles er det gledelig å sjå at såpass mange returnerer til våre karrieremesser. Det tyder på at tidlegare messer har gjeve eit positivt inntrykk og at dei opplev å få noko ut av å vere tilstade. Samstundes viser materialet at Framtidsfylket aleine ikkje klarar å nå ut til den store breidda, men er avhengig av jungeltelegraf<sup>en</sup> via deltakande verksemder, vennar og kjende. Sosiale medium, som facebook, er og ein viktig plattform for å spreie våre budskap kring messene.

### 4.3. INNTRYKK AV MESSA

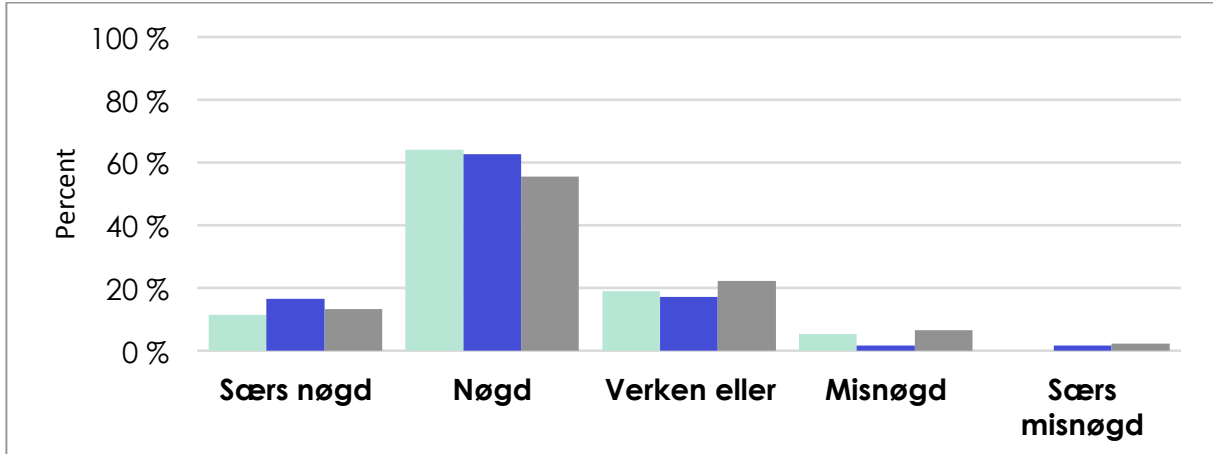
Korleis hadde dei det egentlig på messa? Fekk dei lyst til å flytte til Sogn og Fjordane etter å ha delteke? Er inntrykket forskjellig mellom byane? Og møtte dei spennande bedrifter?

#### 4.3.1. Møtte dei interessante verksemder?



Om lag 50 prosent av respondentane svarar at dei møtte interessante verksemder. I Bergen er dei meir nøgde med kva bedrifter dei møtte enn i Oslo og Trondheim. I Oslo er det flest respondentar som svarar at dei ikkje møtte interessante verksemder.

#### 4.3.2. Kor nøgd er dei med korleis bedriftene presenterte seg på stand?



Respondentane svarar stort sett at dei er nøgde på korleis bedriftene presenterte seg på stand på dei tre messene. Om lag 15 prosent er særs nøgde. 9,4 prosent av gjestane i Oslo er misnøgde eller særs misnøgde med korleis bedriftene presenterte seg.



### 4.3.3. Om du ikkje er nøgd med korleis bedriftene presentere seg på stand, kvifor?

**5,3 % av gjestane i Trondheim** var misnøgde med korleis bedriftene presenterte seg på stand. Her er kommentarar frå nokre av dei som var misnøgde:

- "For mange interesseorgan som representerer for mange bedrifter utan særleg innsikt i desse bedriftene"
- "Vanskeleg å få utfyllande svar"
- "Fysikk dårleg representert"
- "For få ingeniørbedrifter og informatikk, samfunnsvitarar"
- "Standane fokuserte meir på konkurransar enn å snakke med oss om jobb"

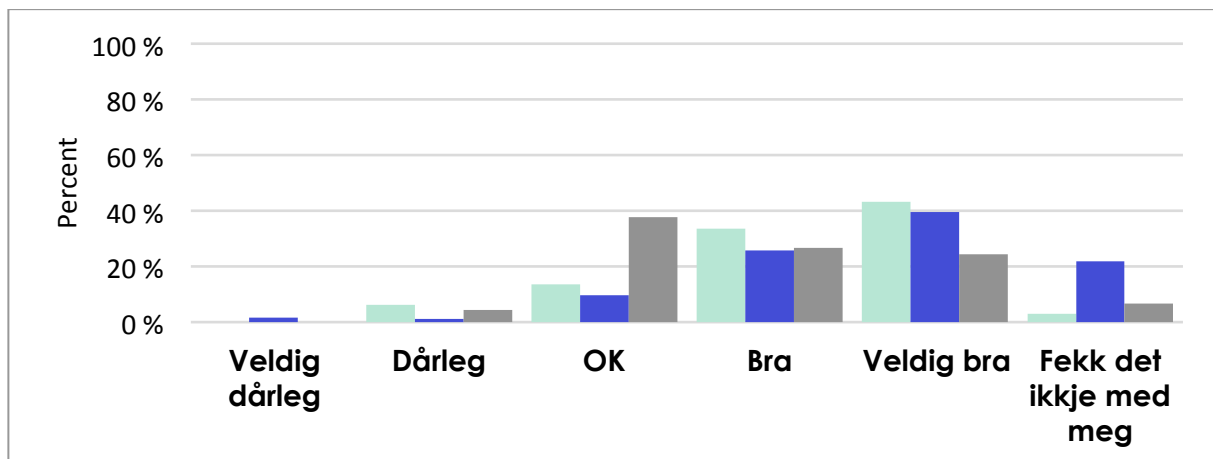
**3,4 % av gjestane i Bergen** var misnøgde med korleis bedriftene presenterte seg på stand. Her er kommentarar frå nokre av dei som var misnøgde:

- "Bedriftene meir opptekne av konkurransar enn å ta imot CV-ar og gje konkrete tilbod"
- "Kor er personalsjefane? Kor er dei som har ansvar i tilsettingsprosessen?"
- "Bedriftene for opptatt med å prate med nabostanden"
- "Bedriftene var ikkje spesielt interessert i utdanninga mi"
- "Verkar ikkje som om dei hadde lyst til å vere der"

**9,4 % av gjestane i Oslo** var misnøgde med korleis bedriftene presenterte seg på stand. Her er kommentarar frå nokre av dei som var misnøgde:

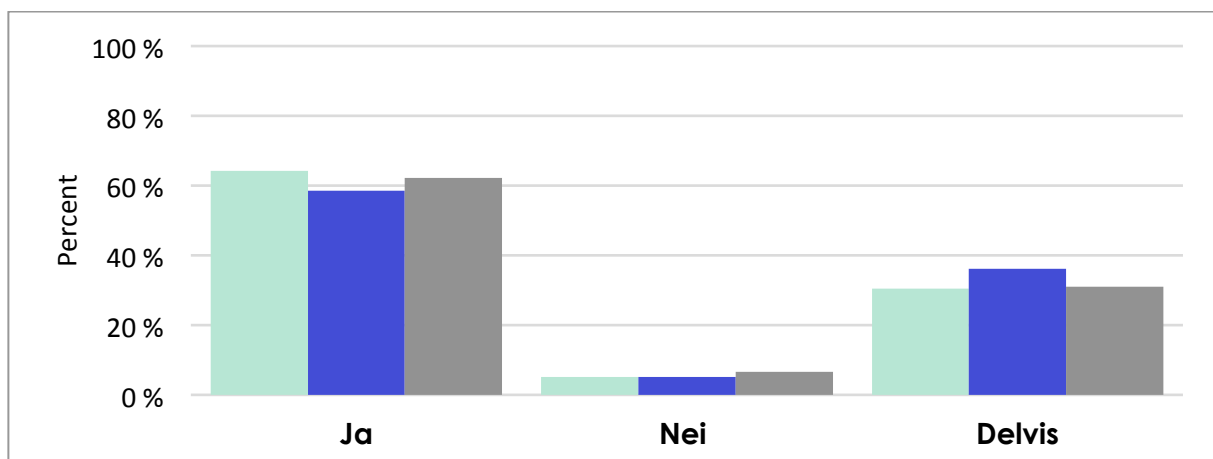
- "Veldig lite oppdaterte mtp stillinger. Fikk beskjed om å sjekke internett. Også skuffende lite kunnskap om utdanninger. Min bror som presenterte seg som sosionom ble for eksempel spurt om han vasker hjernen til folk. Det er OK å være uformell, men regner med at det er en hensikt med å stille på en slik messe, da er det ikke dumt med litt kompetanse"
- "Kunne vore fleire IT-bedrifter"
- "Arbeidsgjevarane kan vere langt meir framoverlente i høve rekrutteringa på ei slik messe, men her er det sjølv sagt mange (personlege) variablar som spelar inn i tillegg til behov etc."
- "De klarte ikke å overbevise meg hvorfor flytte vestover"
- "Henvendte seg mest til studentar. Kva med dei som har jobba nokre år og vurderer å flytte heim?"
- "Stor mangel på realfagsfokus"

#### 4.3.4. Likte dei plenumsprogrammet?



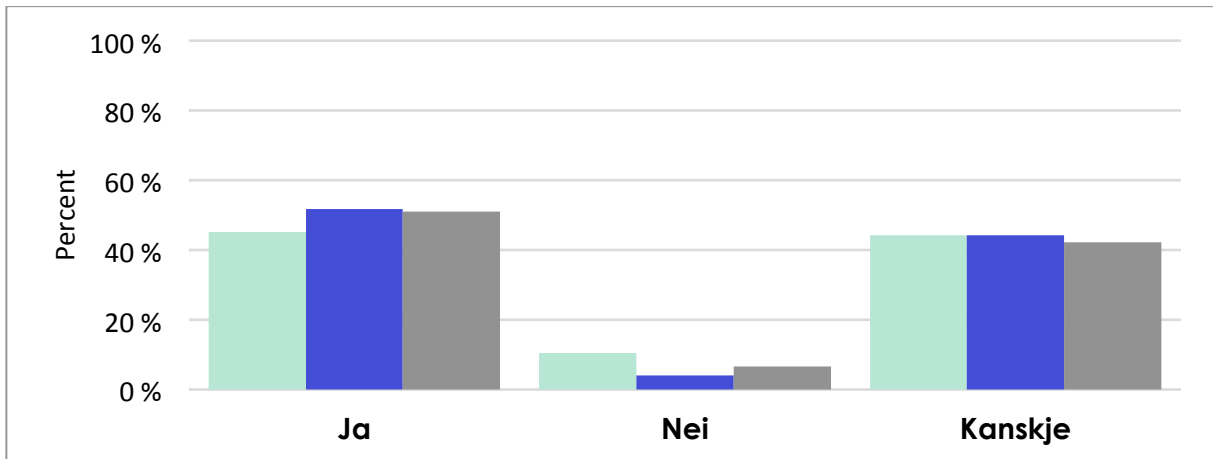
Respondentane likte stort sett plenumsprogrammet frå scena med Rasmus Mo, Linda Gytri og filmvisningane. I Bergen var det 23 prosent som ikkje fekk med seg plenumsprogrammet.

#### 4.3.5. Fekk dei nyttig kunnskap om karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane?



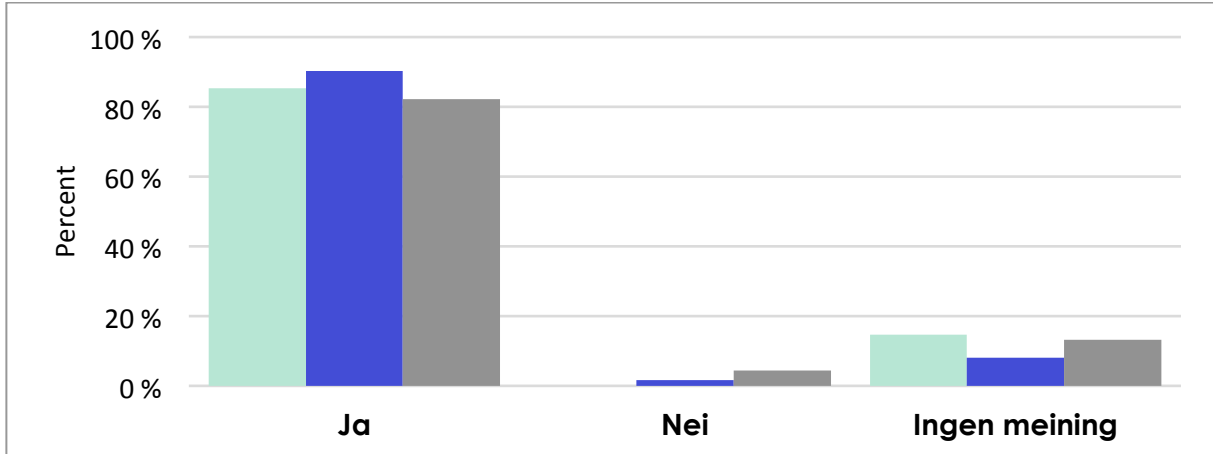
Dei aller fleste av respondentane meiner dei fekk nyttig eller delvis nyttig kunnskap om karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane ved å delta på karrieremessene. Om lag 5 prosent av respondentane meiner dei ikkje fekk nyttig informasjon om sine karrieremoglegheiter.

#### 4.3.6. Ønskjer dei å jobbe å bu i Sogn og Fjordane?



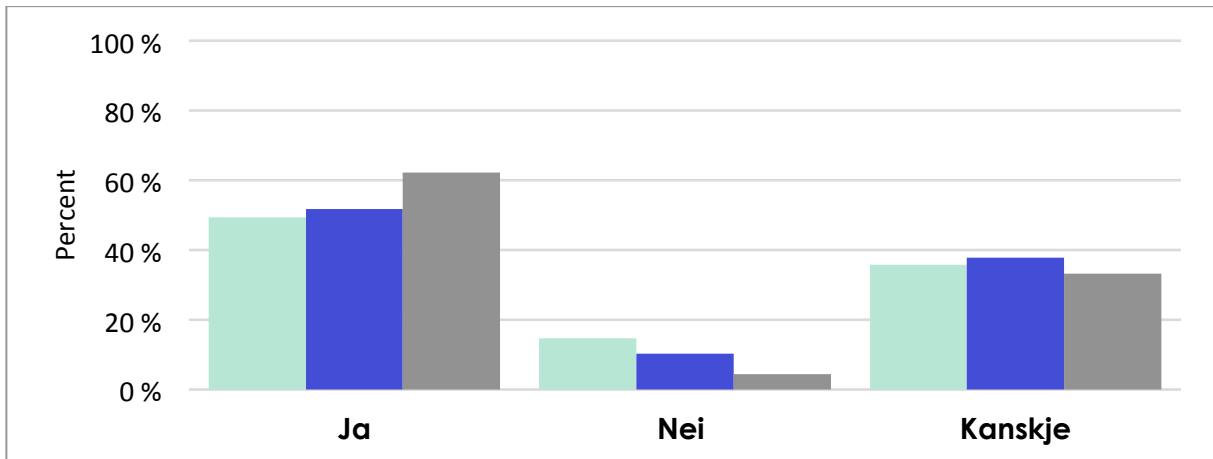
Cirka 50 prosent, av respondentane som deltok på messer ønskjer å jobbe og bu i Sogn og Fjordane. Om lag 45 prosent av respondentane er framleis litt usikker etter å ha vore på messe. Om lag 10 prosent av respondentane som deltok i Trondheim vil ikkje flytte til Sogn og Fjordane.

#### 4.3.7. Synes dei at Framtidsfylketmessene skal arrangerast årleg?



Klare tal frå respondentane i både Trondheim, Bergen og Oslo om at Framtidsfylket Karrieremesser bør arrangerast årleg i kvar by. Ingen av respondentane i Trondheim svarar nei. Ca 15 prosent i Trondheim og Oslo har ingen mening om saka.

#### 4.3.8. Kjem dei att neste år?



62 prosent av respondentane i Oslo ønskjer å delta også neste år på karrieremesse. Fleirtalet av respondentane i Trondheim og Oslo ønskjer også dette. Få som responderer at dei ikkje kjem til å delta i det heile tatt.

#### 4.3.9. Oppsummering – inntrykk av messa

Kommentarane frå respondentane viser at ikkje alle var like nøgde med korleis bedriftene presenterte seg på stand. Respondentane i Bergen er meir nøgde med bedriftene dei møtte enn dei som deltok i Trondheim og Oslo. Noko som vi ikkje er overraska over med tanke på at Bergensmessa kunne skilte med tre gongar fleire standar.

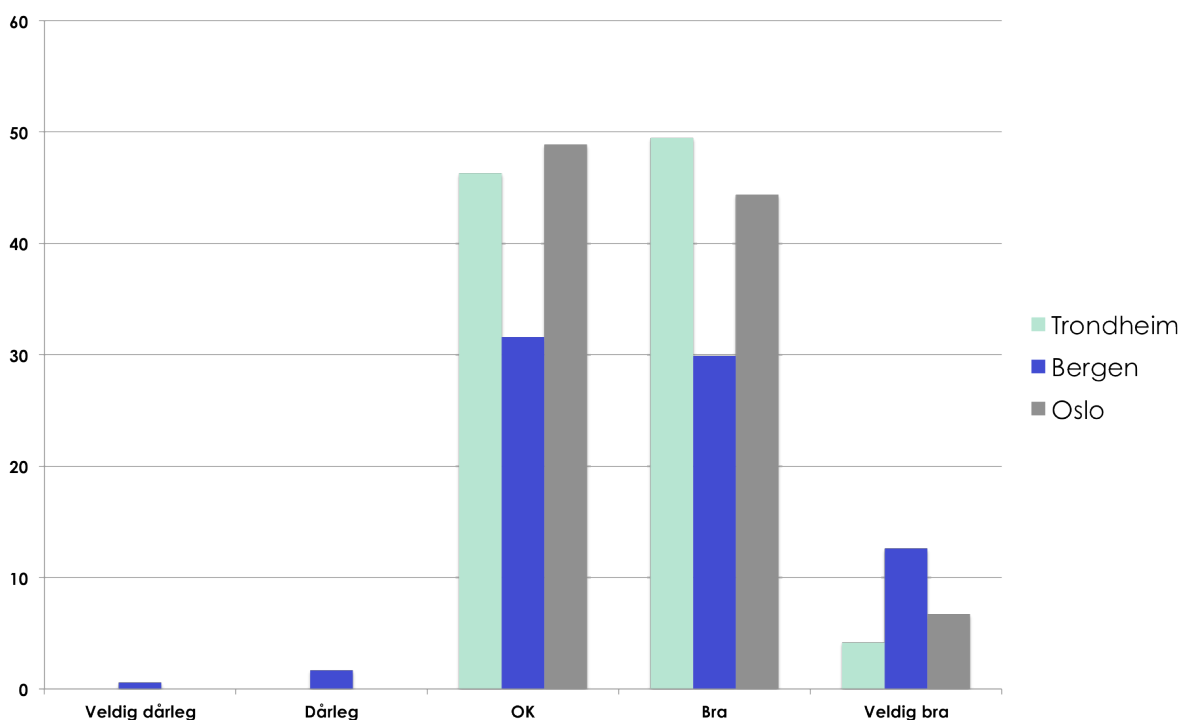
Respondentane er stort sett nøgde med plenumsprogrammet, men er samstundes delte i svara.

Dei fleste av respondentane er positive til å jobbe og bu i Sogn og Fjordane og ønskjer samstundes at Framtidsfylket Karrieremesser skal arrangerast årleg.

### 4.4 FRAMTIDSYLKET.NO

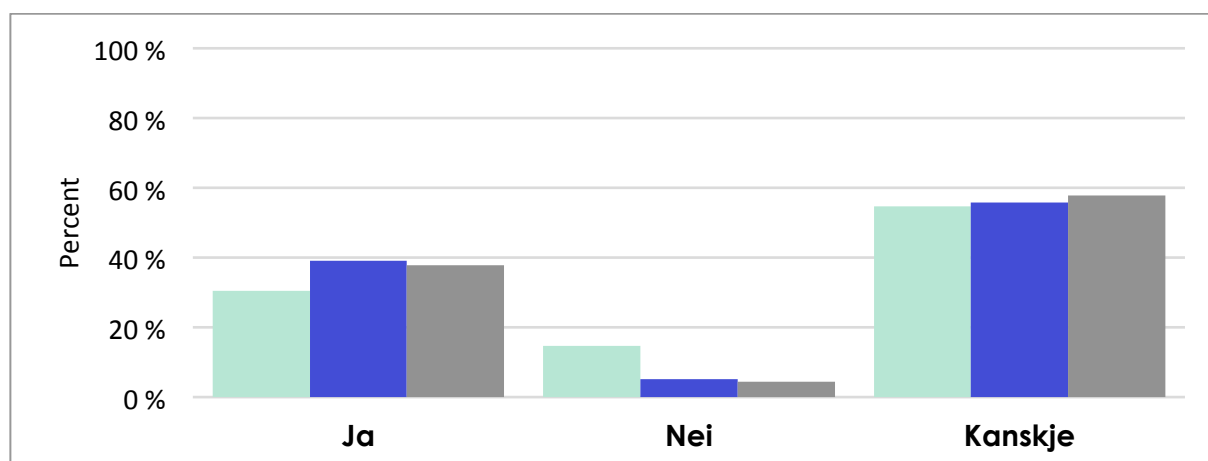
Jobbportalen er Framtidsfylket sin viktigaste plattform for formidlinga av Sogn og Fjordane sine karrieremoglegheiter og dei ulike aktivitetane som Framtidsfylket arrangerer. At framtidssylket.no møter målgruppa sine forventningar er difor veldig viktig for å sikre aktivitet på sida.

#### 4.4.1. Korleis graderer dei Framtidsfylket.no?



Respondentane som deltok i Trondheim og Oslo er mest nøgd med framtidfylket.no, der ingen opplever sida som veldig dårleg eller dårleg. Respondentane frå Bergen er heller meir delte på spørsmålet, sjølv om dei fleste graderer sida som OK eller bra.

#### 4.4.2. Kjem dei til å ta i bruk Framtidsfylket.no



Dei fleste av respondentane svarar Kanskje og Ja på spørsmålet om dei kjem til å ta i bruk framtidsfylket.no..

#### **4.4.3. Oppsummering – Framtidsfylket.no**

Respondentane er nøgde med at det finst eit tilbod som Framtidsfylket.no og dei aller fleste graderer nettside som bra. Samstundes ser ein at få svarar nei på spørsmålet om dei kjem til å ta i bruk portalen, noko som er positivt for framtida til framtidsfylket.no.

Funna i undersøkinga kjem til å bli betrakta ytterlegare i neste del, med forslag for korleis karrieremessene kan bli betre for framtida.

## 5. Hovudfunn og forslag til forbetring

Kva grep kan takast for å gjere karrieremessene til Sogn og Fjordane enno betre? Og kva er det som fungerer? Undersøkinga viser at messene tiltrekk seg stort sett lik andel menn og kvinner, folk i alderen 20 – 35 år og i størst grad frå Sogn og Fjordane. Likevel finn vi vesentlege forskjellar mellom messene og ulike inntrykk frå gjestane som det er verd å sjå nærare på. I denne delen skal vi trekke fram hovudfunna i undersøkinga, summere opp det som fungerer, sjå på kva vi må jobbe meir med og kome med innspel til forbetringar.

### 5.1. KVA MÅ VI JOBBE MEIR MED?

#### 5.1.1. Tilpasse oss publikum

Kan det ha seg slik at gjestane i Bergen, gjestane i Trondheim og gjestane i Oslo har ulike utgangspunkt for kvifor dei er der? Undersøkinga viste at på Trondheimsmessa deltok i størst grad yngre studentar frå ulike stadar i landet. Bergensmessa hadde størst grad kvinnelege studentar i alderen 21-25 år frå Sogn og Fjordane. På den andre sida gjester Osломessa ei eldre aldersgruppe og i større grad folk som er i arbeid.

Undersøkinga kan tyde på at Trondheim- og Bergensmessa har deltakarar som er meir ute etter å finne ut av sine moglegheiter for framtida, er usikre på kva Sogn og Fjordane kan tilby av jobbar innan deira fagkompetanse, og kjem for å sonde terrengtet. Medan folk som kjem på Osломessa er meir målretta på at dei skal flytte til fylket, og er konkret ute etter ein plass dei kan jobbe, då dei er eldre og yrkesaktive. Dette er spekulasjonar, men tala kan tyde på at Oslogjestane i større grad er meir flytteklare.

Det kan difor vere lurt for både Framtidsfylket og bedriftene som deltek på messene å førebu seg betre på å møte eit ulikt publikum i dei ulike byane og ha forventningar etter det. Deltakarane påpeikar at dei ønskjer å møte verksemdene sjølve framfor at dei vert presentert via mellomledd som kanskje ikkje har den same førstehandskompetansen om verksemda.

Framtidsfylket bør jobbe for å tilpasse messa for kvar by og få med eit større mangfald standbedrifter til kvar messeby.

#### 5.1.2. Stolthet, eigarskap og medvit kring merkevara

Jungeltelegrafen er alfa omega for at folk faktisk kjem på karrieremessene. Det syner undersøkinga, som viser at respondentane i størst grad fekk vite om messene gjennom vennar/kjende og sosiale medium.

Framtidsfylket eit verktøy for fellesskapet som skal spreie ordet om eit kompetanserikt fylke med mange spennande arbeidsplassar. Skal denne modellen fungere optimalt må alle bidra med input. Framtidsfylket er heile fylket, og difor må alle vere medvitne at deira bidrag er vesentleg. Innbyggjarar, bedrifter, lag og organisasjonar, offentleg sektor, mfl må vidareformidle informasjonen kring karrieremessene, for å sikre at folk faktisk får vite om at Sogn og Fjordane reiser ut for å by på seg sjølve og vise fram jobbmoglegheiter. Framtidsfylket AS må jobbe meir for å skape stoltheit, eigarskap og medvit kring merkevara internt i Sogn og Fjordane slik at dugnadsånda blomstrar.

### **5.1.3. Bedriftene sin representasjon og verksemdar som deltek**

Med tanke på jungeltelegrafene, og kor viktig den er for at folk faktisk kjem på messene til Sogn og Fjordane, er og inntrykket vi etterlet utruleg viktig i den samanheng. Undersøkinga syner at deltakarane stort sett er nøgd med verksemdene dei møtte, korleis bedriftene presenterte seg og informasjonen dei fekk om sine karrieremoglegheiter i fylket. Men, nokre av respondentane fekk også eit negativt inntrykk av messene og standhaldarane. Målet bør vere at alle som deltek på messe skal føle seg ivareteken, og sitte att med ei god kjensle av at Sogn og Fjordane er interessant for dei. Det er viktig at våre deltakarar er nøgde med det vi leverer på alle plan, og at dei føler at dei har fått noko ut av kvelden. I beste fall at dei vert inspirert til å ville jobbe og bu i Sogn og Fjordane.

Både Framtidsfylket og bedriftene må ta grep og forbetre seg. Framtidsfylket må få eit betre mangfald av ulike typar bedrifter, for å kunne presentere eit vidare spekter av dei jobbmoglegheitene som finnst i Sogn og Fjordane. Det er viktig at standhaldarane er ein god gjeng med personar med ulik kompetanse og fagbakgrunn.

Bedriftene må førebu seg betre, bli betre på representasjon av bedrifta, ha meir fokus på karriere enn konkurransar og generelt vise tydlegare interesse for gjestane og deira kompetanse. Framtidsfylket og alle bedriftene er i messesamanheng Sogn og Fjordane sitt ansikt ut, og kva inntrykk standhaldarane gjev messedeltakarane er utruleg viktig for gjestane sitt val av jobb og bustad.

### **5.1.4. Plenumsprogrammet**

Undersøkinga viste at respondentane stort sett var nøgde med plenumsprogrammet. Framleis ser ein at Framtidsfylket må jobbe meir for å få til eit betre program med tydlege budskap som gjev eit sterkt inntrykk på gjestane.



## **5.2. KVA FUNGERER**

### **5.2.1. Vi møter vårt publikum**

Undersøkinga tyder på at vi treff målgruppa vår: kompetansesterke studentar og yrkesaktive i alderen 20-35 år frå Sogn og Fjordane (stort sett) som er nysgjerrige på moglegheitene i fylket der dei gjerne vil jobbe og bu. Vi må fortsette jobben med å nå fram til endå fleire.

### **5.2.2. Nysgjerrige på fylket**

Heile 85 prosent av respondentane meiner at Framtidsfylket skal arrangere messe i Trondheim, Bergen og Oslo kvart år, og fleirtalet seier dei ønskjer å komme tilbake i 2015. Dessutan er dei aller fleste som deltek på våre karrieremesser positive til å jobbe og bu i Sogn og Fjordane, og vi greier å nå ein del nye grupper. Omlag 70 prosent av deltakarane hadde ikkje vore på Framtidsfylket sine messer tidlegare. Dette tyder på at karrieremesser er viktige for folk, og at Sogn og Fjordane bør satse vidare på rekrutteringsmesser i Norges storbyar. Messene bør difor reflektere det store mangfaldet av spennande bedrifter som faktisk er i Sogn og Fjordane. Slik vert messene rusta for å møte gjestar med ulike typar fagkompetanse og gjestande får det inntrykket som Sogn og Fjordane fortener.

### **5.1.4. Nettsida framtidfylket.no**

Å samle Sogn og Fjordane og syne fylket sine jobbmoglegheiter kring ein felles kanal, som karrieremesser eller jobbportal, er i følge undersøkinga viktig. Respondentane er nøgde med at det finst eit tilbod som Framtidsfylket.no, kor dei kan finne ledige stillingar, lese seg opp på bedrifter og vise deira eigen kompetanse fram for verksemder som nyttar portalen til rekruttering.

Vi ønskjer at Framtidsfylket.no skal bli endå meir attraktiv. Difor er vi i gong med ei ny nettside som skal bli meir brukarvennleg og som skal skape meir aktivitet. Nettsida vert lansert i løpet av hausten/vinteren 2014.

Førde, august 2014  
Jenny Magnusson, Framtidsfylket