

EVALUERINGSRAPPORT

FRAMTIDSFYLKET KARRIEREMESSER 2015

Evaluering av spørjeundersøkinga blant gjestar på Framtidsfylket Karrieremesser 2015 i Trondheim, Bergen og Oslo



Framtidsfylket AS | Postboks 600 | 6804 Førde | Tlf. 91321392 |
post@framtidfylket.no | www.framtidfylket.no | Org.nr.: 992 403 896

Oppsummering

Denne rapporten er utført av Framtidsfylket AS vår 2015. 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 2015. Litt meir enn 20% 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 heile 90% 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. Vi ser også at vi må gjere ein betre jobb på plenumsdelen av arrangementet.

Framtidsfylket Karrieremesser 2015

Spørjeundersøkinga

For å kartlegge den vanlege publikummar på Framtidsfylket Karrieremesser og kva inntrykk dei har av arrangementa sendte vi ut ein Questback-spørjeundersøking til alle gjestane på messene i 2015.

Vi lagde eit spørjeskjema med 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 279 respondert på spørjeundersøkinga (sjå tabell). Svarandelen er litt lav, men vi den gir grunnlag for å kunne finne tendensar i datamaterialet.

Oversikttabell for kvar messe:

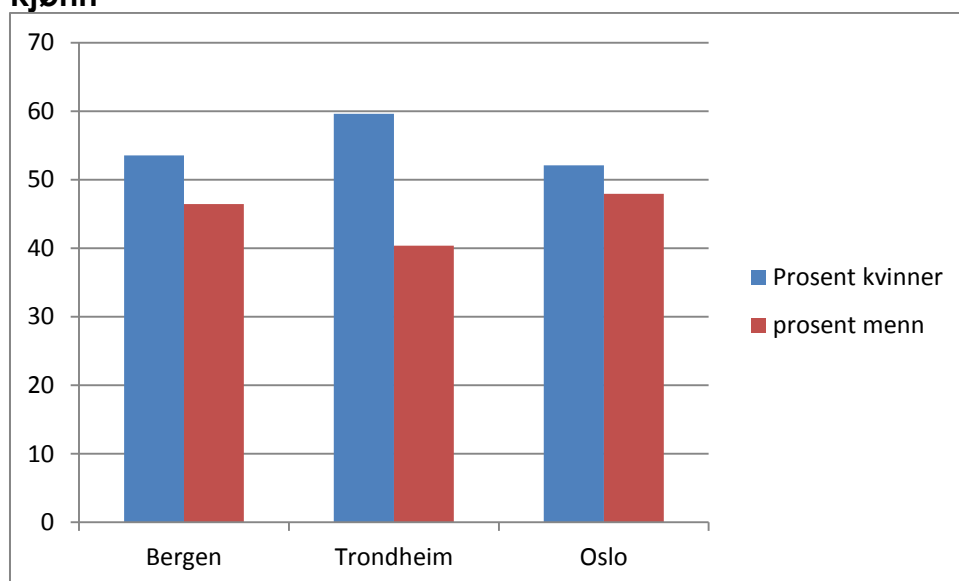
MESSESTAD	DATO	GJESTAR	BEDRIFTER	EVALUERING	Svarprosent
Trondheim	27. jan	300	25	104 svar	34 %
Bergen	12. feb	600	61	127 svar	21 %
Oslo	13. mar	200	22	48 svar	24 %

Funn og tolking

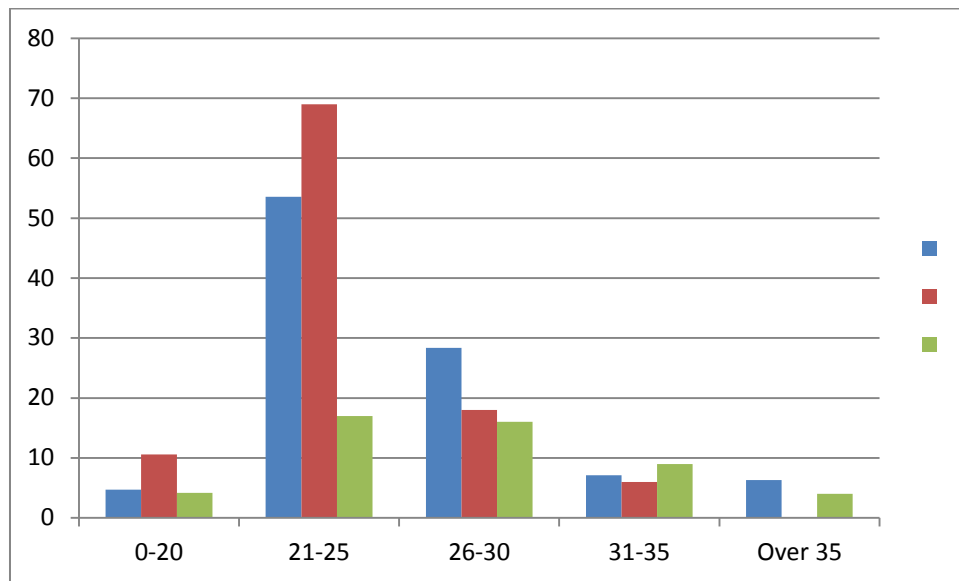
KVEN ER GJESTANE?

Kven deltek eigentleg 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 eigentleg i frå?

Kjønn

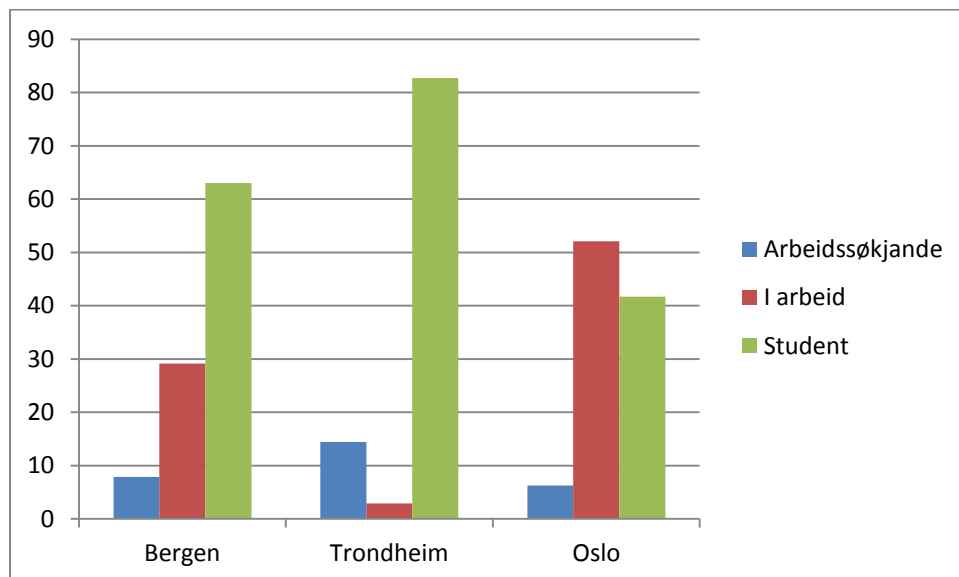


Alder



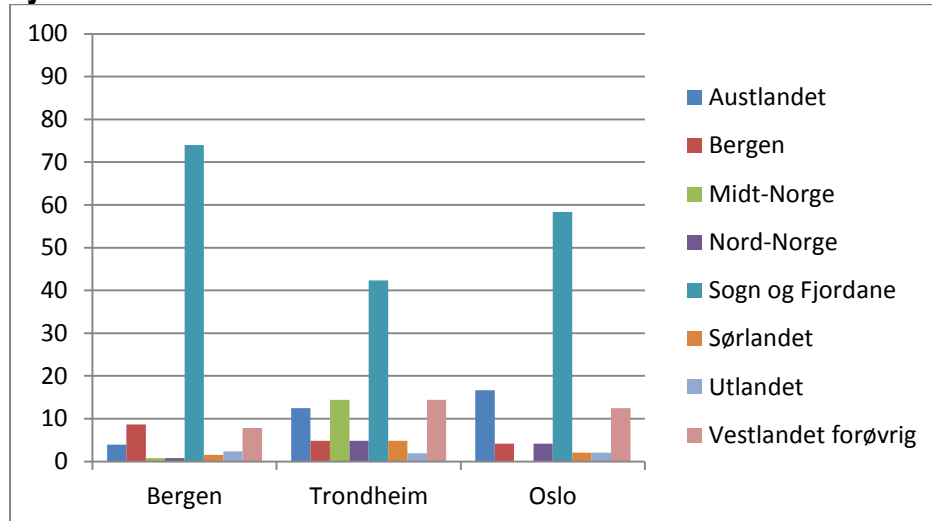
Grafen viser forskjell i alder på dei ulike messene. I Trondheim er ca 70 prosent av gjestane i alderen 21-25 år . For øvrig syner materialet at Framtidsfylket i stor grad treff målgruppa den marknadsfører mot.

Jobbstatus



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

Kjem frå



Grafen viser at messene tiltrekker seg folk som er frå Sogn og Fjordane. Gjestane i Trondheim har likevel ein meir spreidd geografisk bakgrunn.

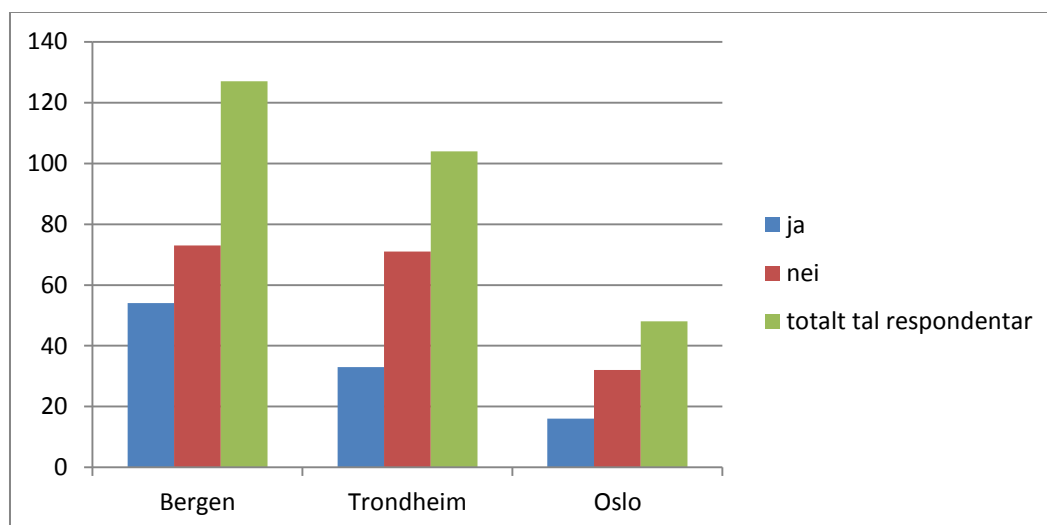
Oppsummering – kven er deltakarane

Materialet viser tendensar til at byane har eit litt 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.

KOR FEKK DEI INFORMASJON OM MESSA?

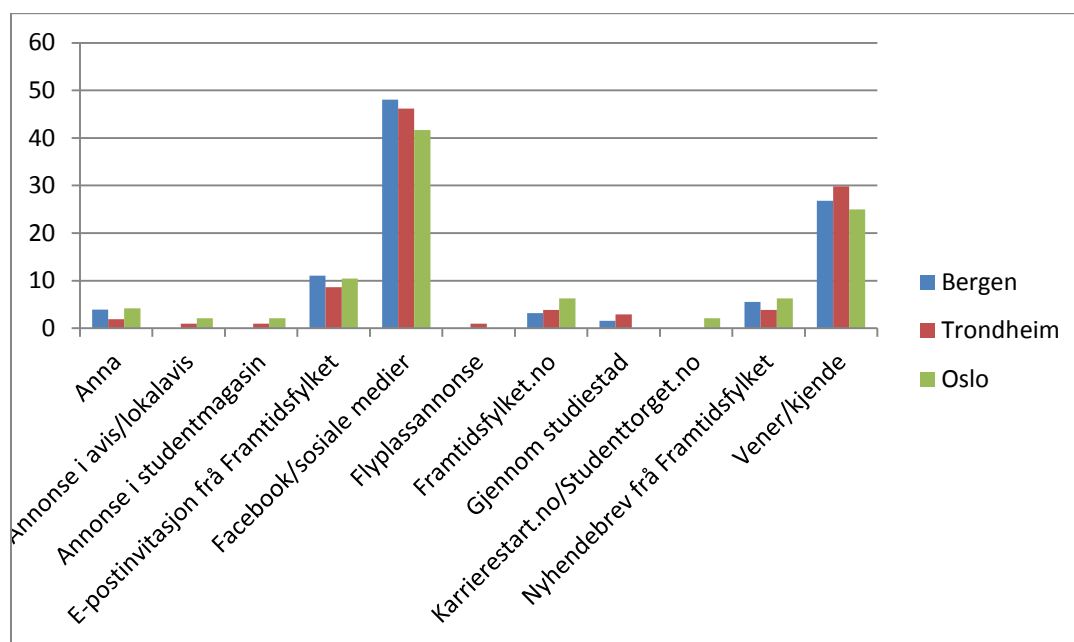
I denne delen skal vi sjå nærmare på kva kanalar vi best når fram med når vi inviterer våre målgrupper og gjestar.

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. At mange har vore på Framtidsfylket Karrieremessa tidlegare, ser vi som positivt mtp å vere eit årlege samlingspunkt for nettverksbygging.

Kor fekk dei først informasjon om karrieremessa?



Denne grafen viser at *sosiale medium* og *jungeltelegrafen* via vennar og kjende er dei viktigaste kanalane for informasjon om Framtidsfylket karrieremesser.

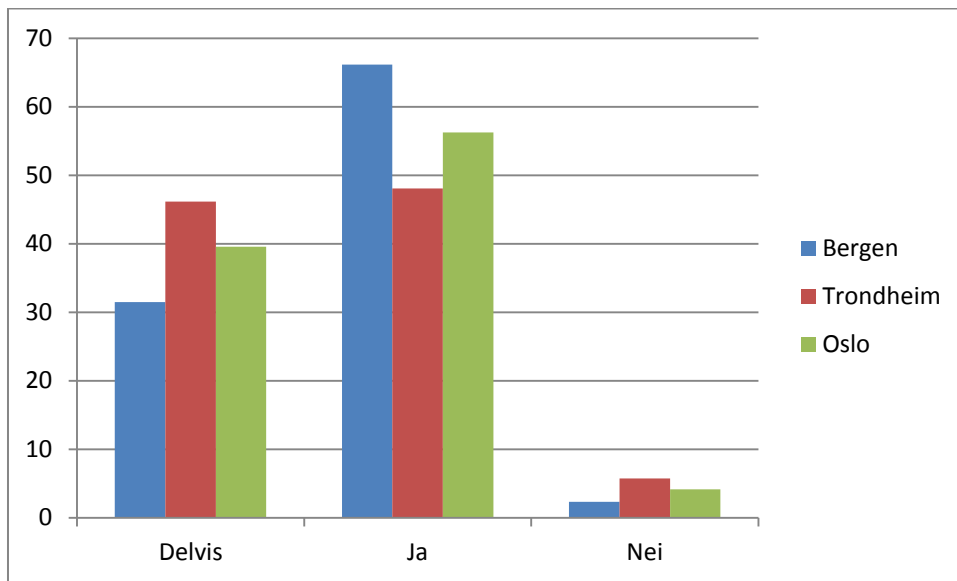
Oppsummering – kor fekk dei informasjon om messa?

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 bredda, men er avhengig av jungeltelegrafen via deltakande verksemder, vennar og kjende. Sosiale medium, som facebook, er og ein viktig plattform for å spreie våre budskap kring messene.

INNTRYKK AV MESSA

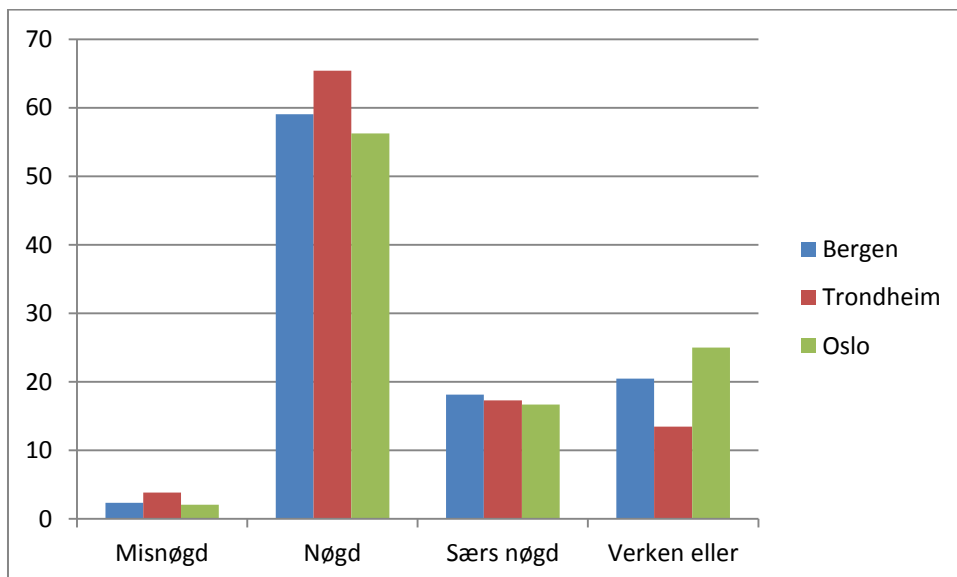
Korleis hadde dei det egentlig på messa? Fekk dei lyst til å flytte til Sogn og Fjordane etter å ha delteke? Er inntrykket forskjellig mellom byane? Og møtte dei spennande bedrifter?

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.

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 du ikkje er nøgd med korleis bedriftene presentere seg på stand, kvifor?

Trondheim: Her er kommentarar frå nokre av dei som var misnøgde:

- "For mykje fokus på natur, og lite på reelle arbeidsoppgåver"
- "Litt for mange offentlige bedrifter. Få inn litt meir private entreprenørar og konsulentfirma"
- "For få karrieremulegheiter for dei med samfunnsvitskapleg bakgrunn"
- "Ingen relevante for informatikere"
- "Mange fanga for breidt, og kunne ikkje svare på hvorfor jeg skulle søke hos dem"

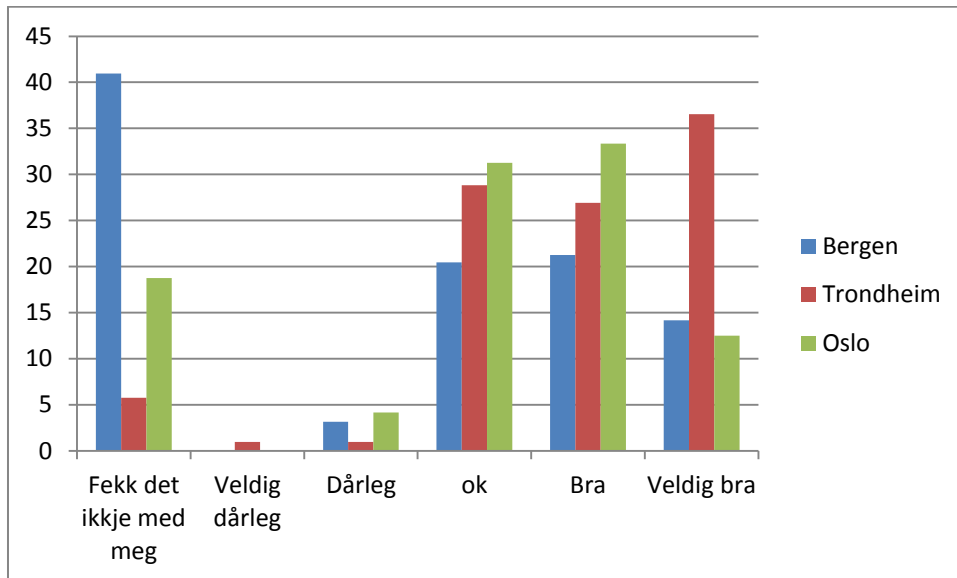
Bergen: Her er kommentarar frå nokre av dei som var misnøgde:

- "Mange bedrifter stiller uten gode representantar for oss med fleire års arbeidserfaring."
- "Bedriftene har mye å hente på å ha de rette menneskene på stand! "
- "Mange som ikke presenterte seg i det hele tatt, selvom vi stod der"
- "fantasiløst og uinspirerende. En hvit duk fra Grieghallen, en plakat og en pose twist er rett og slett pinlig! De ser ut som om dette er rent rutinearbeid."
- "Bedriftene blir veldig ovenpå synes jeg. Litt synd når det gjør det mindre inviterende å prate med dem. Blir for formelt med dress og alt synes jeg."

Oslo: Her er kommentarar frå nokre av dei som var misnøgde:

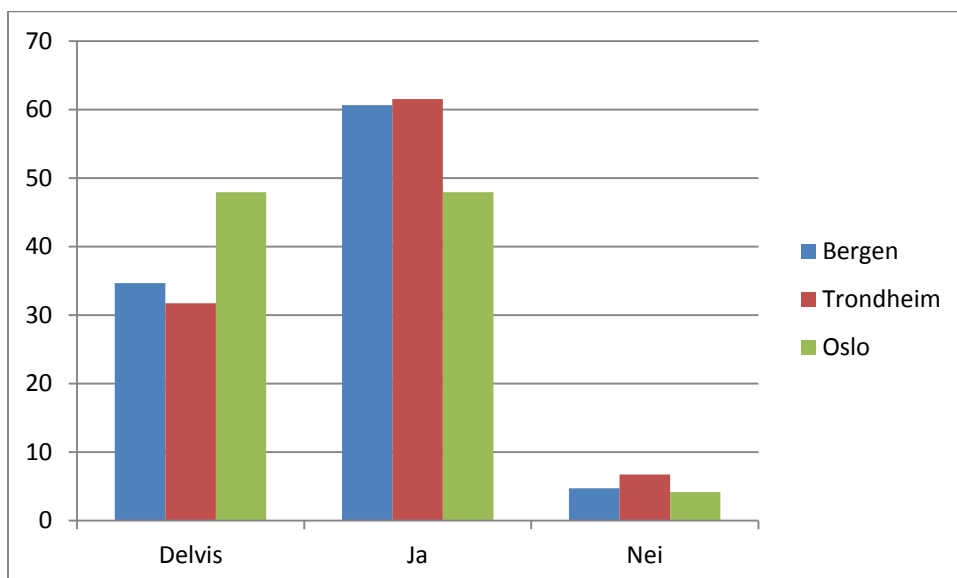
- "Det virket litt kaotisk og uforberedt"
- "Dei er veldig opphengt i fagbakgrunn. Verkar ikkje som bedrifter i SFJ har skjønnt at folk med bakgrunn frå humaniora eller samfunnsfag fint kan fungere i mange ulike stillingar."
- "Standene må være meir observante og imøtekommende."
- "Fikk inntrykk av at flere av bedriftsrepresentantene ofte var opptatte med å prate med andre bedriftsrepresentanter."
- "Lokalet var litt for trangt, det var vanskelig å komme til ved dei ulike bodene og sjå på tilboda/komme i snakk med dei ulike aktørane. Følte difor ikkje at ein fekk utnytta messa til det fulle."
- "Presentasjonen til bedriftene var bra, men det manglet bedrifter som har behov for folk med realfagskompetanse som bioteknologibedrifter og lignende."

Likte dei plenumsprogrammet?



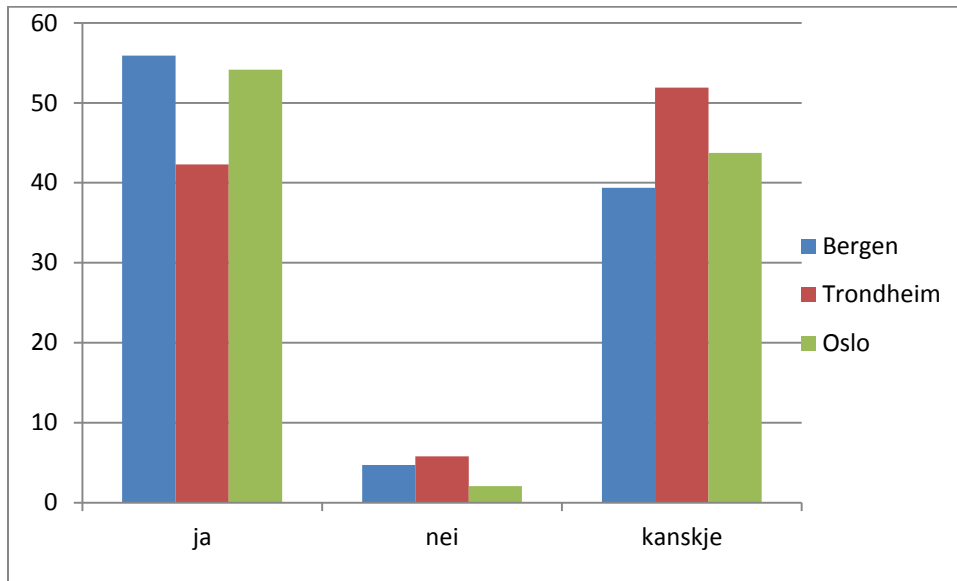
Respondentane likte stort sett plenumsprogrammet frå scena, men Framtidsfylket legg mykje ressursar i dette, og slik tilbakemeldingane er her, er det riktig å vurdere ei endring før neste meste. Ei målsetting må vere at dei aller fleste responderer bra eller veldig bra. I Bergen var det heile 40 prosent som ikkje fekk med seg plenumsprogrammet.

Fekk dei nyttig kunnskap om karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane?



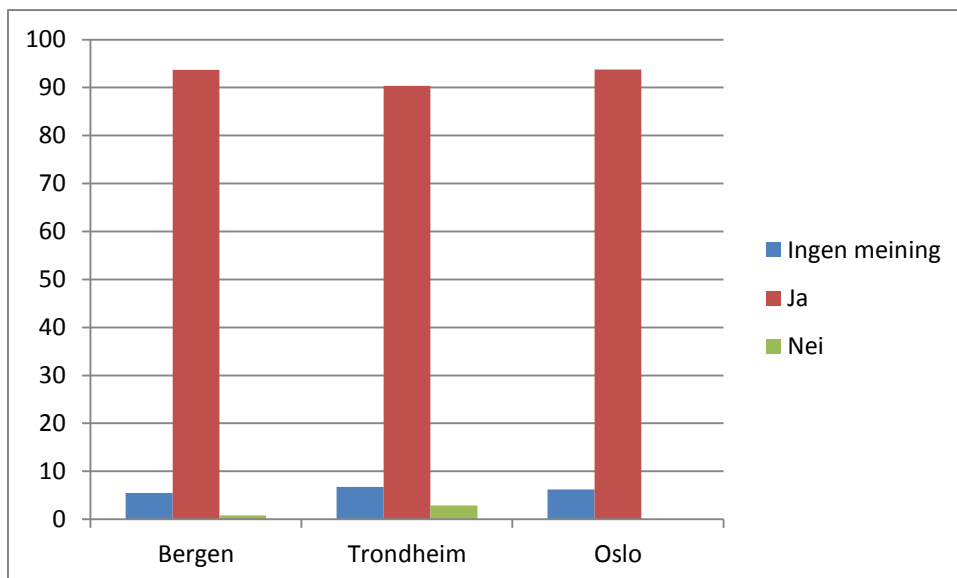
Dei aller fleste av respondentane meiner dei fekk nyttig eller delvis nyttig kunnskap om karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane ved å delta på karrieremessene. Om lag 5 prosent av respondentane meiner dei ikkje fekk nyttig informasjon om sine karrieremoglegheiter.

Ønskjer dei å jobbe og bu i Sogn og Fjordane?



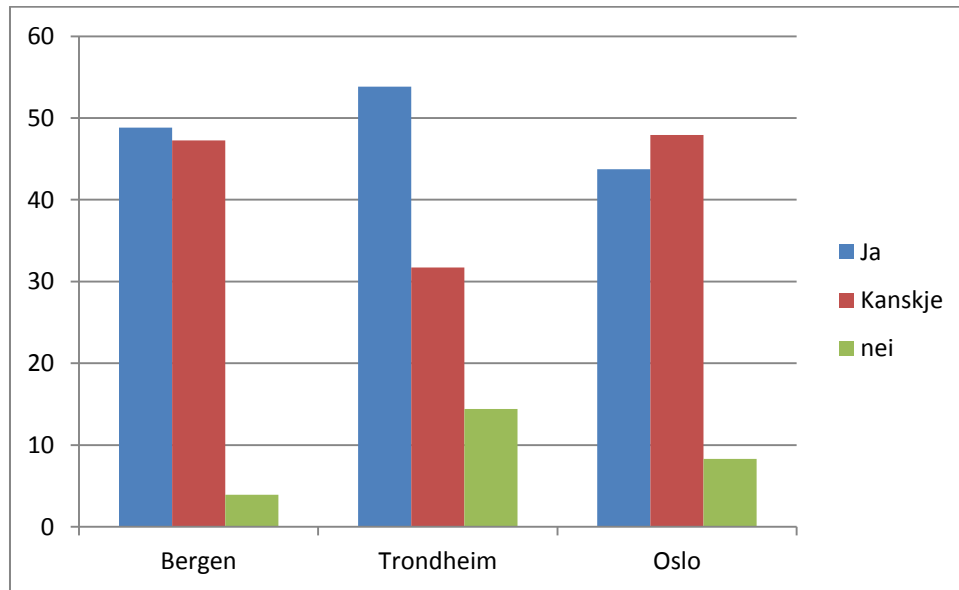
Cirka 50 prosent, av respondentane som deltok på messer ønskjer å jobbe og bu i Sogn og Fjordane, men litt færre av deltakarane i Trondheim. Om lag 45 prosent av respondentane er framleis litt usikker etter å ha vore på messe.

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.

Kjem dei att neste år?



Fleirtalet av respondentane ønskjer å komme tilbake neste år.

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 3 gongar fleire standar.

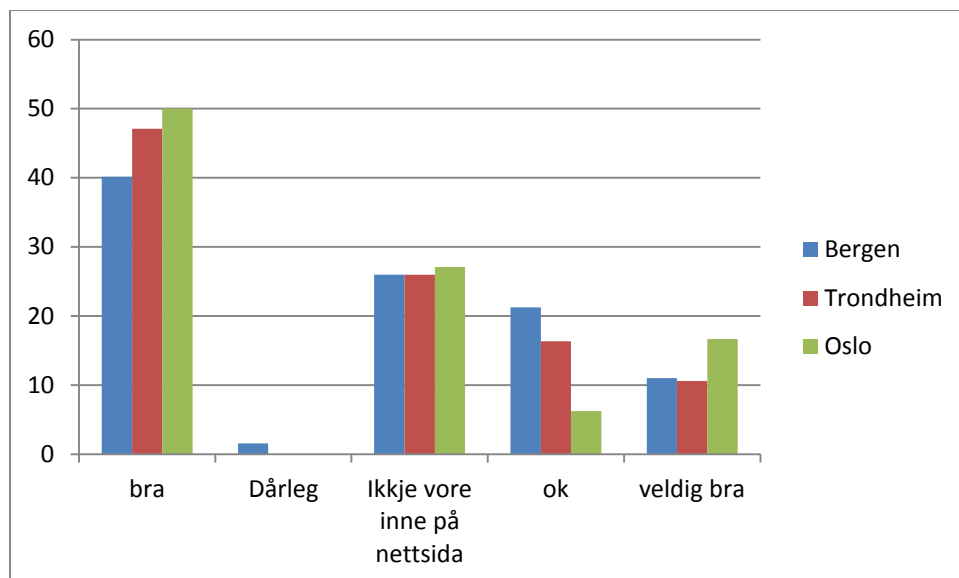
Respondentane er stort sett nøgde med plenumsprogrammet, men her er det likevel viktig å ha fokus for forbetring.

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

FRAMTIDSFYLKET.NO

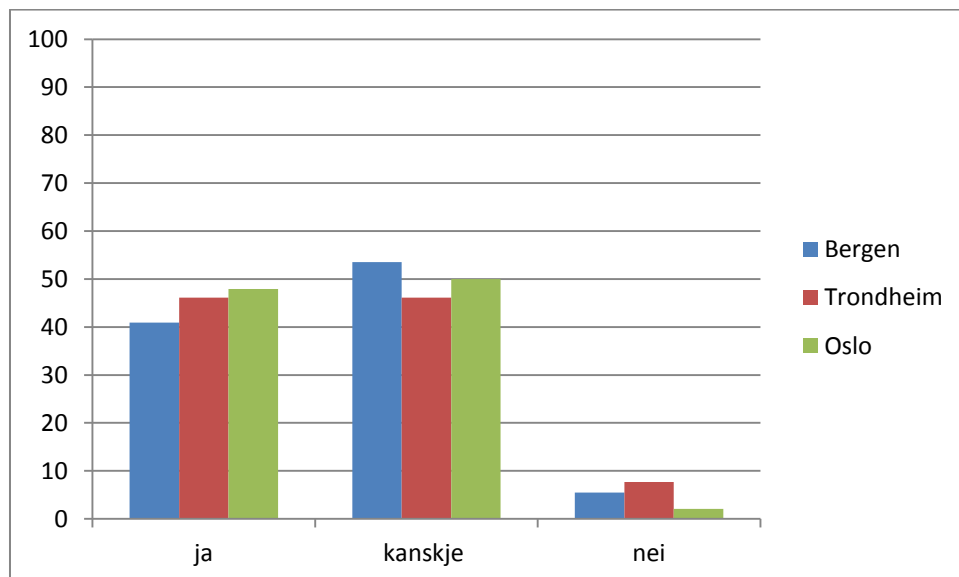
Jobbportalen er Framtidsfylket sin viktigaste plattform for formidlinga av Sogn og Fjordane sine karrieremoglegheiter og dei ulike aktivitetane som Framtidsfylket arrangerer. At framtidssfylket.no møter målgruppa sine forventningar er difor veldig viktig for å sikre aktivitet på sida.

Korleis graderer dei Framtidsfylket.no?



Få opplever sida som dårleg.

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 framtidfylket.no. Det er gode tal for ei side som har som målsetnad å vere til nytte den dagen ein har behov for ho.

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.

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.

KVA MÅ VI JOBBE MEIR MED?

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 Trondheismessa 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.

Stolthet, eigarskap og medvit kring merkevara

Jungeltelegrafan 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.

Bedriftene sin representasjon og verksemder som deltek

Med tanke på jungeltelegrafan, 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 finnast 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.

Plenumsprogrammet

Undersøkinga viste at respondentane stort sett var nøgde med plenumsprogrammet, men det er muleg å få betre respons på dette, også sett opp mot dei ressursane vi legg ned i dette arbeidet. Framtidsfylket må jobbe meir for å få til eit enno betre program med tydelege budskap som gjev eit sterkt inntrykk på gjestane.

KVA FUNGERER

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.

Nysgjerrige på fylket

Heile 90 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. Mange av deltakarane hadde ikkje vore på Framtidsfylket sine messer tidlegare. Alt 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.

Nettsida framtidfylket.no

Å samle Sogn og Fjordane og syne fylket sine jobbmoglegheiter kring ein felles kanal, som karrieremesser eller jobbportal, er 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. No vert Framtidsfylket.no meir attraktiv. Den nye nettsida vert lansert hausten 2015.

Førde, juli 2015

Gro Rukan, Framtidsfylket