

# Kommunikationsstrategi för yrkesutbildningen

11.3.2019



Undervisnings-  
och kultur-  
ministeriet



OPETUSHALLITUS  
UTBILDNINGSTYRELSEN

# INNEHÅLL

- Ägare och ansvar
- Utgångspunkter för kommunikationen
- Målgrupper
- Riktlinjer
- Värderingar
- Effektmål
- En studerande berättar
- Kärnbudskap
- Uppföljning, mätare

# ÄGARE OCH ANSVAR

- Den här kommunikationsstrategin drar upp riktlinjerna för undervisnings- och kulturministeriets och Utbildningsstyrelsens kommunikation inom yrkesutbildningen.
- Utbildningsanordnare, övriga aktörer inom yrkesutbildningen och intressentgrupper kan använda strategin för att stärka det gemensamma budskapet i sin kommunikation.
- Bilden av yrkesutbildningen grundar sig på handlingar och budskap som såväl studerande, lärare, tjänsteinnehavare som andra inom yrkesutbildningen förmedlar.
- Undervisnings- och kulturministeriet koordinerar tillsammans med Utbildningsstyrelsen yrkesutbildningens åtgärder för kommunikationen och finansierar dem.
- Varje tjänsteman är för sin egen del ansvarig för kommunikationen.

# UTGÅNGSPUNKTER FÖR KOMMUNIKATIONEN

- Den nya lagstiftningen om yrkesutbildningen trädde i kraft 1.1.2018.
- Den publicitet som yrkesutbildningen får i medierna är i huvudsak negativ och lyfter snarare fram olägenheter än framgångssagor.
- Utbildningsanordnarna har kommit olika långt med att införa nya rutiner. Inom arbetslivet varierar medvetenheten om yrkesutbildningens möjligheter.
- En ny regeringsperiod är på kommande och i och med den kan också agendan för kommunikationen förändras. Oberoende av den politiska agendan finns det ändå behov att tydliggöra yrkesutbildningens image.
- Kommunikationen är allt mer splittrad och olika kanaler når olika målgrupper: de unga använder sociala medier medan vuxna i högre grad följer traditionella medier och använder andra sociala medier än de unga.

# MÅLGRUPPER

- **Den här strategin fokuserar på kommunikation som riktar sig till den stora allmänheten, medierna och påverkarna**  
(från politiska beslutsfattare till influencers på sociala medier).
- Arbetsgivarkommunikationen grundar sig på en separat kommunikationsstrategi som stöder och kompletterar den här strategin. Kommunikationsstrategin som utarbetats inom utvecklingsprogrammet Bästa service:  
[Työelämässä oppimisen työnantajaviestintä](#) (länk)
- Utöver de här strategierna kommunicerar vi även i fortsättningen med de centrala aktörerna inom yrkesutbildningen.

# RIKTLINJER

- Vår kommunikation grundar sig på fakta och forskning.
- Vår kommunikation är förebyggande och proaktiv.
- Vi intensifierar samarbetet med intressentgrupperna (AMKE, kommunikationen vid läroanstalterna, studerandorganisationerna, arbetslivsorganisationerna, uppföljningsgrupperna etc.).
- Vi deltar aktivt i samhällsdebatten om yrkesutbildningen. Vi kopplar vår kommunikation till andra samhällskontexter och aktuella teman.
- Vi ställer inte yrkesutbildningen och gymnasieutbildningen mot varandra i kommunikationen.
- I förvaltningens kommunikation på finska undviker vi termen ”amis”. De studerande kan använda termen i sin egen kommunikation.

# VÄRDERINGAR

- **Samarbete:** Vår kommunikation grundar sig på interaktion med olika aktörer. För att genomföra vår kommunikation behöver vi nätverk: förvaltningen ansvarar inte ensam för kommunikationen. Kommunikationen är effektivast då de studerande stolt lyfter fram sig själva och sin utbildning.
- **Kundorientering:** Vår kommunikation är riktad till målgruppen och har ett mervärde för mottagaren. Vi använder ett tilltalande och tydligt allmänspråk och kommer gemensamt överens om termer.
- **Mångfald:** Vi lyfter fram mångfald och i vår kommunikation tar vi med unga, vuxna, kunskapsarbetare, hantverkare och invandrare.
- **Trovärdighet:** Vi skapar en image som utgår från verkligheten. Vår kommunikation baserar sig på fakta.

# EFFEKT MÅL

- 1) Vi ökar medvetenheten och förståelsen för hur yrkesutbildningen ser ut i dag.
- 2) Vi förbättrar imagen och värdesättningen av yrkesutbildningen. Yrkesutbildningen syns i medierna lika mycket som de övriga utbildningsstadierna, och publiciteten är i huvudsak positiv.
- 3) Vi främjar yrkesutbildningens dragningskraft.
- 4) I vår kommunikation lyfter vi fram frågor som väcker intresset för yrkesutbildningen. Vi deltar i diskussionerna om yrkesutbildningen.



# EN STUDERANDE BERÄTTAR

”Det är bara så att det är viktigt för mig att ha ett riktigt jobb. Jag menar ett jobb som det är någon nytta med. Jag vet att det jag gör är nödvändigt för att få firman, regionen och hela samhället att snurra. Det är också viktigt att mitt jobb betyder någonting för andra. Det gör jobbet värdefullt och viktigt.

Min bransch rör på sig och jobbet har nästan helt blivit ”rent inomhusarbete”. Allt följs upp med digitala system. Utrustningen har gjort arbetsuppgifterna lättare, men också mer tekniskt krävande. På teammötena kommer vi överens om hur vi delar på arbetsuppgifterna. När vi talar med våra kunder är vi experter.

Det känns lite jobbigt att förändringarna i arbetslivet aldrig tar slut. Jag är inte rädd för att en robot ska ta över mitt jobb, men man måste hela tiden lära sig nya saker. Jag vet att jag inte är dummare än någon annan och att jag nog lär mig. Bara jag får handledning och stöd för det som är svårt, så vet jag att jag kan studera till vad som helst – om jag vill.

Jag ville ha något annat. Jag började studera för att skaffa det kunnande som behövs i mitt arbete. Det bästa med studierna just nu är alla andra studerande som har samma intresse för branschen som jag och att vi kan arbeta tillsammans. Jag går ändå min egen väg. På läroanstalten har de lyssnat på mina önskemål och behov. Därför valde jag en yrkesutbildning.”

# KÄRNBUDSKAP

- Yrkesutbildningen ger många möjligheter: jag kan snabbt hitta ett jobb, bli företagare eller fortsätta studera vid en högskola.
  - yrkesutbildningen – ett val som ger möjligheter
- Yrkesutbildningen ger möjligheter till kontinuerligt lärande: jag kan bygga på mitt kunnande i yrkesutbildningen oberoende av min ålder eller min bakgrund.
  - yrkesutbildningen – stöder dig genom hela arbetslivet
- Yrkesutbildningen utvecklar arbetslivet: läroanstalterna finns till för de studerande, men också för arbetsgivarna
  - yrkesutbildningen – skräddarsydda lösningar för dina kompetensbehov
- Yrkesutbildningen producerar kunnig arbetskraft och stärker Finlands konkurrenskraft.
  - yrkesutbildningen – ett framgångsrikt Finland nu och i framtiden

# UPPFÖLJNING, MÄTARE

- 1) Resultatet av imageundersökningen (utvecklingen i värdesättningen)
- 2) Antalet sökande i gemensam ansökan, antalet studerande
- 3) Tonen i diskussionen i olika medier, antalet delningar på sociala medier, de egna inläggens synlighet