Universitetet i Sørøst-Norge

Alumni

Bakgrunn, kartlegging og fremdrift

Jarle Løwe Sørensen

Hege Lundby Mathisen



Bakgrunn



En av få uten en sentral alumniordning



Manglende «stammetilhørighet»

Noe uklar merkevare

Økt lojalitet: Engasjerte alumner er mer tilbøyelige til å opprettholde et nært forhold til universitetet over tid, og kan dermed bidra til å øke lojaliteten blant studenter og samarbeidspartnere

Økt inntekt fra etter- og videreutdanning (EVU): Alumni kan være en verdifull kilde til inntekter gjennom deltakelse i etter- og videreutdanningstilbud, og dermed bidra til økt økonomisk vekst

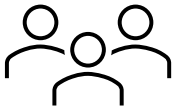
Utvikling av samarbeidsavtaler med næringslivet: Alumner fra USN som har etablert seg i næringslivet kan fungere som brobyggere

Forbedret omdømme og holdning til USN-merkevaren: Engasjerte alumner vil fungere som positive ambassadører for universitetet

Oppdrag til USN Fleksibel



- Å undersøke og beskrive hvordan et alumninettverk kan være en strategisk fordel for USN
- Vurdere mål, forutsetninger, ressurser og fremdrift
- Komme med forslag til alumni-modell og pilot
- Føringer:
  - *Bygge på tidligere erfaringer*
  - *Kobling til det pågående CRM-arbeidet*
  - *Gradvis implementering - pilot*
  - *Implementering skal overføres adm v/KOM*



- **Jarle Løwe Sørensen** (leder, fakultetskoordinator for HH i USN Fleksibel)
- **Line Katinka Reinert Whittall** (fakultetsrådgiver for internasjonal akkreditering, HH)
- **Øivind Berg** (lektor og tidligere programkoordinator, Institutt for maritime operasjoner, TNM)
- **Hege Lundby Mathisen** (seniorrådgiver, Avdeling for kommunikasjon og marked)
- **Morten Hvidsten** (prosjektleder for CRM, Avdeling for forskning, innovasjon og bibliotek)
- **Henning Tollefsen** (seksjonssjef, Seksjon for digital organisasjonsutvikling)
- **Mariann Lund** (fakultetskoordinator for HS i USN Fleksibel)
- **Hilde Kristin Gjertsen** (seniorrådgiver, Økonomiavdelingen)

Forslag og anbefalinger til USN Alumni-modell



Modellen deler alumni-organiseringen inn i 2 nivåer

Sentralt:

- Alumni Advisory Board

- Kommunikasjon

Fakultet:

- Alumnikontakt

- AlumniTeam



Er fleksibel og tar høyde for ulik organisering og behov

- Tilpasset dagens organisering

- Mulighet til individuell tilpassing



Anbefalinger:

1. Del av en helhetlig organisasjons-utviklingsprosess

2. Knyttes til USN merkevare-byggingsstrategier

3. Definere betydningen av en USN-alumni status

4. Knytte sammen med EDUC

5. Benytte CRM-systemet

6. Ansvaret for utvikling og implementering legges til KOM

7. Arbeidet bør formaliseres på alle nivå

8. Prosessen bør starte med en pilot

Vi skal ta alumni-prosjektet videre



Hege Lundby Mathisen
Kommunikasjonsavdelingen



Hilde Wedde
HS
Optometri



Mathilde Blaasvær
Kommunikasjonsavdelingen



Elise Krekling
HS
Optometri



Aline Pereira Da Silva
CRM



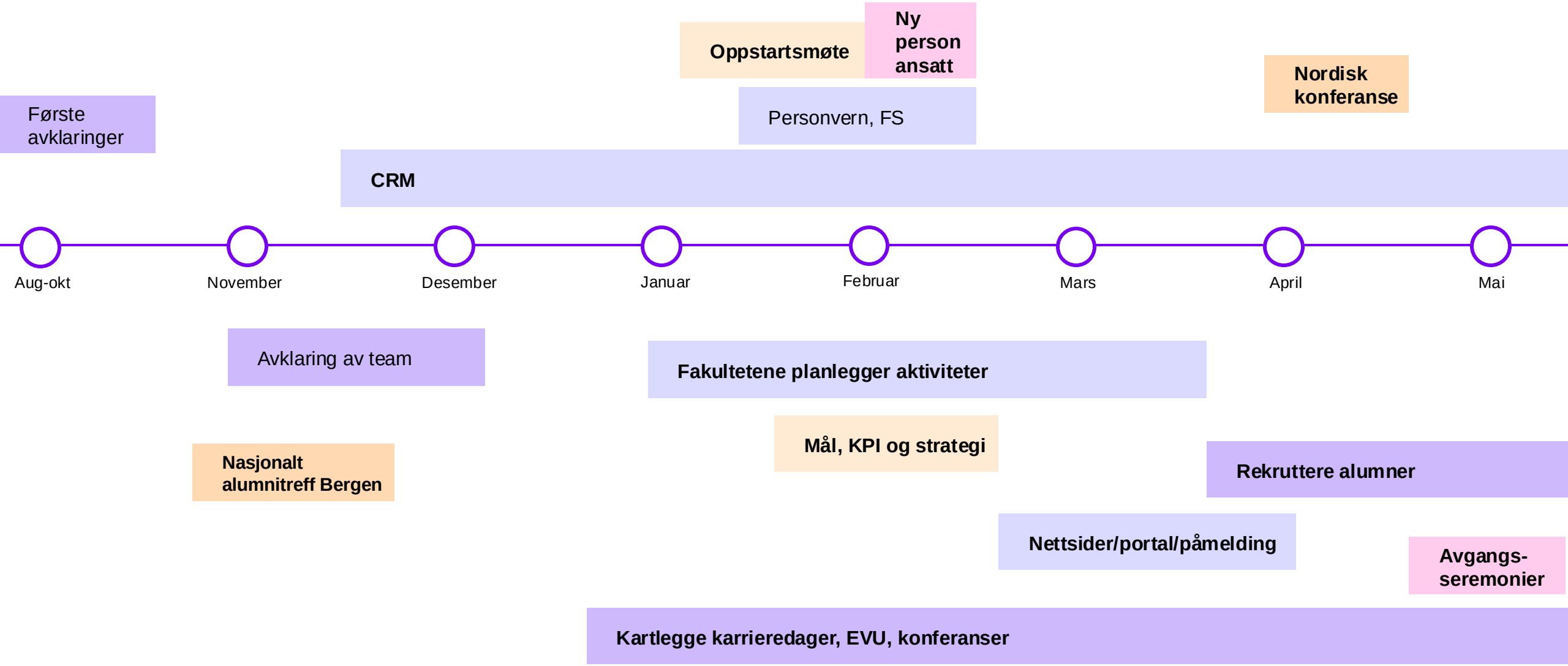
Turid Bakke Kristiansen
HIU
Lærerutdanningene



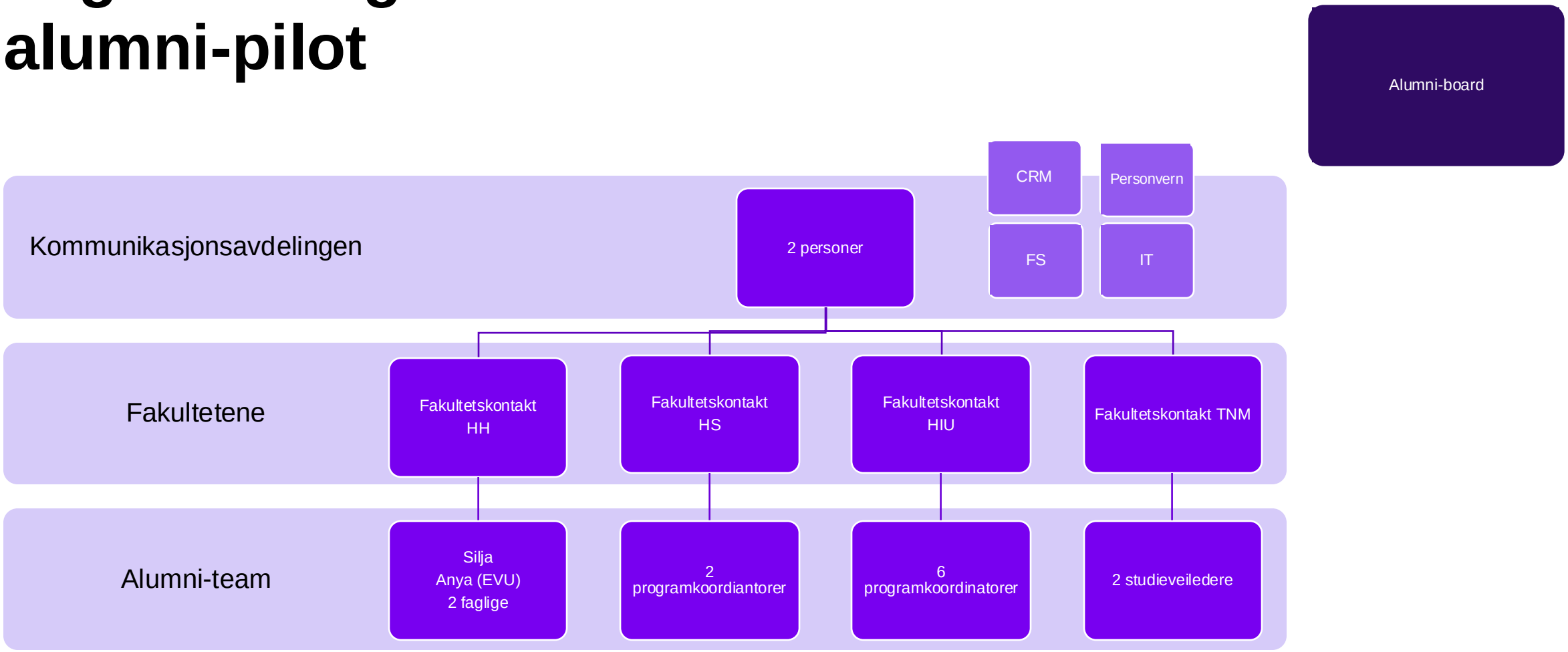
Line Whittall
Handelshøyskolen
Økonomi og ledelse

TNM
Skipsfart og logistikk

Plan 2025


Oppstartsmøte
Ny person ansatt
Nordisk konferanse
Første avklaringer
Personvern, FS
CRM
Aug-okt
November
Desember
Januar
Februar
Mars
April
Mai
Avklaring av team
Fakultetene planlegger aktiviteter
Mål, KPI og strategi
Nasjonalt alumnitreff Bergen
Rekruttere alumner
Nettsider/portal/påmelding
Avgangs-seremonier
Kartlegge karrieredager, EVU, konferanser

Organisering alumni-pilot



Noe av det vi skal få avklart

- Budsjetter – hva koster egentlig dette?
- Hva er en USN-alumn
- Lage et konsept og kommunikasjonsplan
- Alumni board
- Hva skal en alumn «få»
- Hva kan en alumn gi igjen?
- Mål og KPI for pilot
- Mål og tiltak for fakultetene
- CRM
- IT



Hva har vi gjort

Universitetet i Sørøst-Norge

Samarbeid med andre i UH-sektoren

- NHH
- BI
- Høyskolen Kristiania
- UiO
- UiA
- UiS
- HVL
- NMBU
- Aalto
- NTNU



Hva ønsker alumnene?

3061 svar

☑ Hva ønsker du å få ut av et alumninettverk?

Antall svar: **3026**

Svar	Antall	% av svar	Diagram
Deltagelse på konferanser og seminarer	2288	75.6%	75.6%
Deltagelse på sosiale arrangementer /nettverksbygging	1801	59.5%	59.5%
Få nyheter om den siste forskningen	1646	54.4%	54.4%
Tilgang til bibliotekstjenester fra USN	1770	58.5%	58.5%
Mottta informasjon om etter- og videreutdanningstilbud	1876	62%	62%
Mulighet for karriereveiledning	1184	39.1%	39.1%
Rabattordninger	1407	46.5%	46.5%

☑ Hva er kan være aktuelt for deg å bidra med i et alumninettverk?

Antall svar: **2736**

Svar	Antall	% av svar	Diagram
Holde gjesteforelesninger /foredrag	1035	37.8%	37.8%
Bidra inn i nettverksgrupper tilknyttet ditt fagmiljø	1741	63.6%	63.6%
Være med på å utvikle problemstillinger til bachelor - og masteroppgaver	1129	41.3%	41.3%
Svare på spørreundersøkelser relatert til studenter og vitenskaplige ansattes forskningsprosjekter	1550	56.7%	56.7%
Være representant inn i råd og utvalg (eks. referansegruppe for alumniorganisasjonen ved USN)	774	28.3%	28.3%
Være mentor for en tidligere student	962	35.2%	35.2%
Delta i utvikling av forksningsprosjekter	1133	41.4%	41.4%



Hvorfor?

Universitetet i Sørøst-Norge



EVU/BOA



Kjennskap

NOKUT

Alle andre har alumni



Fragmenter t merkevare



Omdømme







Samfunns -oppdrag



Lov om universiteter og høyskoler

§ 1-1c



Samarbeid næringsliv

Rekruttere studenter





Universitetet i Sørøst-Norge