

En analys kring Destination Londons marknadsföring

Susanna Berggren
821005-8502
Medieteknik -08
30 juni 2009

SWOT-analys

Teknologperspektiv

Styrkor: Bra idé, internationell stad och många som vill delta. Gratis och ger högskolepoäng.

Intressant projektgrupp. Ger ett bra potentiellt nätverk.

Svagheter: Nytt projekt och det är svårt att få information om projektet. Limiterad budget. Missar lektioner/skola.

Möjligheter: Chansen att få träffa riktigt intressanta företag och att se olika sidor av London.

Hot: Företagens egen agenda går alltid före, vilket kan betyda inställda möten ifall något akut dyker upp. Konkurrens gentemot andra studenter som också vill med.

Företagsperspektiv

Styrkor: Kontakt med unga drivna studenter, speciellt utvalda från KTH. De får ett unikt sätt att marknadsföra sitt företag och en chans att kunna knyta till sig talanger. Möjlighet att marknadsföra sig på London Week i Sverige där de kan nå flera tusen studenter.

Svagheter: DL är så pass nytt att företagen inte riktigt vet vad det är de tackar ja till och vad det ger tillbaka till företaget i längden.

Möjligheter: DL har potential att bli riktigt stort och de företag som varit med från början har en unik möjlighet att skapa ett starkt och stort nätverk.

Hot: Det är en chansning att avvara tid till projekt i startgrupparna, speciellt i lågkonjunkturen. Konkurrens ifall flera attraktiva företag vill vara med i DL.

Vilka teknologer ska inbjudas och varför? Hur når man dessa teknologer med information?

Jag tycker en öppen ansökan är det bästa, då det finns drivna teknologer från alla möjliga program och årskurser. Ett bra sätt att marknadsföra sig på KTH är t.ex. i Osqledaren, affischering, mässor, stå i biblioteket med information, via hemsidan samt inspring på lektioner.

Vilka företag i London/England ska man vända sig till för att marknadsföra KTH-teknologer?

Hur segmenterar man marknaden och hur når man dessa företag?

Att gå via Svenska Handelskammaren tror jag är det bästa sättet, samt nu med redan tagna kontakter höra sig för ifall det finns fler företag som de tror skulle vara intresserade av ett samarbete. Vet ej hur viktig jag tycker segmenteringen är än så länge då Destination London är så

pass nytt. Det viktigaste är ju att företagen är intresserade av att anställa civilingenjörer och är hyfsat attraktiva företag för studenter på KTH. Det finns ett citat som lyder "beggars can't be choosers" vilket jag tycker passar bra in i starten av ett projekt. Försök ta initial kontakt med så många företag som möjligt, dels för att informera om DL, och förhoppningsvis får projektet så många intressenter att DL sitter i den härliga sitsen att kunna välja mellan företagen. Har man tillräckligt många företag kanske en tema-resa kunde vara på sin plats då man väljer liknande företag och inriktar sig på studenter inom den sektorn.

I vilka avseenden skulle slutsatserna av dessa analyser kunna bidra till att förbättra utfallet vid en upprepning av aktiviteten nästa år?

Jag tror marknadsföringen behöver och kommer att förbättras till DL10. Vad jag uppfattat så var det lite stressigt då projektet startade något senare än vad som vore önskvärt. Jag hoppas vi deltagare har flera bra marknadsföringstips och jag hyser hopp om att vi får vara med att hjälpa till eller driva projektet nästa år, då vi vet vad som sker och har redan skapat en kontakt med flera företag.

Vilka metoder är lämpliga för att marknadsföra ett projekt som detta?

Jag såg aldrig någon marknadsföring för DL09, utan det var jag som surfade runt på THS-hemsidan och tyckte namnet Destination London lät intressant. Nästan ingen jag pratat med har vetat om vad DL varit förens jag berättat det för dem, och de har varit väldigt intresserade och lite besvikna att de inte hörde talas om det innan anmälningstiden gått ut.

Londonveckan i Sverige borde inträffa betydligt mycket tidigare, helst innan ansökningstiden för deltagarna inträffat, då detta skulle medföra fler ansökningar och betyder ett större urval.

Att skapa uppmärksamhet för projektet finns det flera sätt att gå tillväga på. Jag rekommenderar att bjuda in t.ex. Google för ett kvällsseminarium med mingel och bjudmat, ett säkert kort! Rikard Steiger är ju den ultimata föreläsaren och är ju i Sverige torsdag-söndag varje vecka då han pendlar mellan bostaden i Stockholm och kontoret i London. Eller någon likvärdig talang från ett ungdomligt och modernt företag som skapar många rubriker och uppmärksamhet kan också fungera. Bjud även in några deltagare från DL09 som kan berätta om fördelarna och upplevelsen av resan. Försök få ett så klart London-schema som möjligt innan anmälningstiden utgått, då det kan betyda mycket för deltagarna att veta ungefär vilka företag de skall besöka. Det var väldigt lätt att anmäla sig till projektet, bara ett CV samt några rader om varför just den personen skulle få åka. Det kan inte bli

mycket lättare, med den informationen som krävs för projektet! För att få deltagarna att känna sig nöjda med projektet krävs att det genomförs enligt planen, gärna med några extra bonusevenemang samt att det följs upp efteråt. Om det bara blir en resa med studiebesök kan det lätt kännas lite obetydligt i längden utan det krävs att kontakterna bibehålls och nätverket blir varaktigt.

Belys även i denna analys varför företagen skulle välja en KTH-teknolog framför en teknolog från Imperial College eller annan brittisk teknikskola.

De flesta företag vi har besökt var svenska företag eller med en stark anknytning till Sverige och därmed vet de hur pass högt rankat KTH är inom civilingenjörsutbildningar. Samt att svenskar i allmänhet har bra rykte i arbetslivet och är ärliga och driftiga. Största anledningen skulle ju vara att de vill ha en anställd med svensk bakgrund och svensktalig för t.ex. arbete mot Sverige och Norden. I övrigt är jag mycket för rätt person på rätt plats, oavsett från vilket land, kön eller ålder.

Skriv en reflektion kring London-upplevelsen. Vad gjorde störst intryck, vad saknades etc.

Jag hade aldrig hört talas om Destination London förens jag besökte THS-hemsida då jag fastnade för namnet. Gjorde en snabb ansökan då deadline var nära och fick redan dagen efter beskedet att jag var uttagen för intervju som skulle genomföras redan två dagar efter. Intervjun gick snabbt och dagen efter fick jag samtalet att jag skulle få följa med till London! Denna snabba effektiva process gjorde att jag från start fått en väldigt positiv uppfattning av hela projektet. Resan gick snabbt, men då planet lyfte vid 07 och vi samlades vid 04.40 var vi alla extremt trötta under hela dagen vilket var synd då vi hade en fullspäckad dag framför oss! Det första riktiga eventet var på Svenska Handelskammaren. Vi fick höra om företag så som Vattenfall, Google, Stora Enso och Svenska Handelskammaren. Min favorit var helt klart Google, Rikard Steiber hade en intressant historia och fick oss extra intresserade när han stannade kvar ett bra tag efter sin presentation. Han minglade med oss och jag fick chansen att ställa flera frågor och be om tips inför de närmsta årens karriärval. Männerna från Vattenfall och Stora Enso var mindre intressanta, speciellt för mig då de inte är i samma bransch som jag inriktar mig mot, men de berättade inte heller något unikt ur sin karriärhistoria som jag kunde ta tillvara på. Denna dag var en av de längsta på länge, men även en av de mest händelserika! Dag 2 var lite mindre stressig och det var egentligen bara ett företagsbesök på schemat. Jag hade ingen tidigare kunskap om Goodwille, utan det blev en positiv överraskning att få höra grundaren Annika berätta om hur hon startat företaget och dess affärsidé. Det var oerhört värdefullt att Goodwilles representanter tog sig tid att stanna kvar och mingla med oss efter presentationen. Jag pratade mycket med Annika och hon verkade genuint intresserad av min historia och mina framtida planer. Hon var en extremt intressant person och jag kände igen flera av de historier hon berättade om från egna erfarenheter och ännu fler som jag skall spara i minnet tills den dag jag hamnar i en liknande situation. Resten av dagen var ganska lugn schemamässigt, dvs. fritid tills det var dags för gemensam middag. Hotellet vi bodde på kunde ha undersökts bättre innan bokning, då det rum vi fick första natten ej var upp till standard, samt frukosten otillräcklig. Sista dagen började också tidigt, med utcheckning vid 05.30 och sedan en resa till Ericssons kontor som låg en bra bit utanför London. Det hade varit intressant att se deras kontor mer än entrén och sammanträdesrummet samt att lite mer ingående samtala med representanterna för Ericsson mer än den timmen de hann avvara till oss. Speciellt med tanke på den långa resetiden. Frågan till nästa år är kanske att tänka på vad Destination London kan klämma in istället för den långa resan och väga det emot vad man annars hade kunnat besöka för företag. På eftermiddagen besökte vi Danske Bank, de låg i stadsdelen City, vilket var kul att besöka igen, speciellt då jag trots mina 3 år som

Londonbo inte varit inne på något kontor i området. Det var intressant och trevligt att höra från de två svenska representanterna, även då arbetsplatsen var mer lämpad för någon på Handelshögskolan eller dylik utbildning. De gjorde ett bra intryck och hade bra historier från arbetslivet som vi kan ta tillvara på. De hade lovat oss under en timme, men de verkade trivas med oss då de höll på i närmare två timmar.

I det stora hela så tycker jag resan flöt på väldigt bra, projektgruppen har gjort ett utmärkt jobb och vad jag som deltagare märkte så uppkom inga problem i London. Det verkade ha varit svårt att få tag i företag som ville engagera sig i Destination London, speciellt med tanke på lågkonjunkturen, vilket förhoppningsvis blir lättare nästa år då DL kan visa upp ett väl genomfört projekt med så fina företag som Goodwille, Google och Ericsson. Ibland var det mycket egentid, t.ex. på tisdagen, för att på både måndagen och onsdagen vara fullpackat med besök. Jag hade gärna sett att det var en jämnare fördelning och absolut en fjärde dag. Det bästa med resan var mötet med Google och mötet med Goodwille. Google eftersom det var ett företag jag visste mycket om och såg fram emot att få höra mer om. När sedan Rikard hade som det verkade oändligt många anekdoter från sitt liv och en otroligt fängslande karriärstege blev det inget annat än succé! Han måste absolut bjudas in till framtida DL. Till Goodwille kom jag med noll vetskap om företaget och de överraskade mig med både sin affärsidé, vilken jag tycker är genialisk och verkligen välbehövd, samt med sin drivna grundare Annika Åman-Goodwille.

Jag skulle hemska gärna, om jag fick chansen, vilja vara med i nästa års projektgrupp. Då jag med nöje skulle hjälpa till att utveckla Destination London till något riktigt stort. Detta tror jag är ett av de största bevisen från mig att Destination London 2009 varit enastående och ett toppenfint projekt med stort utvecklingspotential.

Hur bibehålls kontakterna med medresenärerna efter det att resan är slut?

Det finns många sätt att hålla ihop en grupp, men i detta fall där alla är engagerade och drivna studenter/nyexaminerade så tror jag att lunchmöten kan vara svårt, men att t.ex. gå på gemensamma seminarier inom ämnen som tangerar visionen med DL kan vara en samlingspunkt. LinkedIN är givetvis ett mer laid back-alternativ, där vi kan hålla kontakten med varandra i sin egen fart. Vi hade ju planer på en picknick några veckor efter hemkomsten, men den verkar ha glidit ut i sanden. Jag hoppas den planen uppstår i början av hösten! Personligen gillar jag kvällsaktiviteter, t.ex. som när vi möttes för första gången, lekte lekar och socialiserade, det gillade jag rejält! Det bästa är nog att se till att deltagarna och projektgruppen blir riktigt tigha så att genuin vänskap blossar upp och därefter bibehålls kontakterna automatiskt.

Hur kunde en fjärde dag ha sett ut i London?

En fjärde dag är inget problem att fylla, så länge DL får tag i tillräckligt många intressanta företag. Jag kände mig absolut inte less på företagsmöten den sista dagen, utan hade gärna besökt flera till. På Handelskammaren fick vi vetskapen om Young Professionals, så jag hade gärna sett att planera in en träff med dem, helst på ett av deras reguljära möten så deltagarna får träffa hela nätverket och se hur ett sådant evenemang går till.

Även ett utbyte med t.ex. Imperial College London, King's College eller en Business School hade varit uppskattat. Kanske finns det liknande projekt eller nätverk på något av universiteten som Destination London hade kunnat dra nytta av. Oavsett så tycker jag det hade varit intressant att se vad och vilka inhemska ex-studenter det är man konkurrerar om jobben med.