

TILTAKSDOKUMENT for USN Flexibel

USN Flexibel

Navn på Tiltak:

Alumni utredning

Tiltak ID:

016

Dato Start:

Mai 2023

Dato Slutt:

20. mars 2024

Status:

Under planlegging:

Løpende:

Avsluttet:

Ansvarlig Enhet:

USN Flexibel

Ansvar Navn:

Jarle Løwe Sørensen

Medarbeidere i tiltaket:

Institusjon

Tiltaksbeskrivelse:

Mandatet for USN Flexibel inneholder et punkt om: *Utvikle strategier for USNs arbeid med livslang læring (inkludert alumni)*. Direktøren for fellestjenester har gitt USN Flexibel i oppdrag å utrede hvordan USN kan opprette en ALUMNI tjeneste. Dette tiltaket skal jobbe med å organisere opp en slik utredning, iverksette den og levere utredningsrapporten til direktøren for fellestjenester som svar på oppdraget.

I dette arbeidet benytter USN Flexibel seg av arbeidsgruppens medlemmer som referansegruppe og en av fakultetskoordinatorene (HH) leder arbeidet. Lederen oppretter en arbeidsgruppe bestående av deltakere fra de viktigste av organisasjonens enheter som vil bli berørt av en ALUMNI tjeneste. Arbeidsgruppen for Alumni leverer en rapport med anbefalinger om hvordan ALUMNI kan innføres ved USN, og hvilke roller og funksjoner som må på plass for en vellykket integrasjon. Se vedlegget nederst i dette dokumentet for flere punkter.

Forventet resultat oppnåelse: Utredningsrapport som leveres til direktøren for fellestjenester, rapporten skal svare opp bestillingen som er formulert i direktørens notat om Alumni.

Mål som adresseres i USN Flexibel:

- Betydelig flere studenter på fleksible utdanninger av høy kvalitet i 2025
- USN er godt rustet til å svare på nye behov i arbeidslivet for fleksibel utdanning
- Gode organisatoriske rammer for arbeidet med fleksibel utdanning på alle nivåer i USN
- Godt samspill mellom nivåene og enhetene i USN om EVU/fleksibel utdanning og digitalisering
- Utvikle strategier for USNs arbeid med livslang læring (inkludert alumni)
- Løfte og styrke USNs arbeid med fleksible utdanninger
- Profesjonalisere markedsføring og kommunikasjon for etter- og videreutdanningsfeltet
- Utvikle innovative, fleksible og hybride pedagogiske metoder og løsninger
- Utvikle organisatoriske og økonomiske alternativer for fremtidens arbeid med fleksibel utdanning ved USN

Budsjett:

Alle beløp i hele 1 000,-

	Timer	2022			2023			2024			
		Beløp (kr)	Timer	Beløp (kr)	Timer	Beløp (kr)	Timer	Beløp (kr)	Timer	Beløp (kr)	
Bidrag USN-F (t.sats 1)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Bidrag andre*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Sum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Post	Periode:	Hele	1. tert.	2. tert.	3. tert.	1. tert.	2. tert.	3. tert.	1. tert.	2. tert.	3. tert.
Tiltaksledelse USN-F	Beløp i hele 1000	0									
Kjøp av tjenester		0									
Reiser/ møtevirksomhet		0									
Andre Innsatser		0									
Sum		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

* Bidrag fra andre: <Navn>

Timesats 1:

0,8

Timesats 2:

0,8

Vedtatt i SG: Ja, faller inn under mandatet til USN Flexibel

Dokumenter vedlegg: Mandat fra direktøren for fellestjenester

Rapport: Utredningsrapport om Alumni, arkivert i P360, 07.03

Vedlegg

Etablering av et Alumni-nettverk ved USN – kort betenkning

Innledning

USN har på kort tid tatt en nasjonal posisjon som et av Norges største universitet med en tydelig regional forankring og internasjonal orientering. Tross sterke resultater på mange områder har vår rurale plassering og faglige profil bidratt til rekrutteringsutfordringer på enkelte områder. Sammen med tilbaketreking av studieplasser har dette skapt et sammensatt strategisk utfordringsbilde der våre prognoser viser trangere budsjetttrammer i årene som kommer. Et viktig tiltak for å kompensere for disse utviklingstrekkene vil være en offensiv satsing på fleksible studietilbud tilpasset et samfunns- og arbeidsliv i endring. Her vil våre over 100.000 tidligere USN-studenter utgjøre vår viktigste målgruppe.

For å ivareta relasjonen til tidligere studenter i dette øyemed, har etablering av alumninettverk vært en viktig satsing i de fleste norske universiteter. Rent teknisk er dette databaser som benyttes til å samle kontaktinformasjon om nåværende og tidligere studenter, deres faglige preferanser mv, og benytte dette til å informere om relevante studietilbud etter endt gradsutdanning. Et vellykket alumni krever et godt sammensatt tilbud som gjør at både nåværende og tidligere studenter ønsker å bli med, og høster gode erfaringer fra tilbudene de deltar i. Typisk kan dette være gratistilbud eller rabatter på kurs, veilednings- og karrierkurs for studenter, konferanser, sosiale arrangement, nettverksbygging, etablering av faglige og profesjonelle møteplasser mv.

Status i USN

Det vises til NOKUTs gjennomgang av USNs kvalitetssystem fra 2018 der, med utgangspunkt i institusjonens profil, følgende anbefaling framgår i rapporten:

«Komiteen mener at USN bør arbeide for å etablere et ALUMNI-nettverk, for å styrke nettverket mellom universitetet, kandidater i arbeidslivet og studenter.»

USN har i tiden som har gått tatt flere initiativ på området:

- Som direkte konsekvens av USN Handelshøyskolens arbeid med internasjonal akkreditering av sitt bachelorprogram i Økonomi og Ledelse, samarbeidet fakultetet med kommunikasjonsavdelingen om å utvikle en midlertidig alumniorrdning basert på «Linked-in» som plattform. Det har hele tiden vært kjent at løsningen er midlertidig, da den har flere funksjonalitetsmangler og er lite egnet for oppskalering. En alumniorrdning ved USN må innbefatte en sikker og hensiktsmessig funksjon for direkte markedsføring av våre studietilbud, og Linked-in har ikke denne funksjonen. Til det bruker USN nå ChimpMail som ikke er en sikker kanal mht personvern hensyn.
- Våren 2023 bevilget direktør for administrative fellestjenester 1,7 millioner kroner til et prosjekt for anskaffelse, utvikling og implementering av et CRM-system. CRM er et sentralt databasesystem for å profesjonalisere og systematisere dialogen med eksterne samarbeidsaktører. Ambisjonen er å utvikle langsiktig kundelojalitet gjennom skreddersydd og kundeorientert dialog. En av de første modulene som etableres er for direkte markedsføring av etter- og videreutdanning (EVU), men USN vil ikke nå frem til flere potensielle studenter enn det vi gjør i dag via web eller våre kontaktlister. For å potensielt kunne nå overnevnte målgruppe på omkring 100 000 tidligere studenter, vil et godt utviklet alumni med attraktive aktiviteter, være avgjørende. Vi vil over tid kunne profesjonalisere dialogen og tilpasse hva hver enkelt deltaker ønsker og har behov for. Erfaringsvis er i overkant av 50% av studentene på EVU ved andre universiteter medlemmer i alumni. En strategi for hva USN vil benytte et alumni til, bør ligge til grunn for beslutning om system. Det antas at CRM også vil være en god teknisk plattform for en alumni-satsing, men dette må vurderes nærmere. Bla må det sikres at løsningen innebærer gode løsninger for nettverksbygging – dvs gi god systemstøtte for dialog mellom medlemmene på tvers – uten at dette må fasiliteres eller koordineres av USN.
- USN Fleksibel har i sitt prosjektmandat målfestet at det skal arbeide frem en strategi for å etablere et alumninettverk – altså ikke å utvikle en løsning, men definere rammen for hva et alumninettverk skal være og hvilke behov det skal dekke. Prosjektet har i ett år satt inn ressurser nettopp for å nå dette målet. Arbeidet har så langt ført til at alumni er satt på dagsorden i hele organisasjonen. Fakultetene er, blant annet gjennom USN-Fleksibels fire prosjektkoordinatorer orientert om fremdriften.
- Enhet for kommersialisering og innovasjon (KOIN) i AFI som har ansvaret for utvikling av CRM-systemet med tilhørende tjenester, har vurdert alumni blant annet gjennom samarbeidet med Aalto universitet som har lyktes godt på dette området. KOIN mener at en alumni-satsing vil forutsette tydelige avklaringer om innhold, tilbud og prosesser før det kan implementeres.

Pr. dato er det noe uklart hvordan de ulike delene av USN samvirker i alumniarbeidet. Det er mao behov for både organisatoriske, ressursmessige og mer prinsipielle avklaringer for å sikre helhetlig og effektiv utvikling.

Vurderinger og anbefalinger:

Selv om de fleste universitet har etablert alumniorrdninger er det etter vår erfaring flere som ikke lykkes. Vi har registrert to hovedutfordringer:

1. Alumnietableringen skaper forventninger blant deltakerne som ikke innfris. Dette handler dels om for lavt aktivitetsnivå eller for få relevante tilbud og aktiviteter. Ofte skyldes dette manglende oppslutning/engasjement i fagmiljøene, og at det ikke er etablert et profesjonelt apparat til å drifte og vedlikeholde løsninger, aktiviteter og databaser.
2. Alumni blir rene reklameformidlere – der mottakere opplever henvendelsene påtrengende og irrelevante.

Det er derfor vesentlig at USN i sin tilnærming tar høyde for de erfaringene sektoren har gjort så langt.

Behovet for en alumnisatsing som sådan synes åpenbar, og må forstås som en premiss for å lykkes i EVU/BOA-markedet. Et vellykket alumninettverk vil også ha et potensiale til å styrke USNs omdømme i markedet. Likevel må ambisjonsnivå og løsninger tilpasses tilgjengelige ressurser og kompetanse både på fagsiden og i forvaltning/administrasjon. Det foreslås en tilnærming i to faser:

Fase 1.

Det anbefales at alumni som strategisk grep utredes, og beskrives mtp. mål, premisser, ressurser, fremdrift mv. i regi av USN-fleksibel. Relevante fagmiljø fra administrasjon og fakultet må bidra. Sluttrapport ink. mandat for implementeringsarbeidet bør ferdigstilles innen 31.12.23. Det blir vesentlig at rapporten er godt forankret både i fakultet og administrasjon da virkeliggjøring av ambisjoner vil forutsette at det settes av ressurser, og følges opp i linja mv.

Fase 2.

Fra 1.1.24 overtas ansvaret for implementeringsarbeidet av administrasjonen ved at alumni tableringen varig plasseres i linja i kommunikasjonsavdelingen. Kommunikasjonsavdelingen er presset som følge av tung satsing på institusjonell profilering, og markedsføring av en lang rekke studieprogram med svak rekruttering. Denne løsningen vil derfor forutsette at det settes av/flyttes egnede ressurser inn i komm.

Dekanmøtet bør løpende holdes orientert om fremdrift.

Premisser:

- Alumni må primært forstås som en faglig strategisk satsing og oppfølging av institusjonelle ambisjoner påhviler både fakultet og administrasjon.
- Tilnærming og løsninger må sikre at CRM-databasen fylles med data av høy kvalitet som løpende oppdateres. Dette handler ikke bare om persondata/kontaktinfo, men også faglige interesser, preferanser mv. Dette er en forutsetning for å treffe mottaker med informasjon og tilbud som oppleves relevant.
- Det må innhentes erfaringer fra Handelshøyskolens alumniarbeid, og utnytte disse effektivt i prosjektarbeidet.
- Det anbefales å begynne i liten skala i de fagmiljøene som er særlig motiverte og som er innstilt på å sette av tilstrekkelig med ressurser. Ideelt sett bør ett fakultet evt. institutt være pilot. Inkrementell utvikling og høsting av lavhengende frukter bør være et godt utgangspunkt for å sikre at effekten overstiger ressursinnsats tidligst mulig. Oppskalering/innfasing av nye enheter bør skje etter innspill/ønsker/behov fra fakultetene.
- En viktig forutsetning for utforming av ambisjoner og konkrete løsninger i prosjektet er at de er gjennomførbare – innenfor dagens ressursrammer. Prosjektet bes derfor om å knytte enkle ressursberegninger og overslag til sine anbefalinger.

Arbeidet foreslås iverksettes straks.

Per Eirik Lund
Direktør
Adm fellestjenester