

Høgskolen i Sør-Trøndelag Høgskolestyret

Orienteringssak		Dato: 14.04.2008
Til: Høgskolestyret		
Fra: Rektor		
Sak:		HS-O-014/08
HS-O-014/2008 Identitetsprosjektet ved HiST		
Saksbehandler/-sted:	Christel Vindenes, Kommunikasjonsenheten SFS	
Tidligere sak(er):		
Vedlegg:		
Link:		

Orientering om Identitetsprosjektet

Identitetsprosjektet er et av fire delprosjekter under DigInfo (Utvikling av nettet som kommunikasjons- og læringsplattform).

Tidsperiode:

Oppstart 31.03.08 – avslutning 18.08.08

Mål for prosjektet:

HiST skal bli bedre på å kommunisere virksomhetens utdanninger, forskning, samarbeid og resultater til omverdenen, og skal i all kommunikasjon fremstå tydelig, helhetlig og profesjonell.

Prosjektet skal bidra til å:

- Øke kjennskapen til HiST
- Skape godt renommé og omdømme
- Øke rekruttering av studenter og
- Øke rekrutteringen av vitenskapelig ansatte
- Skape stolthet over HiST internt og eksternt i nærings, arbeids og samfunnsliv

Mandat

Prosjektet skal gjennom en identitetsprosses utvikle en overordnet kommunikasjonsstrategi for HiST. Strategien skal visualiseres i en ny grafisk profil for HiST. Prosjektet

skal ha hovedfokus på å ivareta et overordnet HiST perspektiv, men samtidig også ta hensyn og stilling til avdelingenes styrker og behov. Det vil underveis bli presentert ulike løsninger for hvordan man best og mest hensiktsmessig kan ivareta avdelingsidentiteter i HiST-identiteten.

Kommunikasjonsstrategi

- Kommunikasjonsstrategien skal være retningsgivende for hvordan HiST til enhver tid skal fremstå og kommuniseres ut. Den skal uttrykke HiST sin identitet og definere hva HiST skal kommunisere, hvorfor, hvordan og til hvem. Den skal være grunnlaget og legge premisser for all intern og ekstern kommunikasjon fra HiST, uansett hvem ved institusjonen som er avsender.
- Strategien skal inneholde gode utsagn og historier som skal representere vår institusjon, som et samlet HiST kan identifiseres med og som våre målgrupper etter hvert skal kjenne oss gjennom.

Grafisk profil

- En grafisk profil beskrives ofte som ett grafisk regelverk for hvordan en institusjons grafiske uttrykk skal se ut. Det dreier seg om sammenstilling og bruk av visuelle elementer som logo, farger, fonter og andre profilelementer. Gjenkjenne, tydelighet og helhet er nøkkelord, og det handler om å bygge en merkevare.
- HiST sin identitet skal kjennes igjen i alle uttrykk: I alt fra skilt, til powerpointpresentasjoner, informasjonsmateriell og kampanjer.
- Vår nye grafiske profil vil inneholde profilelementer og maler som nedlastbare filer, og regelverk for hvordan man skal sammenstille og bruke disse. Riktig bruk av profilhåndboken sikrer at HiST fremstår som tydelig og enhetlig i all kommunikasjon.

Prosjektet gjennomføres i tre faser:

- Fase 1 (as is) Kartlegging, research, definering av prosjektet
– hva er dagens situasjon? Hva forbindes vi med? Hvem kjemper vi imot? Hva kjemper vi om? = INPUT
- Fase 2 (to be) Utarbeidelse og beskrivelse av HiSTs identitet
– hvordan ønsker vi strategisk at HiST skal bli oppfattet? Hva ønsker vi å bli berømte for? = IDENTITETSUTVIKLING
- Fase 3 (to do) – Kommunikasjonsstrategi, Grafisk profil og Dramatiseringer grafisk profil og kommunikasjon. Hvordan ser det ut? Og hva sier vi til hvem? Hvor? Og hvordan? = KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

Forankring

Identitetsprosjektet krever riktig forankring i ledelse og organisasjon og en sammensetning av deltagere. Et av de viktigste suksesskriteriene for prosjektet er involvering og engasjement blant HiSTs ansatte og studenter. Dette bla for å finne fram til – kartlegge HiST s identitet. Og det er avdelingene som samlet sett ER HiST og de representerer alle fragmenter av en total HiST identitet. Prosjektledelsen har derfor lagt stor vekt på å sette sammen grupper som til sammen representerer både HiSTs faglige bredde og kompetanse. Samtidig har vi søkt å engasjere personer med vitenskapelig bakgrunn, administrativt personale, tillitsvalgte og studenter. Til sist er fagfolk innfor feltet markedsføring fra egen organisasjon involvert.

Arbeidet gjøres hovedsakelig i tre ulike grupper: Prosjektgruppen, ressursgruppen og styringsgruppen. Gruppene har tre ulike nivå på involveringen og tydelig mandat:

- **Nivå 1: Prosjektgruppen:** Deltagere med kommunikasjonskompetanse, lederansvar og faglig perspektiv. Mandat: utarbeide og anbefale.

- **Nivå 2: Ressursgruppen:** Gruppen skal gi utenforstående vurderinger og bringe perspektiv inn. Ressursgruppen er arbeidsgruppens rådgivere. Ledelse inviteres inn i denne gruppen på frivillig basis.
- **Nivå 3: Styringsgruppen:** Deltagere som har beslutningsmyndighet. Involveres ved milepæler.
- **Prosjektgruppen:**
 - Morten Thoresen – Kommunikasjonsenheten
 - Christel Vindenes – Kommunikasjonsenheten
 - Therese Mjøen – AiTEL
 - Trond Stiklestad- TØH
 - Carina Rømme - Quak
 - Berit Hvalrygg – Bennett
 - Einar Klomsten – Bennett
- **Ressursgruppen:**
 - Marit Skrødal – AMMT
 - Therese Mjøen - AiTEL
 - Lars Landrø – AMMT
 - Olve Hølaas – AFT
 - Elin Tollefsen Leer – AFT
 - Frøydis Søbstad – TØH
 - Maiken Trane – TØH
 - Sigmund Grimstad – ALT
 - Pål Risan – Rådgiver – SFS
 - Mary Kristin Johansen – ASP
 - Kari Sagmo - ASP
 - Brit Ragnhild Aune- AHS
 - Nina Ford – AHS
 - Magnus Tønnesen- Studentparlamentet
 - Berit Øien – Kommunikasjonsenheten
 - Morten Thoresen – Kommunikasjonsenheten
 - Christel Vindenes – Kommunikasjonsenheten
- **Styringsgruppen**
 - Prosjekteier: Ann Elisabeth Wedø - høyskoleledende
 - Prosjektkoordinator: Kari Berget - studiedirektør
 - Øvrige gruppelemmer:
 - Per Borgesen – dekan, AiTEL
 - Hilde Gade – dekan, AMMT
 - Silje Anita Holand – nestleder Studentparlamentet
 - Dagrun Sjøhelle – førstelektor, ALT
 - Vidar Solheim – IKT-sjef

Delprosjektets leder rapporterer til styringsgruppen.

Identitetsprosjektet vil i tillegg være tema på ledermøter i prosjekttiden og skal også forankres i styret som vedtakssak i juni. Ved behov vil vi underveis også trekke inn andre aktuelle stemmer i ressursgruppen, som eksempelvis eksterne aktører og studenter.

Parallelt med identitetsarbeidet utarbeides det også en plan for hvordan vi skal kommunisere kommunikasjonsstrategien og den grafiske profilen internt, i forhold til resultat og bruk. Det er avgjørende at resultatet blir noe som vi v/HiST føler tilstrekkelig eierskap til, slik at vi aktivt bruker kommunikasjonsstrategien og den nye grafiske profilen som verktøy for å nå våre mål i det daglige arbeidet.

Økonomi

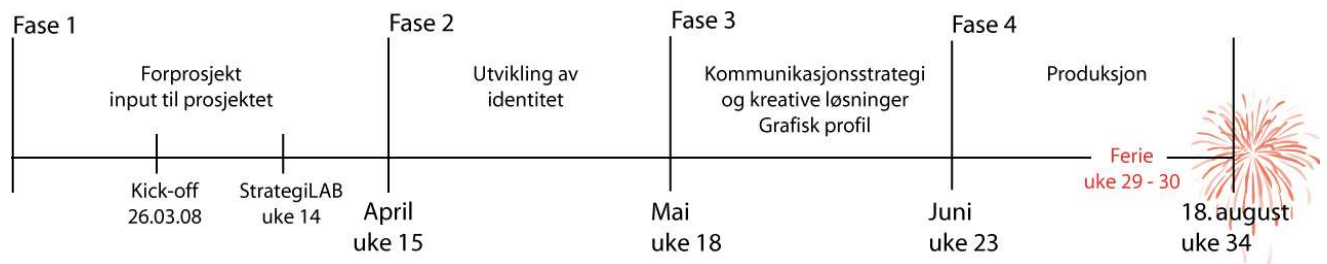
- Prosjektet gjennomføres i samarbeid med HiSTs reklamebyrå, Bennett, som HiST har avtale med.
- Prosjektets økonomiske ramme dekker Fase 1, 2 og 3, men omfatter ikke fysisk utvikling av en interaktiv profilhåndbok på web.
- Totalramme kr. 450.000,-

Spesielle utfordringer

- Lederforankring
- Involvering av både ledere, vitenskapelige personell, administrativt ansatte og studenter
- Involvering fra alle avdelinger
- Meget kort tidsaspekt

Tidsplan

Arbeidet ferdigstilles og lanseres til studiestart 2008/2009 ved åpningsarrangementet i Borggården 18. august. Det tette tidsløpet gir fordeler som konsentrert innsats og målbevisst tenkning, klart fokus på viktige aspekter og effektiv fremdrift. Vi har tro på intensiv jobbing og ser få gevinster ved å trekke det ut i tid.



Status

Vi har så langt avholdt to StrategiLabdager hos vårt byrå Bennett, med gode resultat. Dette var to ettermiddager fra 16.00-22.00 med intensivt gruppearbeid hvor deltagerne bidro til å kartlegge hva og hvem HiST er og jobbe frem grunnlaget for vår nye kommunikasjonsstrategi og grafiske profil, som er hovedmålet i prosjektets første fase 1. Noen av de sentrale spørsmålene var følgende:

- Hvem er HiST sine viktigste "kunder"?
- Hva er viktig for våre "kunder" – hva er de opptatt av når de velger oss?
- Hvem er våre største konkurrenter?
- Hva sies om HiST i dag? Hva er vi mest kjent for?
- Hvordan ønsker du at HiST skal omtales om 5 år?
- Hva mener du er det unike med HiST i dag?
- Hva er det viktigste vi tilbyr i dag?
- Tilbyr vi noe som "kundene" ikke vet om?
- Hva kan vi tilby om 5 år, som vi ikke tilbyr i dag? (gjørne til nye kunder)
- Hva er det viktigste vi tilbyr om 5 år?
- Hva assosierer du med navnet "HiST"?
- På hvilken måte kan vi best ivareta våre avdelingers særpreg?

StrategiLab 31.mars

13 personer deltok. Høgskolestyret, rektoratet, seksjonsdirektørene, SFS, Studentparlamentet, Avdeling TØH, ASP, AFT og ALT var representert.

StrategiLab 2.april.

12 personer deltok. Seksjonsdirektørene, dekaner, SPO, SFS, ASP, ALT, AFT, TØH, AHS, Quak og studentrepresentant rekruttering var representert.

Vi har også satt i gang arbeidet i ressursgruppen 14.4 med en bli-kjent-samling, presentasjon av prosjektet og prosjektjobbing og en kreativ del v/Bennett. I tillegg har prosjektet vært presentert på ledermøtet og mandatet har fått godkjenning av styringsgruppen i DigInfo.

Arbeidet er finansiert over høgskoledirektørens budsjett for 2008.

Styret vil få Identitetsprosjektet som vedtakssak i junimøtet.