



Arbetsmarknads- och utbildningsmessa 2023

UTVÄRDERING

JOSEFIN PETERSSON, HANNA JONSSON, ASTRIT SHABANI,
MARIA ERIKSSON

1 Innehåll

2	Bakgrund	4
3	Arbetsprocessen.....	4
3.1	Projektgrupp.....	4
3.2	Målgrupp utställare	5
3.3	Målgrupp besökande.....	5
3.4	Öppettider och plats.....	5
3.5	Anmälan som utställare.....	5
3.6	Marknadsföring	5
3.6.1	Tillväxt Markaryd.....	6
3.6.2	Direktutskick.....	6
3.6.3	Pressträff	6
3.6.4	Strömsnäsfestivalen	7
3.6.5	Sociala medier	7
3.6.6	Buss och tåg.....	7
3.6.7	Flyers	7
3.6.8	Digitala skärmar.....	8
3.7	Mässan	8
3.7.1	Utställare	8
3.7.2	Fordonsutställning.....	8
3.7.3	Föredrag	8
3.7.4	Utställningar på Vetenskapshuset.....	9
3.7.5	VR-rummet	9
3.7.6	Utvärdering på plats	9
4	Statistik och resultat.....	11
4.1	Marknadsföring	11
4.1.1	Arbetsförmedlingen	11
4.1.2	Inlägg och sponsrade inlägg på Facebook och Instagram	11
4.1.3	LinkedIn	13
4.1.4	Webben – markaryd.se	14
4.1.5	Länstrafiken	14
4.1.6	Flyers	16
4.1.7	Kommunbladet.....	16
4.1.8	Kommunhuset och Servicekontoret.....	16

4.2	Besökare och utställare på mässan	16
4.2.1	Besökare	16
4.2.2	Utställare	17
4.3	Utvärdering allmänheten	18
4.4	Utvärdering utställare	18
5	Reflektion	27
	Bilaga	29

2 Bakgrund

I Markaryds kommun anordnades senast en EXPO den 24 maj 2014 i samband med Markaryds Vårmarknad. Temat var "Leva, Bo och Uppleva Markaryd"¹ och anordnades tillsammans med Tillväxt Markaryd, Företagarna och Markaryds kommun. En mötesplats som uppskattades av många.

Under våren 2023 fick Arbetsmarknadsenheten indikationer från Arbetsförmedlingens fria aktörer och offentliga sektor kring en avsaknad av en mötesplats där de arbetssökande, näringsidkare och utbildningssektor kunde mötas.

Arbetsmarknadsenheten lyfte indikationerna med kommunens näringslivsavdelning som även fått till sig en liknande efterfrågan om en mötesplats från det privata näringslivet.

3 Arbetsprocessen

Arbetsmarknadsenheten satte samman en aktivitetsplan och ett förslag på upplägg för en mäsas med inriktning mot arbetsmarknad, utbildning, samt möjligheterna med att leva och bo i Markaryds kommun.

Arbetsmarknadsenheten tog därefter kontakt med näringslivsavdelning om de indikationer som framkommit från olika aktörer och presenterade ett förslag på upplägg för mässan.

En projektgrupp sattes samman där nyckelpersoner tillsammans arbetade fram förslag och möjligheter för att genomföra en mäsas.

3.1 Projektgrupp

En projektgrupp sattes samman med nyckelpersoner från Markaryds kommun, c/o Markaryd och Vetenskapshuset.

Projektgruppen:

- Arbetsmarknadskoordinatorer, Markaryds kommun
- Ungdomskoordinator, Markaryds kommun
- Enhetschef för Socialt arbete, Markaryds kommun
- HR-specialist, Markaryds kommun
- Strategisk kommunikatör, Markaryds kommun
- Näringslivschef, Markaryds kommun
- Studie-och yrkesvägledare, Markaryds kommun
- Verksamhetschef, Vetenskapshuset
- Koordinator, C/o Markaryd.

¹ <https://tillvaxtmarkaryd.se/expo-markaryd-24-maj/>

3.2 Målgrupp utställare

Inför mässan beslutades om att målgruppen på utställare skulle vara ett fokus på näringsidkare som har verksamhet i Markaryds kommun och den offentliga verksamheten. Mässan skulle vara en naturlig plats för alla parter att kunna mötas och skapa nya relationer och kontakter. Ett av fokusområdena var möjligheten för besökare om att nätverka med utställarna kring arbete, utbildning, samt att leva och bo i kommunen.

3.3 Målgrupp besökande

Inför mässan beslutades det om två målgrupper som mässan skulle rikta sig mot gällande besökare, skolungdomar och allmänheten. Mässan delades upp på två pass, ett förmiddags- och ett eftermiddagspass. Förmiddagen mellan kl.10.00-13:00 var målgruppen alla skolungdomar i Markaryds kommun inom årskurs 9:e samt gymnasielever på Markaryds kommuns gymnasieskola Kunskapscentrum. På eftermiddagen mellan kl.15:00-19:00 var mässan öppen för allmänheten. Målgrupp på besökare var fokus kring att leva och bo, arbeta och studera.

3.4 Öppettider och plats

Platsen för mässan beslutades utifrån faktorerna att besökare skulle ha en enkel sträcka att kunna ta sig till lokalen men också utifrån volym och utrymme. För att säkerställa att mässan hade möjlighet att växa preliminärbokades två lokaler, Vetenskapshuset och Sparbankshallen i Markaryd.

Tiderna för mässan beslutades till två pass, ett förmiddagspass som skulle vara öppet för skolungdomar och ett eftermiddagspass som skulle vara öppet för allmänheten. För att utställare skulle få god möjlighet till återhämtning mellan passen, men också för att lokalen skulle användas till ett annat event utanför mässans planering, sattes två timmar lunchstängt.

Utifrån antalet som anmälde sig som utställare och för att besökare skulle enklare kunna ta sig till lokalen beslutades om att mässan skulle vara i Vetenskapshuset i Markaryd. Detta möjliggjorde även för besökare att kunna besöka Vetenskapshusets utställningar som fanns i lokalen.

3.5 Anmälan som utställare

Inför anmälan togs en e-tjänst fram för att möjliggöra en enkel väg för utställare att anmäla sig till mässan.

Projektgruppen tog beslut om att inga avgifter skulle finnas för att anmäla sig som utställare till mässan. Detta för att alla utställare skulle ha lika möjlighet att kunna anmäla sig och delta.

3.6 Marknadsföring

För att nå till en bred målgrupp riktades insatserna mot närliggande län (Skåne, Halland, Blekinge och Kronoberg). Det var blandade insatser med fysiska besök, digitala nätverk, sociala medier och direktkontakt. Närliggande arbetsmarknadsenheter inom närliggande län fick en personlig inbjudan via mejl till Arbetsmarknads- och utbildningsmässan.

Arbetsförmedlingen gjorde en riktad inbjudan till arbetssökande i närområdet. Arbetsförmedlingen gick ut med informationen till närliggande fria aktörer med inbjudan om möjligheten med att delta som utställare. Markaryds kommuns verksamheter Arbetsmarknadsenheten och Ekonomiskt bistånd gjorde en riktad inbjudan till aktuella kommuninvånare.

3.6.1 Tillväxt Markaryd

Arbetsmarknadsenheten deltog på Tillväxt Markaryds näringslivsfrukost den 26 maj 2023. Arbetsmarknadsenheten fick möjlighet att presentera för alla besökare om Arbetsmarknads- och utbildningsmässan och möjligheten med att anmäla sig som utställare. Det var cirka 80 personer som var med på frukostmötet.

Innan sommaren skickades ett vykort ut till 90 företagare som är anslutna till Tillväxt Markaryd med en påminnelse om möjligheten med att anmäla sig som utställare.



Bild 1. Tillväxt frukostmöte den 26 maj 2023. Arbetsmarknadsenheten presenterar möjligheten med att anmäla sig som utställare till Arbetsmarknads- och utbildningsmässan den 26 september 2023.

3.6.2 Direktutskick

För att nå en större grupp näringsidkare och utbildningsinstitutioner gjordes direktutskick med inbjudan om möjligheten med att anmäla sig som utställare till mässan.

3.6.3 Pressträff

Markaryds kommun bjöd in medierna SVT Småland, P4 Kronoberg, Smålänningen och Smålandsposten till en pressträff om mässan. På pressträffen deltog representanter från NIBE AB, Lechner Svenska Holding AB, Markaryds kommuns avdelningar Arbetsmarknadsenhet, Näringslivsenheten och kommunikation. Pressträffen ägde rum den 23 augusti 2023 på Vetenskapshuset i Markaryd och deltagande media var Smålänningen.

3.6.4 Strömsnäsfestivalen

I Markaryds kommuns monter på Strömsnäsfestivalen fanns möjlighet för kommuninvånare och besökare att läsa och ta med sig information inför arbetsmarknads- och utbildningsmässan för besökare.

3.6.5 Sociala medier

För att nå ut till fler näringsidkare, utbildningsinstitut och potentiella besökare till Arbetsmarknads- och utbildningsmässan gjordes riktade inlägg inför mässan på de sociala medierna Facebook, Instagram och LinkedIn. För att få en större räckvidd (än med ett ”vanligt” inlägg) gjordes ett sponsrat inlägg på Facebook/Instagram.

3.6.6 Buss och tåg

För att nå fler besökare i Skåne län gjordes riktad marknadsföring om möjligheten med att besöka Arbetsmarknads- och utbildningsmässan på Skånetrafikens buss- och tåglinjer som åker till och från Markaryds kommun. Annonseringen gjordes ca tre veckor innan mässan skulle äga rum och annonseringen var uppe i en vecka. Annonsplassen var på pågatågens och regiontrafikens digitala skärmar med en längd på ca 10–30 sekunder per visning.

Beskrivning	Period	Antal dagar
Pågatågen – Hässleholm/Markaryd	2023-09-04 – 2023-09-10	7
Regiontrafik – Helsingborg/Örkelljunga	2023-09-04 – 2023-09-10	7

3.6.7 Flyers

För att nå ut till fler besökare gjordes en satsning med att dela ut flyers på fyra orter med flest möjligheter till att pendla med lokaltrafik till Markaryds kommun. Orterna var Hässleholm (Skåne), Helsingborg (Skåne), Ljungby (Kronoberg) och Halmstad (Halland). Platsen för utdelning av flyers var i närheten av orternas buss/tåg-stationer. För att nå en större grupp av pendlare var personal från Arbetsmarknadsenheten på plats tidig morgon.

Plats	Datum
Hässleholm	2023-09-05
Helsingborg	2023-09-07
Ljungby	2023-09-12
Halmstad	2023-09-15

3.6.8 Digitala skärmar

För att nå ut till besöksnäringen i Markaryds kommun annonserades information om arbetsmarknads- och utbildningsmässan via c/o Markaryds ”Digitala skärmar”. Skärmarna finns på Rasta, ICA Kvantum, Vetenskapshuset och Biblioteket i Markaryd. Informationen om mässan annonserades på skärmarna i cirka 3 veckor.



Bild 1. Annons på digitala skärmar.

3.7 Mässan

3.7.1 Utställare

Antal utställare som deltog under Arbetsmarknads- och utbildningsmässan var 36 utställare. Det var utställare ifrån det privata näringslivet, offentlig sektor, förening och utbildningsinstitutioner.

3.7.2 Fordonsutställning

Utställare fick möjlighet om att ställa ut fordon på framsidan av Vetenskapshuset. Det var fem utställare som ställde ut sina fordon.

3.7.3 Föredrag

I anmälan fick utställare en fråga om de ville hålla i ett kort föredrag under mässan om dess verksamhet, framtida möjligheter och/eller behov. Det var 16 utställare som anmälde sitt intresse och under mässans gång var det 11 utställare som höll i ett föredrag. Föredraget hölls i ett rum i anslutning till mässans lokal för att besökare enklare skulle finna lokalen. Möjligheten att lyssna på föredragen var under eftermiddagspasset.

3.7.4 Utställningar på Vetenskapshuset

Utöver möjligheten med att mingla med utställare på mässan fick besökare under dagen även besöka Vetenskapshuset utställningar "Energi i balans" och "Nobel prize museum".

3.7.5 VR-rummet

Besökande på mässan fick möjligheten att prova på VR som anordnades av utställaren Reality park. Genom VR-rummet fick besökare även mer information om framtidens möjligheter med tekniken inom arbetslivet.

3.7.6 Utvärdering på plats

Under mässan fanns möjlighet för besökare och utställare att delta i två utvärderingar på plats. Temat på frågorna var "Markaryds kommuns värdegrund" och "Återbruket". Deltagande hade möjlighet att välja ett svar utifrån tre möjliga alternativ genom att placera ett föremål i dess cylinder.



Bild 1. Besökare svarar på frågeställningarna gällande Markaryds kommuns värdegrund och om kommunens arbete med återbruk.

3.7.6.1 Markaryds kommuns värdegrund

Besökare som svarade på frågeställningen gällande Markaryds kommuns värdegrund hade i sin helhet som svar *Tillsammans*. Under förmiddagen var det jämt mellan *Tillit* och *Tillsammans* men med ett visst försprång för värdegrundsordet *Tillit*. Under eftermiddagen ökade svarsfrekvensen för värdegrundsordet *Tillsammans*.



Bild 1. Frågeställning: Markaryds kommuns värdegrund är ETT, Engagemang, Tillit och Tillsammans. Vilket av värdegrundsorden är viktigast enligt dig? Svarsalternativ: Engagemang, Tillit, Tillsammans.


3.7.6.2 Återbruket

Besökare som svarade på frågeställning gällande Markaryds kommuns arbete med att återbruka material var svarsfrekvensen som högst för alternativet 1 300 000 kronor. 1 300 000 kronor var också det rätta svaret på frågan.

Ihop med frågeställningen om återbrukade produkter lyftes arbetet som enheten Återbruket gör i kommunen med information om enheten och dess arbete samt uppvisning av de kreationer som skapats hos dem.



Bild 1. Frågeställning: Hur mycket tror du att Markaryds kommun sparar genom återbrukade produkter under 2022? Svarsalternativ: 1 000 000 kronor, 1 300 000 kronor, 1 500 000 kronor.



På Återbruket tar vi tillvara på det material som kommunens enheter inte längre har ett behov av.

Vi förvarar, rengör och lagar det material som inkommit och på så sätt kan det återbrukas igen av våra verksamheter i kommun.

Istället för att köpa nytt kan vi tillsammans ta tillvara på det material som vi har i kommunen och medverka i kommunens miljöarbete.




Bild 2. På Återbruket tar vi tillvara på det material som kommunens enheter inte längre har ett behov av. Vi förvarar, rengör och lagar det material som inkommit och på så sätt kan det återbrukas igen av våra verksamheter i kommun. Istället för att köpa nytt kan vi tillsammans ta tillvara på det material som vi har i kommunen och medverka i kommuns miljöarbete.

4 Statistik och resultat

4.1 Marknadsföring

För att nå till en bred målgrupp riktades insatserna mot närliggande län (Skåne, Halland, Blekinge och Kronoberg). Det var blandade insatser med fysiska besök, digitala nätverk, sociala medier och direktkontakt. Närliggande arbetsmarknadsenheter inom närliggande län fick en personlig inbjudan via mejl till Arbetsmarknads- och utbildningsmässan. Markaryds kommuns verksamheter Arbetsmarknadsenheten och Ekonomiskt bistånd gjorde en riktad inbjudan till aktuella kommuninvånare.

4.1.1 Arbetsförmedlingen

Arbetsförmedlingen gjorde en riktad inbjudan till 900 inskrivna arbetssökande som var relativt nyinskrivna och närmare att kunna ta ett jobb. Arbetsförmedlingen gick ut med informationen till närliggande fria aktörer med inbjudan om möjligheten med att delta som utställare. Arbetsförmedlingen hade annons i deras aktivitetskalendern som de räknar att cirka 200–300 personer nåtts av.

Aktivitet	Räckvidd
Utskick till inskrivna	900
Annons i aktivitetskalendern	200-300

4.1.2 Inlägg och sponsrade inlägg på Facebook och Instagram

”Vanliga” inlägg på Instagram hade en räckvidd på 690 och 22 interaktioner. Det sponsrade inlägget hade en räckvidd på 22 431 och 1455 interaktioner.

Sociala medier	Räckvidd	Interaktioner
Sponsrade inlägg	22 431	1455
"Vanliga" inlägg	690	22



Bild 1 Sponsrat inlägg på Facebook och Instagram. Resultatet av aktiviteter gällande det sponsrade inlägget.

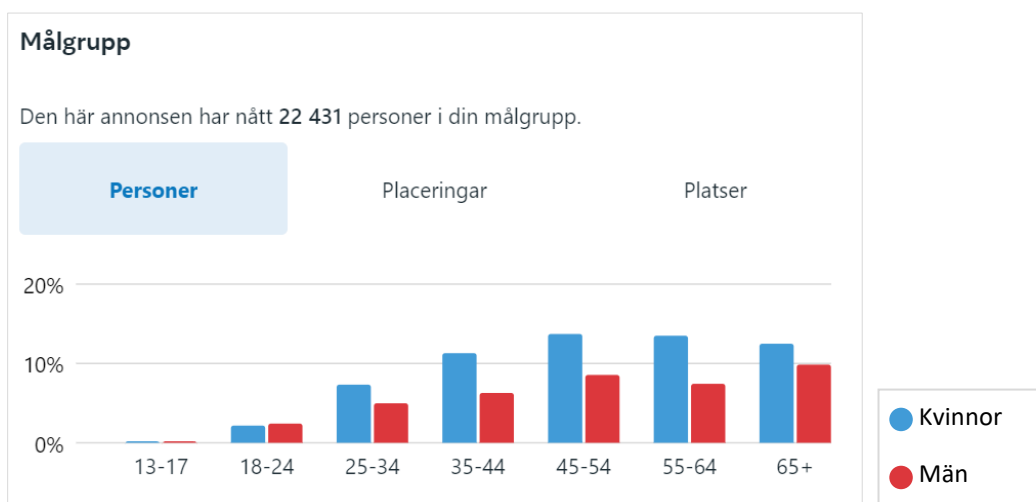


Bild 2 Sponsrat inlägg på Facebook och Instagram. Resultat av vilken åldersgrupp som nåtts av det sponsrade inlägget.

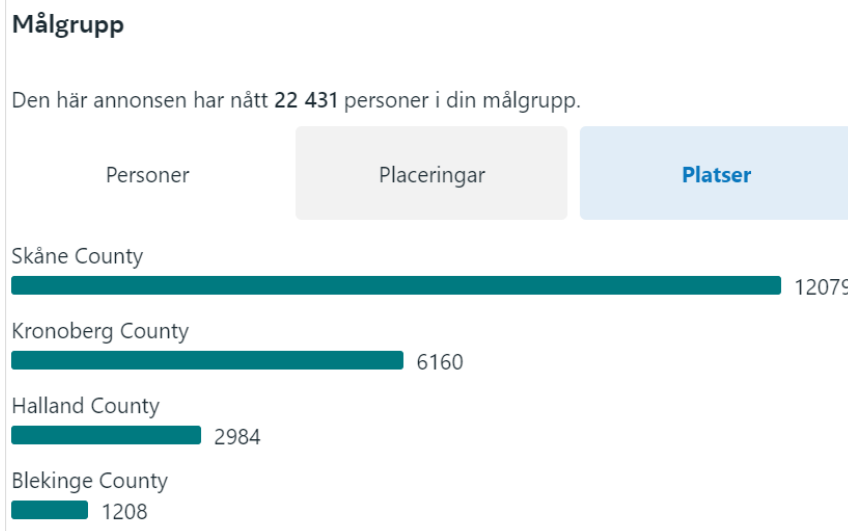


Bild 3 Sponsrat inlägg på Facebook och Instagram. Resultat av vart målgrupp som nåtts av det sponsrade inlägget bor och verkar i.

4.1.3 LinkedIn

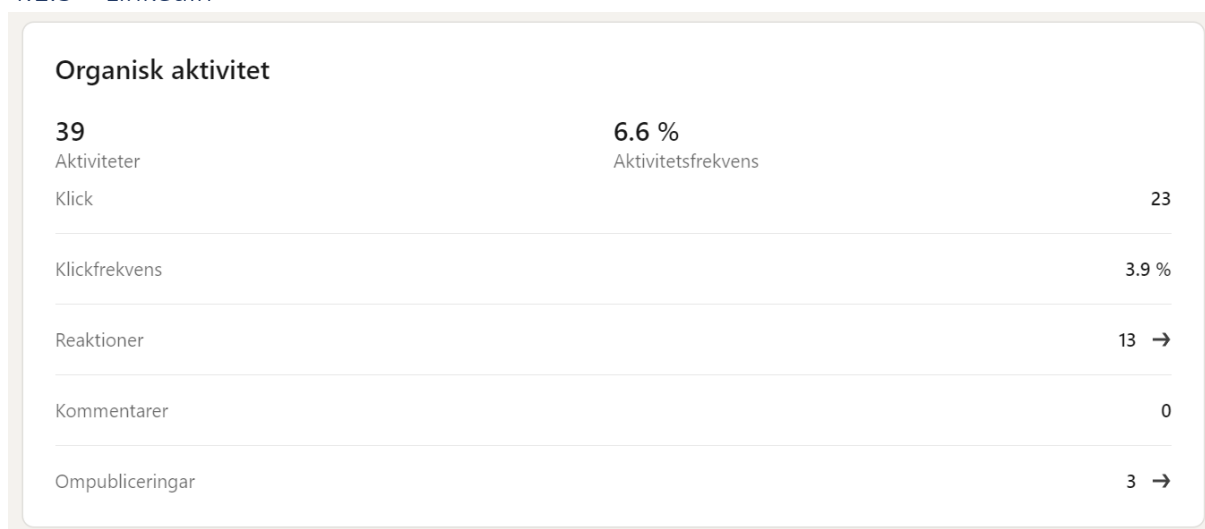


Bild 1 Resultat av inlägg som publicerades den 6 september 2023 på LinkedIn.

Organisk aktivitet

81

Aktiviteter

7.9 %

Aktivitetsfrekvens

Klick

36

Klickfrekvens

3.5 %

Reaktionen

41 →

Kommentarer

2 →

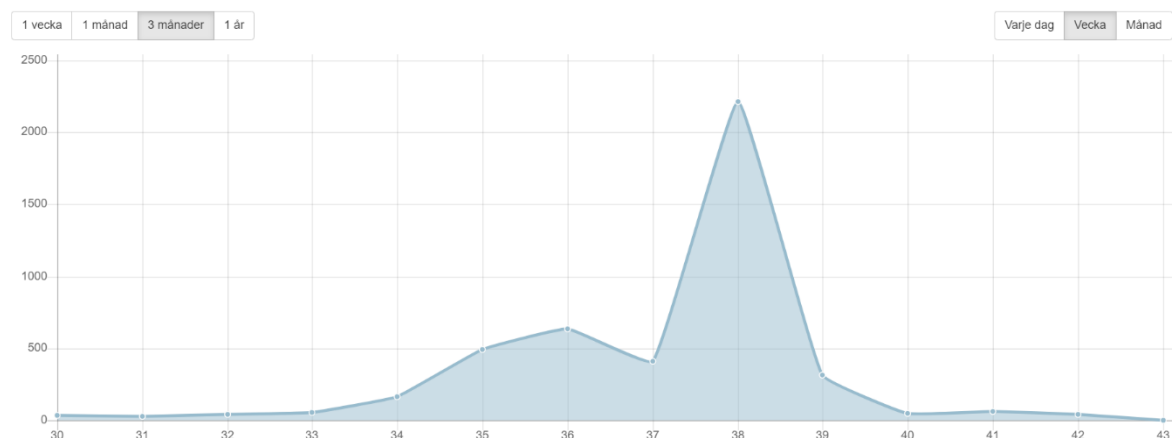
Ompubliceringar

2 →

Bild21 Resultat av inlägg som publicerades den 20 september 2023 på LinkedIn.

4.1.4 Webben – markaryd.se

Sidvisningar



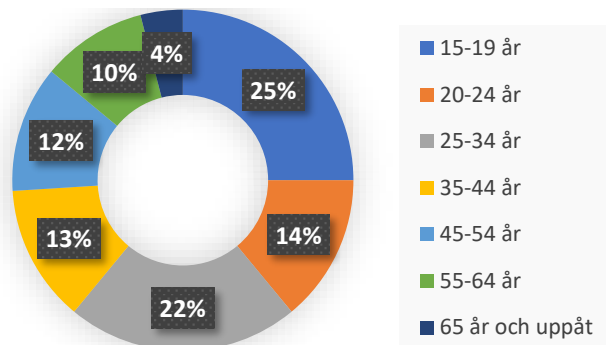
4.1.5 Länstrafiken

För att nå fler besökare i närliggande kommuner valdes att annonseras på sträckorna Markaryd – Hässleholm samt Markaryd – Helsingborg. Antalet kontakter är baserat på antal visningar och Skånetrafikens reseräkningar.

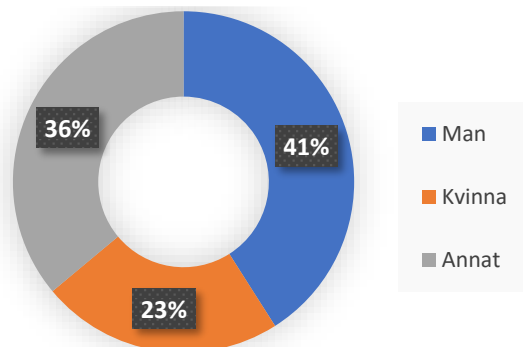
Produkt	Resor/kontakter
Pågatågen Hässleholm - Markaryd	50 000
Regiontrafik Helsingborg - Örkelljunga	5 351
Totalt antal resor/kontakter	55 351

Antal filmvisningar	
Markaryds_kommun_02460_Utbildningsmäss	86 800
Totalt	86 800

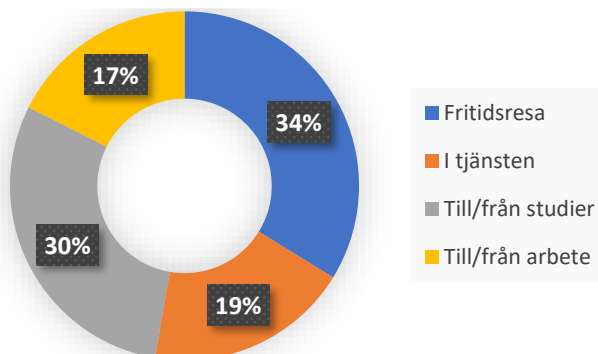
Kontakter per ålder	
15-19 år	13 838
20-24 år	7 749
25-34 år	12 177
35-44 år	7 196
45-54 år	6 642
55-64 år	5 535
65 år och uppåt	2 214
Totalt	55 351



Könsfördelning	
Man	22 140
Kvinna	32 104
Annat	1 107
Totalt	55 351



Syfte med resan	
Fritidsresa	15 498
I tjänsten	2 214
Till/från studier	16 052
Till/från arbete	21 587
Totalt	55 351



4.1.6 Flyers

För att nå ut till fler besökare gjordes en satsning med att dela ut flyers på fyra orter med flest möjligheter till att pendla med lokaltrafik till Markaryds kommun. Orterna var Hässleholm, Helsingborg, Ljungby och Halmstad. Platsen för utdelning av flyers var i närheten av orternas buss/tåg-stationer. I Halmstad lades ett antal flyers på Stadsbiblioteket och i Ljungby lades ett antal flyers på Campus.

Ort	Antal flyers
Hässleholm	250
Helsingborg	300
Ljungby	100
Halmstad	100
Totalt	750

4.1.7 Kommunbladet

För att nå ut till alla hushåll i Markaryds kommun publicerades i kommunbladet information om arbetsmarknads- och utbildningsmässan.

	Antal hushåll
Artikel i kommunbladet	4968

4.1.8 Kommunhuset och Servicekontoret

För att nå ut till invånare som besöker kommunhuset och servicekontoret i Markaryds kommun fanns även flyers uppsatta och att ta med sig.

	Antal flyers	Antal utdelade flyers	Antal flyers kvar
Kommunhuset och Servicekontoret	100	10	90

4.2 Besökare och utställare på mässan

4.2.1 Besökare

	Antal besökare
Förmiddag	450
Eftermiddag	250
Totalt antal besökare	700

4.2.2 Utställare

Sektor	Anmälda innan sista datum	Anmälda efter sista datum	Deltog	Deltog ej
Arbetsmarknadsutbildningar	6		4	2
Ekonomisk förening	1		1	
Fria aktör	2		2	
Offentlig sektor	7		6	1
Privat företag	16	2	18	
Utbildningsinstitutioner	8		5	3
Totalt	40	2	36	6

Ett sista datum för anmäla om plats sattes så att folder med utställare och information för mässan kunde skickas på tryck. Under perioden för tryck avanmälde sig två utställare. AME tog kontakt med ett företag som satt sig i kö för sen anmälan och ställde förfrågan till ytterligare en verksamhet. Båda bolagen hade möjlighet att delta och var medvetna om att deras information dessvärre ej kom att finansieras i foldern.

Meddelat förhinder innan mässan	Meddelat förhinder på mässdagen	Ej meddelat förhinder
2	2	2

Utöver de två verksamheter som avanmälde sig inför mässan var det två till företag som anmälde om förhinder på mässdagen, samt att två verksamheter inte dök upp på mässan som ej heller meddelade om orsak till frånvaron.

JA/NEJ	Egen monter/bord
Ja	8
Nej	34

Inför mässan anmäldes om att 34 utställare inte hade tillgång till ett bord för sin monter och önskade att få låna ett bord.

Hålla i föredrag
11

Under mässan var det 11 utställare som höll i ett kortare föredrag för besökare under öppettiden för allmänheten.

4.3 Utvärdering allmänheten

Vi fick en låg svarsfrekvens gällande utvärderingen från allmänheten. Lyft ut svar från inkomna utvärderingar.

1. Hur var din upplevelse av mässan?

- *Mycket bra*

2. Var det något du tyckte var särskilt bra med mässan?

- *Att få träffa olika företag och deras representanter*





3. Var det något du saknade?

- *Inte direkt. (skulle behövt mer tid, kom lite för sent på eftermiddagen)*

4.4 Utvärdering utställare

Utvärderingen skickades ut till 36 utställare. Svarsfrekvensen var 22 för utvärderingen.

1. Hur var er upplevelse av mässan?

 Mycket bra	15
 Bra	6
 Helt okej	1
 Mindre bra	0



2. Var det något ni tyckte var extra bra?

- *Värdarna var riktigt proffsiga, kollade läget med jämna mellanrum*

- *Organisationen bakom mässan*

- *Att vi äntligen har en företagsmässa igen.*

- *Vi uppskattade att det var ordning och reda. Bra ytor, kändes som fullt hus samtidigt som vi hade massor av utrymme att röra sig på.*

- *Många utställare som nådde en bred målgrupp*

- *Bra lokal för ändamålet*





- Det var en bra mässa.
- Bra organiserat, särskilt med tanke på att det är första gången.
- Själva utformningen av montrar och att allting var redo för en när man kom som aktör var mycket uppskattat. Lättnavigerat. Uppskattat att man fick tillgång till fika under hela dagen. Ljust, öppet och trevligt. God information om allting.
- Utmärkta lokaler, mycket trevliga arrangörer.
- Jag tyckte att AIF:s engagemang och planering var jättebra. Mässan var välordnad, allt var tydligt och stämning var väldigt härlig. Det kändes som en väldigt välgenomtänkt och välarbetad mässa vilket gjorde det roligt för oss som utställare. STORT TACK!
- Bra service och planering, samt specifik tid (förmiddagen) för skolungdomarna
- Väl bemötta av er som arrangerade
- Lokalen var bra för mingel
- Lunchen med "Industriforum" var mycket intressant och givande. Viktigt och svårt ämne i att locka till sig och behålla kompetens i Markaryd.
- Allt i sin helhet va så bra som det kan bli
- Bra strukturerat, inte för trångt för utställarna.
- En bra mässa i Markaryd, uppslutningen från utställare och besökare
- Blandning mellan utbildning och företag.
- Blandningen av utställare
- Vi fick bra hjälp med att planera mässan
- Mixen av utställare.

3. Vilka utvecklingsområden ser ni?

- Kanske en helsida i tidningen innan det är dax så ingen kan missa mässan
- Kan var idé att komplettera namnet på mässan till exempelvis Företagsexpo för att locka fler besökare på kvällen
- Fler utställare förhoppningsvis. Göra mässan olika för ungdomarna och för allmänheten. Kanske använda uteområdet också. "Locka" med något för att fler ska komma på kvällen.
- Förmiddagen var bäst, kanske utöka utbildningsdelen med ex) gymnasieval, fler yrkes och högskolor. Fler företag som söker sommarjobbare!
- Att nå ännu fler besökare
- Mässan behöver ej pågå till kl 19
- Inga utvecklingsområden

- Onödigt med två timmars paus. 9-13 och 14-18 hade varit bra.
- Besökstiderna och uppdelning av besökare. Ska man ha både skolelever och allmänhet så bör man antingen fördela de helt få vi är flertal aktörer som inte nyttjar skolungdomar och därför så hade vi hellre sett att man hade haft de öppet för alla redan på förmiddagen.
- För långt öppethållande i förhållande till antal besökare.
- Jag tror att en lite annan typ av marknadsföring av mässan hade lockat fler kommuninvånare (dock med samma koncept och upplägg). Detta då det kändes som att folk avstod från att gå på mässan om de inte sökte jobb, lite för att de tänkte "tänk om andra tror att jag letar nytt jobb". Därför tror jag att det hade blivit ännu större uppslutning om mässan hade haft en profil mer som en expo eller liknande, där fler hade känt att de kunde gå och titta för skojs skull som ett sätt att bekanta sig med näringslivet i kommunen. (Detta snarare än känslan av en mässta endast för de som aktivt sökte jobb.)
- Flytta ut föreläsningarna så alla kan höra, mer annonsering. vi får hjälpas åt att få med fler som kan ställa ut.
- Locka allmänhet samt har presentationer ute i hallen så att alla kan få lyssna på företagspresentationerna
- Det var ganska magert med allmänna besökare på eftermiddagen/kvällen. En gemensam marknadsföring mellan kommun och deltagande företag skulle antagligen givit en bättre spridning.
- Inget särskilt
- Mer besökare, mer reklam om mässan
- Samla kommunens verksamheter på samma yta. En kommun, tillsammans!
- Se över längden på mässan.
- Kanske bjuda in skolor från grannkommuner
- Information om mässan via fler kanaler
- Tiderna

4. Hur tycker ni att informationen till er som utställare har varit inför mässan?

	Mycket bra	17
	Bra	4
	Helt okej	1
	Mindre bra	0



5. Vad var extra bra?

- Ett mail innan med bra information
- Organisationen
- Att vi fick uppdateringar efter hand.
- All info i bra tid
- Bra med information inför mässan, bra uppstyrt på plats.
- Löpande info om eventuella ändringar, svar när man mejlade om frågor
- Allt va bra
- Trevligt bemötande.
- Då vi fick ta del av detta redan vid förberedelse av mässan så hade man gott om information samt att de löpande kom ifrån er under tidens gång.
- Tydligt och informativt.
- Det tydliga tidsschemat tyckte jag var jättebra. Min känsla inför mässan var dyk upp och fixa allt mellan kl 8-10 så löser sig resten och det gjorde det verkligen. Allt flöt på väldigt smidigt!
- Utskick per mail, med relevant information
- Tydlig, informativ, precis vad som behövdes. Jag kände mig förberedd på vad som väntade
- Vårdarna på plats.
- Tydlig info och precis lagom mycket info
- Strukturen
- Bra information
- Information om hålltider för olika besöksgrupper.
- Lätt få kontakt med ansvariga
- Bra råd om planeringen
- Tydlig info

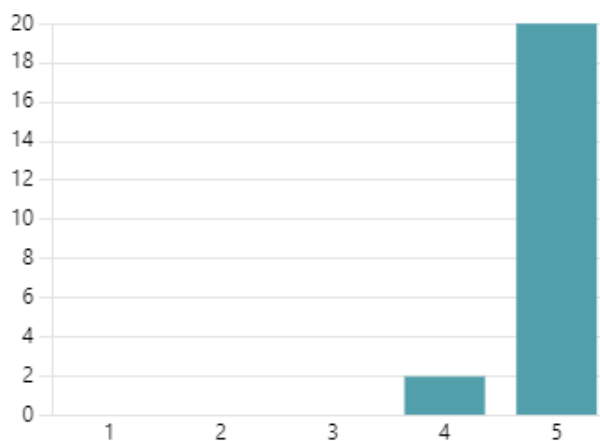
6. Vad saknade ni?

- Detta var min första mässa så har inget att sakna för jag kan inte jämföra
- Kanske lite samordning inom de kommunala verksamheterna så att exempelvis alla delar ut kassar och vatten
- Inget
- Mer info om när olika skolprogram/klasser kom

- Lite "nyttigare" fika, frukt?
- Ett sammanställt utskick till oss aktörer som kan användas till inbjudan. De ger en snyggare helhet av själva mässan.
- En del information kom ganska nära inpå, med tanke på att detta var första mässan i denna miljö (för oss åtminstone).
- Inget jag kommer på
- Mer info till allmänheten
- Inget gällande informationen till utställare
- Inget speciellt
- Information om mässan via fler kanaler.

7. Hur upplever ni värdarnas bemötande?

4.91
Genomsnittligt omdöme



8. Fick ni tillräcklig information under dagen?

● Ja	22
● Nej	0



9. Tycker ni att vi ska ha kvar möjligheten för er att hålla i ett föredrag?

● Ja	19
● Nej	3



10. Om ja: Finns det några utvecklingsområden och vad upplevde ni var bra?

- Det var bra som det var i år.
- Kanske att de som ska hålla i föredragen har ett tema så att de som lyssnar vet vad de har att vänta. Och att även ha det för ungdomarna.
- Bra rum att hålla mässan i.
- Bra att ha möjlighet att hålla föredrag men kan ej uppge utvecklingsområden då vi ej höll föredrag
- Kanske inte stängda dörrar, ett öppet forum
- Lyssnade inte då jag själv var utställaren men tanken är väl bra.
- Mer införsäljning om föredragen, göra mer reklam för dem i högtalare och affischer.
- Nu höll inte vi föredrag men upplever att tiderna var väl förlagda och att de var uppskattat av besökarna.
- Vi höll inget föredrag, men upplevde att det var ett roligt koncept som bör behållas
- Någon föreläsare som inte är kopplad till företagen, som "dragplåster"
- Flytta ut föreläsningen så alla kan höra, ha föreläsningen om utbildningar och jobb även för eleverna
- Det är bättre att ha presentationer ute i hallen så att alla kan få lyssna på företagspresentationerna. Det gör inget att det stannar upp vid montrarna för att lyssna på företagspresentationen. De som inte vill lyssna kan ju fortsätta prata med personal vid montrar. Nu blev det för ett slutet sällskap och få fick ta del av presentationen.
- Tror det är uppskattat att kunna lyssna på.
- Kanske kan ha föreläsningarna ute i mässhallen
- Kommer ej på något
- Vi höll inget fördrag denna gång
- Obligatoriskt för vissa gymnasiestudenter.

11. Hur ofta vill ni att vi anordnar en linkande mässa?

● Varje år	11
● Vartannat år	9
● Vart tredje år	1
● Annat *	1



***Annat:**

- 2 gånger om året helst!

12. Finns det något ni själva intern kommer att förändra inför er medverkan under en framtida mässa? Ex er planering inför, upplägg av er monter, er marknadsföring, m.m.

- *Upplägg av monter, marknadsföring*
- *Ja en mer inbjudande monter med tävling, godis mm*
- *Vi kommer att ha någon form av tävling.*
- *Mer marknadsföring samt mer info ang. kvällen*
- *Eventuell annat antal på plats, uppdelning morgon/förmiddag*
- *Nej*
- *Ja, mer kontakt med gymnasieskolan inför mässan. Mer kontakt med andra utställare/företag.*
- *Absolut, bättre material, annan uppsättning av monter.*
- *På rak arm vet jag inte, dock tror jag att genom att vi nu vet hur mässan fungerar så har vi ännu bättre förutsättningar att göra en riktigt lyckad insats nästa år.*
- *Finns alltid småsaker att förändra*
- *Marknadsföra oss mer själva innan*
- *Vi kan också marknadsföra eventet mer för att på så sätt hjälpa er och oss att få fler att komma. Allmänheten lös med sin frånvaro. 250 deltagare på em tror jag är en högst överskattad siffra.*
- *Vi kommer att ha någon form av tävling för att locka fler till att stanna upp och prata med oss.*
- *Ev ha nån tävling för att locka fram fler människor*
- *Upplägg av monter, ex ha en tävling*
- *Se tidigare svar*
- *Montern*
- *Börja påminna tänkbara besökare om mässan tidigare.*

13. Till kommande år, hur kan vi alla tillsammans marknadsföra mässan för att locka fler besökare?

- Pumpa ut info på företag och i bygden
- Vet ej
- Skicka ut material som vi kan använda på sociala medier.
- Om man får möjlighet att ta del av ett sammanställt material från er (typ en PDF med inbjudan) så kan man redan tidigare lägga ut detta på sina sociala medier, interna intranät mm.
- Min uppfattning inför mässan (och flera jag pratade med) var att mässan riktade sig till de som aktivt söker arbete. Självt gick jag på mässan (som privatperson) på kvällen och kände typ att jag var tvungen att förklara att jag inte letade efter nytt jobb utan bara var nyfiken på kommunens företag. Jag tror således att om marknaden mer hade varit profilerad som en inblick i näringslivet och en möjlighet att se kommunens företag så hade nog fler invånare kommit på kvällen då det säkert var fler med mig som tänkte "jag söker ju inte nytt jobb" - och det tycker jag är synd då jag tror att det är bra för allmänheten att se vilka möjligheter som finns, även om man inte är intresserad av att byta jobb i nuläget
- Mer marknadsföring i sociala medier
- Skyltarna på infarterna ska ha med det, annons i smålänningen reportage både innan och efter för att nå ungdomar utanför kommunen.
- Ni kan ta fram marknadsföringsmaterial och skicka ut till utställare. Om vi alla annonserar/marknadsför samma bild så kommer fler ihåg tid och datum. Kanske kan det locka fler allmänhet/potentiella kunder/potentiell ny kollega.
- Alla företags Sociala media konton lär tillsammans ha en stor räckvidd. Man kan även fundera på att ta ut en liten utställaravgift som oavkortat går till marknadsföring.
- Gå ut tidigare på sociala medier, tidningen. Ev ha nån utlottning av alla som tex delar info om mässan på sina sociala medier.
- Facebook, info på Ica, instagram, informationsblad till anställda på företagen osv.
- Vet ej
- Någon form av enkel flyer
- Information även via anslagstavlor, annonser och postreklam
- Att alla utställare hjälps åt i sina kanaler.

14. Finns det något annat som ni vill skicka med oss till framtida mässor?

- Riktigt bra jobbat!
- Grymt bra!
- Kanske kortare öppettider på kvällen.
- Tiderna, inga långa uppehåll och inte på kvällen då besökare ej kommer.

- Korta ner det en aning. Eftermiddagen inte så välbesökt, kanske svårt att få dit allmänheten en vardag. För oss som arbetar med utbildning var förmiddagen bäst, med besök av gymnasieungdomar.
- Inte mer än upplägget av besökstiderna.
- Jättebra jobbat!
- Tänker på de stora företagen som måste söka personal utanför länsgränsen göra något fort av reklam i våra grannkommuner, bjuda in deras personal för arbetslösa och arbetslösa eller jobbsökande.
- Bra att eleverna fick en timme per grupp. Bra att Åk 9 gick med gymnasieklasser åk 3. På så sätt kunde 9:orna stå lite i bakgrunden och lära av åk3. Det gav lite mod till Åk 9. Vi är helnöjda med förmiddagspasset. Eftermiddagen däremot hade mer att önska. Sista tre timmarna kom inte mer än kanske 10-15 personer.
- Jag tror att någon form tilltugg/dryck lockar folk. Även här kan man kika på en delad kostnad bland utställare.
- Nej
- Bra jobbat!
- Se över längd på mässan, ev korta ner kvällstiden.
- Bra jobbat med första mässan!
- Färre timmar och kortare paus mitt på dagen.

5 Reflektion

Projektgrupp

Projektgruppens sammansättning av nyckelpersoner gjorde det möjligt att få ett brett perspektiv och synfallvinklar kring utformningen av arbetsmarknads- och utbildningsmässan.

Marknadsföring

I utvärderingen från utställarna var en upplevelse att information kring mässan till allmänheten inte var synlig. Utställarna upplevde även själva att de till kommande år behöver marknadsföra mer om att de ska delta på mässan. Ett av förslagen till möjligheten med att hjälpas åt att synas är att vi skapar marknadsföringsmaterial som utställarna kan få ta del av och sprida i deras kanaler.

En faktor är även att vi hade en begränsad budget och fick skapa möjligheter utifrån detta. Ett sätt att kunna öka möjligheten ekonomiskt till marknadsföring är att vi till kommande år tar fram marknadsföringsmaterial som utställare kan få möjlighet att vara med och sponsra och synas genom.

En av satsningarna var att arbetsmarknadscoordinatorerna besökte närliggande städer och delade ut flyers till resenärer. Något som vi upplevde var viss motgång kring att kunna nå ut vid de städer som inte har en knutpunkt. Både Helsingborg och Hässleholm var det många resenärer som åkte kollektivt och flyers var delvis lättare att dela ut då det var fler resenärer samt att resenärerna visade ett större intresse kring informationen. Städerna Ljungby och Halmstad var det inte lika stor rörelse kring och var svårare att dela ut flyers på dess tåg- eller busstationer. I Ljungby delade vi även ut flyers på campusområdet och i Halmstad på Stadsbiblioteket.

Marknadsföringen via sociala medier och kollektivtrafiken hade en stor räckvidd. Likaså nåddes en stor del arbetssökande i närområdet av informationen genom Arbetsförmedlingen. Till kommande år behöver vi även se över fler möjligheter med sociala mediernas marknadsföring. En möjlighet är att skapa ett event på Facebook (vilket vi missade i år) så att vi kan hjälpas åt att bjuda in och sprida informationen om mässan. Arbetsmarknadsenheten kommer se över möjligheten med att själva synas mer i sociala medier så som LinkedIn för att nå fler potentiella besökare.

Till kommande år måste vi få fler besökare att svara på utvärderingen av mässan för att få ett bredare underlag att utveckla vidare ifrån. En av frågeställningarna till kommande år som behöver vara med i dess utvärdering är vart de fått information om mässan. På så vis kan vi även utvärdera vilka marknadsföringskanaler som vi behöver vidareutveckla och vilka vi behöver ta ett större tag kring eller eventuellt slopa.

Vi behöver även se över marknadsföringen på lokalt område. Strömsnäsfestivalen, kommunbladet, nätverksfrukost, digitala skärmar, c/o Markaryd och pressträff är satsningarna, utöver sociala medier, som vi lokalt marknadsförde om mässan på.

Vi behöver även se över om hur vi marknadsför mässan kring målgrupper som mässan riktar sig till. Kan vi ha en bred målgrupp eller behöver vi begränsa den?

Utställare

Det blev en bra bredd på utställare i år. Det vi är fundersamma är på vad som gjorde att utställare som anmält sig men inte kom? Det är främst de två utställare som inte heller hörde av sig om orsak som gör att vi är fundersamma. Var det svårt att nå oss eller var det något annat som gjorde det?

Något som vi också behöver se närmare på till kommande år är hur får vi utställare att anmäla sig snabbare som utställare? Vi behövde ändra sista datum för anmälan totalt tre gånger då det från början var ett lågt antal som anmält sig. En orsak kan vara om utställare kanske upplevde att öppettiden för anmälan var för kort.

Till kommande år behöver vi även se över hur vi ska få fler universitet och högskolor i närliggande områden att anmäla sig som utställare.

Information till utställare

Helhetsupplevelsen var att man som utställare fick tillräckligt med information inför mässan. Något som vi behöver göra till kommande år är att skicka ut informationen tidigare för att utställarna ska få mer tid att kunna planera sitt besök och monter.

Lokal

Att lokalen för mässan låg centralt upplevdes i utvärderingen från utställare och av besökare som något mycket positivt. Det var enkelt att ta sig till platsen även när man reste kollektivt.

Utställarna upplevde att lokalen var inbjudande. Något som också framkom från utställarna var möjligheten till att kunna sitta avskilt under dagen vid pauser.

Genom att nyttja hela byggnaden både inne och ute var det även gott utrymme under tiden som det var större grupper av besökare som var på plats.

Öppettider

Öppettiderna för allmänheten upplevdes, av flertal utställare, vara för lång tid öppet. Förslag på förändringar som framkommit är att korta ner tiden med en till två timmar. Generellt ser vi också att en möjlighet kan vara att korta ner tiden. Däremot finns risk att färre kommer kunna besöka mässan som har intresse av att veta mer om möjligheterna kring att leva och bo samt minglet om de redan är i en aktivitet på dagtid. Detta är något vi kommer behöva titta närmare på för att göra framtida mässor mer upplevelsefulla.

Föredrag

I år hade vi möjligheten för utställare att anmäla sitt intresse kring att hålla ett kortare föredrag om dess verksamhet, framtida möjligheter och/eller behov. Föredraget hölls i ett rum i anslutning till mässans lokal för att besökare enklare skulle finna lokalen. Möjligheten att lyssna på föredragen var enbart under eftermiddagspasset. I utvärderingen av utställarna ville majoriteten av de svarande

att möjlighet med att hålla i ett föredrag ska finnas med på framtida mässor. I utvärderingen kom förslag på förändringar för att kunna optimera möjligheten med att besökare lyssnar på föredragen. Förslagen kommer vi ta med till framtida mässor.

Fordonsutställning

Till kommande år ska vi lyfta upp förfrågan om möjligheten med att ställa ut fordon som utställare, så att fler utställare kan få möjligheten.

I år fick vi förfrågan av utställare om möjligheten och det var en idé som vi upplevde som positiv då fordonen skapade en känsla för besökare och de som körde förbi byggnaden att det hände något på platsen.

Mingelmöjligheter

En fundering till kommande år är hur vi ökar möjligheten för utställare att mingla med varandra? I de stunder som det upplevdes vara lugnare under mässan var det flera utställare som tog möjligheten med att mingla med varandra. Att få möjligheten att mingla med andra utställare var något som upplevdes som mycket positivt från utställarna enligt svaren från utvärderingen.

Framtida Arbetsmarknads- och utbildningsmässor

I utvärderingen fick utställarna möjlighet att svara på hur ofta de önskar att en liknande mässa ska anordnas. Större delen av svaren stod mellan varje år och vartannat år. Vi på arbetsmarknadsenheten ser en möjlighet i att fortsätta med mässan framöver och vidareutveckla den.

Budget

En stor del av alla frågor återfölls till var hur budgeten såg ut för att kunna möjliggöra mässan. Då mässan var en "ny" insats för kommunen fanns en osäkerhet kring vad mässan skulle kunna komma att kosta att genomföra. Större delen av utgifterna gick på Arbetsmarknads- och integrationsförvaltningens budget. Arbetsmarknads- och utbildningsmässan är en insats som gynnar hela kommunen och vi ser att till framtiden bör en central budget tas fram för att kunna utveckla och möjliggöra liknande mässa.

Bilaga

Aktivitetsplan