

Kandidatnummer: 12

Emnekode: DIV2100

Emnenavn: Digitale verktøy og kanaler

Innleveringsdato: 02.12.2024

Antall ord: 5831

Individuell mappeeksamen

Høyskolen Kristiania



Semester: Høst 2024

Denne oppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania.

Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.

Innholdsfortegnelse

Oppgave 1 - Forretningsideen og strategien.....	3
Kundereisen	3
Personas til Studentjobber	4
Eline	4
Tobias	4
Konkurranse i markedet	5
Studentstillinger	5
Jobbify	6
FINN.no	7
Målsetninger for Studentjobber	8
Målsetning 1: Trafikk til nettsiden	9
Målsetning 2: Søkemotoroptimalisert innhold	9
Målsetning 3: Synlighet på sosiale medier.....	9
Oppgave 2 - Kundereisen, kanaler og verktøy.....	9
Finne ut om Studentjobber.....	10
De ulike delene av kundereisen	12
Bli oppdaget på sosiale medier	12
Bruke nettsiden.....	14
De ulike kanalene.....	14
Søkemotorer og SEO.....	14
Sosiale medier	16
Verktøyene bak Studentjobber	16
SEO (Google Search Console).....	16
Oppsett av nettside (Wordpress, utvidelser og Hostinger)	21
Teknisk SEO (RankMath).....	23
Analyse av trafikk til og på nettsiden (Google Analytics og URL Shortify).....	27
Sosiale medier	34
KI-verktøy	37
Brukeratferd på nettsider og CRO	39
Oppgave 3 - Prosjektarbeidet og refleksjon	40
Valg av kapitler fra «Bedre produkter»	40
Del 5: Vit hva du skal oppnå	41
Del 6: Tør å prioritere.....	43
Min rolle i gruppearbeidet	45
Referanseliste.....	47

Oppgave 1 - Forretningsideen og strategien

Høsten 2024 etablerte vi Studentjobber som en del av emnet DIV2100. Studentjobber er en nettbasert plattform som samler og formidler ledige deltidsjobber rettet mot studenter. Vi velger ut stillinger fra ulike jobbportaler som er godt egnet for studenter i storbyene Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger. Nettsiden oppdateres kontinuerlig med de nyeste jobbene og inkluderer en søkefunksjon. Målet er å forenkle jobbsøkerprosessen ved å presentere nøye utvalgte stillinger tilpasset studenters hverdag.

Målgruppen vår er studenter som ønsker deltidsarbeid ved siden av studiene. Ifølge (SSB 2024) jobber over 50 % av heltidsstudenter i Norge periodevis eller ikke i det hele tatt, noe som understreker behovet for en løsning som Studentjobber tilbyr. For å nå målgruppen har vi valgt TikTok og Instagram som våre hovedkanaler. Valget er basert på data fra (IPSOS 2024), som viser at 77 % av personer mellom 18 og 29 år har en profil på Instagram, og 61 % har en profil på TikTok.

Kundereisen

Kundereisen beskriver hvordan brukere beveger seg gjennom ulike stadier på vei mot et mål, som å finne en jobb. Ifølge *The Digital Marketing Strategy Framework* (Hanlon 2022, s. 282) består kundereisen av fire faser: Bevissthet, Vurdering, Konvertering og Entusiasme. Denne modellen har vært sentral for oss i arbeidet med å optimalisere Studentjobber for å forstå og imøtekomme brukerens behov.



Egenprodusert framstilling av kundereisen til Studentjobber

Personas til Studentjobber

Personas er beskrivelser av typiske brukere som kombinerer informasjon om hvem de er, hva de ønsker, og hvordan de oppfører seg på nett. De hjelper bedrifter med å forstå kundene sine bedre og se produkter og tjenester fra deres perspektiv (Hanlon 2022, s. 50). Gjennom å definere personas for Studentjobber får vi som bedrift større forståelse for våre kunders behov gjennom å se produktet og tjenesten fra deres perspektiv.

Eline



KI-generert bilde 1, laget med Together.AI

Deltidsstudenten Eline

Alder: 21 år

Kjønn: Kvinne

Sted: Studerer ved Universitetet i Oslo

Eline er opptatt av stabilitet og foretrekker faste vakter for å kunne planlegge hverdagen. På fritiden trener hun, er sosial med venner og slapper av med serier på Netflix. Hun har tidligere jobbet på McDonald's, men er åpen for ulike typer arbeid, så lenge arbeidsforholdene er forutsigbare.

Tobias



KI-generert bilde 2, laget med Together.AI

Fulltidsstudenten Tobias

Alder: 24 år

Kjønn: Mann

Sted: Studerer ved Universitetet i Bergen

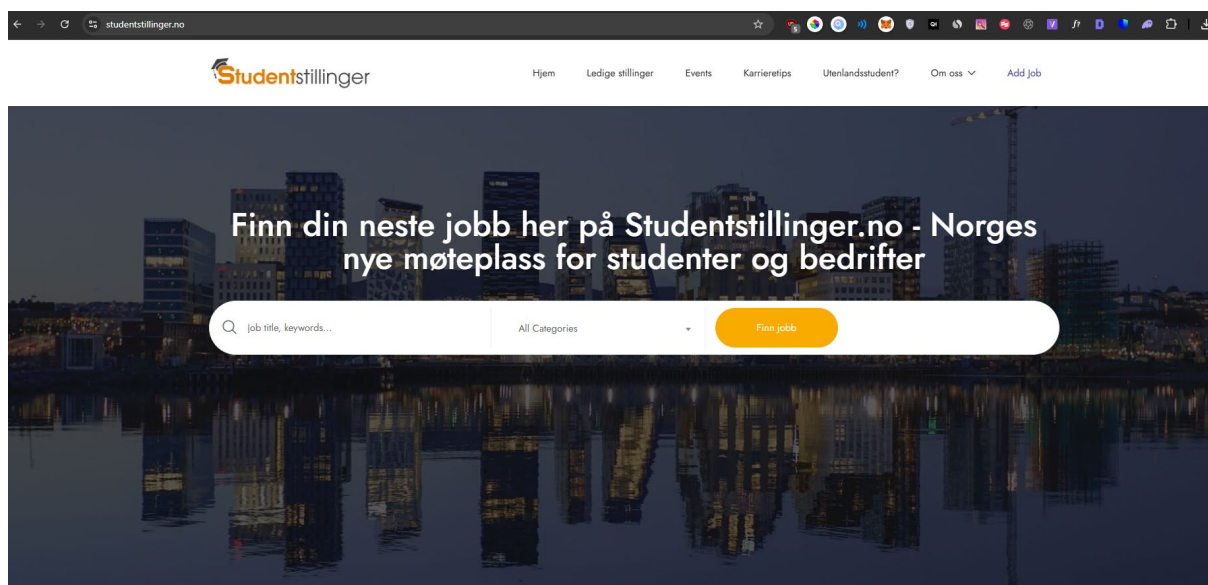
Tobias setter pris på fleksibilitet og ønsker en jobb han kan utføre hjemmefra. Med lange dager foretrekker han arbeid som lar ham logge inn når det passer. På fritiden liker han å game og å holde seg oppdatert på teknologi. Han bruker sosiale medier som Discord og Reddit for å diskutere interesser og holde kontakt med andre.

Ettersom Eline og Tobias har ulike behov vil det være viktig at Studentjobber har gode filtreringsmuligheter, slik at man kan finne noe som er tilpasset det man trenger. Enten man ønsker å finne jobber som er bare dagtid, eller om man vil jobbe hjemmefra og ha fleksible arbeidstimer.

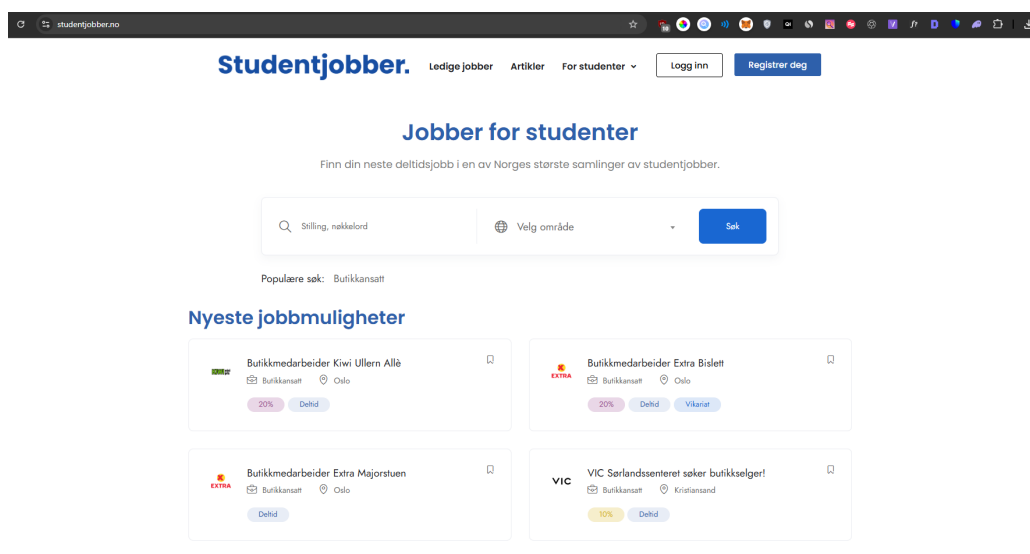
Konkurranse i markedet

Underveis i arbeidet med Studentjobber oppdaget vi flere små aktører på markedet med lignende tilbud rettet mot vår målgruppe. En av disse er Studentstillinger, som kobler studenter med relevante selskaper og stillinger (Studentstillinger 2023). Vi la merke til at de ser ut til å bruke samme tema og utvidelser på nettsiden som vi gjør.

Studentstillinger

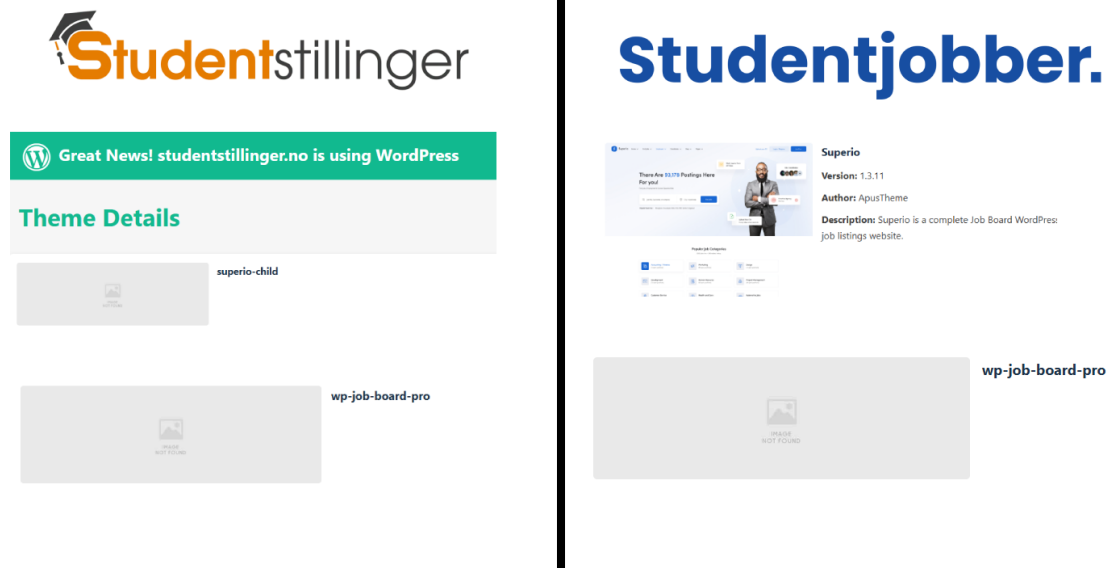


Skjerm bilde av Studentstillinger.no



Skjerm bilde av Studentjobber.no

Sammenligning av Studentstillinger og Studentjobber

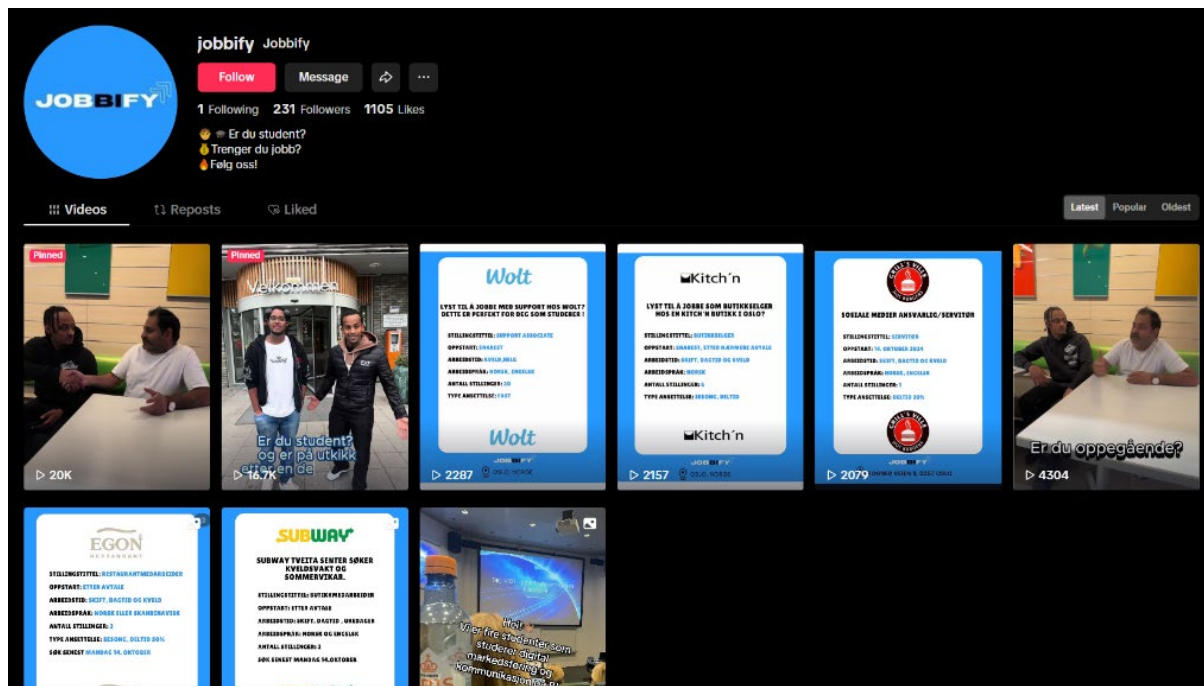


Egenprodusert framstilling av likhetene mellom Studentstillinger og Studentjobber

Ved hjelp av en nettside som analyserer temaer og utvidelser på WordPress-sider (WP Detector, u.d.), kunne vi bekrefte at vi bruker samme tema og utvidelser som Studentstillinger. Nettsiden ble oppdaget tilfeldig under en SEO-analyse av blogginnlegg relatert til jobber for studenter, og det var ukjent for oss før prosjektets oppstart.

Jobbify

En annen aktør vi identifiserte er Jobbify, som primært er aktive på TikTok. Deres innhold består av intervjuer med butikkeiere om hva de ser etter i jobbsøkere, samt publisering av ledige stillinger som er relevante for studenter. Ifølge deres første innlegg på TikTok drives kontoen av fire studenter som studerer digital markedsføring og kommunikasjon ved BI. Dette bekrefter vår antakelse om at det finnes et udekket behov i markedet for plattformer som spesifikt retter seg mot studenter som søker deltidsarbeid.

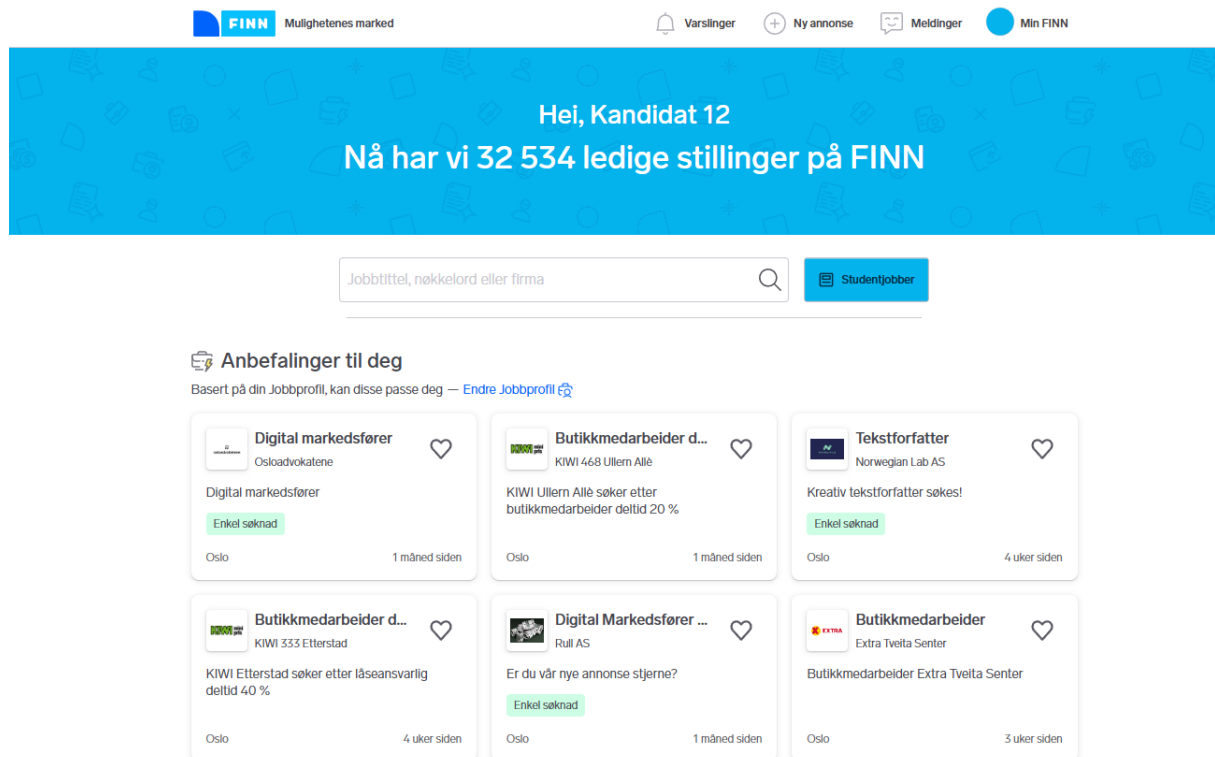


Skjerm bilde av Jobbifys TikTok-profil

FINN.no

Den største aktøren vi konkurrerer med er jobbportalen til FINN.no. I 2023 hadde plattformen 2,5 millioner innloggede brukere og genererte 5,5 millioner klikk på funksjonen «søk her» (FINN jobb 2024). Styrken til FINN ligger i plattformens kjennskap og troverdighet blant brukerne, mens en svakhet er mangelen på en tilpasset side for studentjobber. En annen svakhet hos FINN er at dem ikke legger ut innhold relatert til jobbportalen sin. Det er mulig at

FINN vil utvikle en egen kategori for studentjobber dersom de identifiserer en økende etterspørsel i dette segmentet.



Egenprodusert fremstilling av hva FINN kan gjøre med en «Studentjobber»-knapp

Ved å analysere konkurrentene våre har vi utviklet et konkurransefortrinn gjennom en brukervennlig nettside, og aktiv tilstedeværelse på TikTok og Instagram. Ved å publisere relevante jobber direkte på plattformer målgruppen bruker daglig (IPSOS 2024), skiller vi oss ut fra Studentstillinger, Jobbify og FINN.

Studentjobber skiller seg ut ved å tilby avanserte søkefiltre som gjør at studenter raskt kan finne ulike prosentstillinger de ønsker å se på. Dette har verken FINN.no, Studentstillinger eller Jobbify.

Målsetninger for Studentjobber

Vi har definert klare målsetninger for bedriften Studentjobber; nettsiden skal oppleves som en relevant og brukervennlig plattform for studenter som søker jobb. Gjennom en kombinasjon av brukervekst, innholdsproduksjon og tilstedeværelse på sosiale medier, skal vi sikre en vellykket lansering.

Målsetning 1: Trafikk til nettsiden

Vårt første mål er å tiltrekke minst 500 unike brukere til Studentjobber innen 25. november. Dette skal oppnås gjennom strategisk innholdsproduksjon og søkemotoroptimalisering (SEO) som øker nettsidens synlighet og relevans for målgruppen. KPI-en for dette målet er antall unike brukere, som vil spores ved hjelp av analyseverktøy som Google Analytics.

Målsetning 2: Søkemotoroptimalisert innhold

Godt og relevant innhold er viktig for å få organisk trafikk til nettportalen. En solid base av søkemotoroptimalisert innhold skal tiltrekke seg organisk trafikk og styrke nettsidens posisjon i søkemotorer. Målet er å publisere minst 10 SEO-optimaliserte blogginnlegg basert på søkeordsanalyse innen to uker etter lansering, 10. oktober. Antall publiserte blogginnlegg og nettsidens rangering på prioriterte søkeord vil gi oss innsikt i hvordan innholdet vårt presterer.

Målsetning 3: Synlighet på sosiale medier

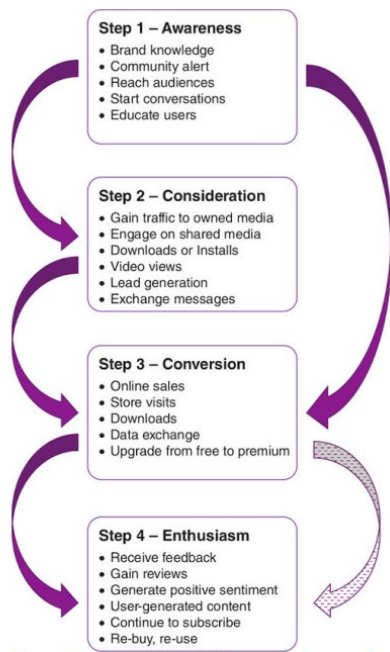
Vi ønsker å etablere oss på sosiale medier for å nå vår målgruppe, som primært består av studenter. Målet er å opprette en TikTok-konto og publisere minst 7 innlegg innen 25. november. Vi vil evaluere dette arbeidet gjennom KPI-er som antall innlegg, antall visninger og engasjement (inkludert likerklikk, kommentarer og delinger). TikTok vil være en sentral kanal for å bygge merkevarekjennskap og drive trafikk til nettsiden.

Oppgave 2 - Kundereisen, kanaler og verktøy

The digital marketing strategy framework (Hanlon 2022, s. 282, figur 10.3) deler kundereisen inn i fire faser: Awareness (Bevissthet), Consideration (Vurdering), Conversion (Konvertering) og Enthusiasm (Entusiasme). Selv om modellen kan virke linær, følger den sjelden en fast rekkefølge (Hanlon 2022, s. 282).

I denne oppgaven vil jeg fokusere på fasene «Bevissthet» og «Vurdering». Ettersom Studentjobber er i en lanseringsfase, er Bevissthet-fasen spesielt viktig for å øke kjennskapen til plattformen blant studenter. Denne fasen handler om å dele kunnskap og forståelse av plattformen og dens formål, og om å gjøre potensielle brukere oppmerksomme på tilbudet (Hanlon 2022, s. 283). Vurdering-fasen følger naturlig etter Bevissthet og innebærer at brukerne vurderer om plattformen tilfredsstiller deres behov for å finne relevante

deltidsjobber. Denne fasen er avgjørende for å bygge tillit og interesse, og for å posisjonere Studentjobber som et verdifullt verktøy i studentenes jobbsøk (Hanlon 2022, s. 283).



Figur 10.3 i *Digital marketing – strategic planning & integration*

Finne ut om Studentjobber

Tidligere i oppgaven viste jeg en skisse til kundereisen, samt ga en forklaring på hva som skjer i de ulike fasene. Bevissthet-fasen handler om å introdusere plattformen for målgruppen og skape kjennskap rundt Studentjobber.

For å nå ut til målgruppen, har vi gjort to tiltak:

- Sørge for at nettsiden blir synlig på Google og andre søkemotorer ved å bruke optimalisert SEO-innhold.
- Være aktive på sosiale medier

Det første tiltaket handler om å få trafikk fra Google Søk ved at noen søker konkret etter «studentjobber» eller «student deltidsjobb». Vi gjorde mange søkeordsanalyser for å se hva folk søkte etter for å finne jobber på nett. Mesteparten benytter seg direkte av «FINN» i søkefrasen, men det var noen som har søkt etter «studentjobber» før vi lanserte.

Søkeordsanalyse - jobber						
Fil Endre Visning Sett inn Format Data Verktøy Utvidelser Hjelp						
Q Menyer 100% kr % .0 .00 123 Arial 10 B I A						
F35 15,50						
	A	B	C	D	E	F
1	Nøkkelord	Månedlige søk	Konkurranse	Competition (indexed value)	Top of page bid (low rank)	Top of page bid (high rank)
2	ledige stillinger	50 000	Lavt	9	1,22	21,87
3	finn no jobb	50 000	Lavt	15	1,15	2,71
4	finn jobb	50 000	Lavt	16	1,12	2,79
5	nav jobb	50 000	Lavt	1	2,69	19,27
6	nav ledige stillinger	50 000	Lavt	1	1,58	19,30
7	deltidsjobber	5 000	Lavt	31	2,93	31,88
8	deltidsjobb	5 000	Lavt	31	2,93	31,88
9	jobb	5 000	Lavt	12	2,08	44,14
10	sommerjobb	5 000	Lavt	12	1,58	48,98
11	jobb i utlandet	5 000	Middels	66	7,55	26,35
12	jobbe hjemmefra	5 000	Middels	66	3,66	13,26
13	jobb hjemmefra	5 000	Middels	66	3,66	13,26
14	legejobber	5 000	Lavt	11	3,51	14,35
15	sommerjobber	5 000	Lavt	12	1,58	48,98
16	nav no jobb	5 000	Lavt	2	1,84	17,89
17	webcruiter ledige stillinger	5 000	Lavt	1	2,84	12,92
18	posten jobb	5 000	Lavt	5	0,12	46,20
19	jobb i posten	5 000	Lavt	5	0,12	46,20

Søkeordsanalyse med «jobber» og «stillinger» som søkefraser

Vi noterte oss også at det var 5 000 søk i måneden på «jobbe hjemmefra» og tenkte å legge til dette i innholdet vårt på nettsiden i form av et blogg-innlegg.

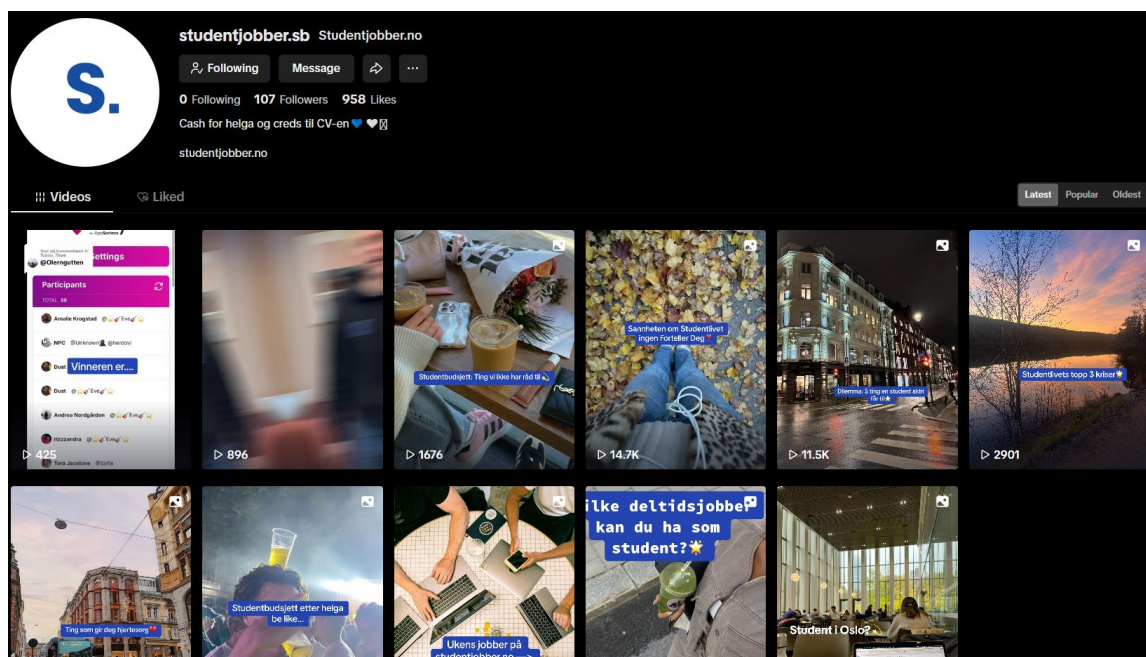
Søkeordsanalyse - jobber						
Fil Endre Visning Sett inn Format Data Verktøy Utvidelser Hjelp						
Q Menyer 100% kr % .0 .00 123 Arial 10 B I A						
F1690						
	A	B	C	D	E	F
1	Nøkkelord	Månedlige søk	Konkurranse	Competition (indexed value)	Top of page bid (low rank)	Top of page bid (high rank)
318	sommerjobb jusstudent	500	Lavt	12		
346	jobb for studenter	50	Middels	47	3,78	37,99
347	studentjobber	50	Lavt	25	3,53	28,28
363	deltidsjobb student	50	Middels	38	3,95	29,28
386	online jobb for studenter	50	Høyt	78	4,50	25,09
421	jobb som student	50	Lavt	33	3,30	32,40
437	it student jobb	50	Lavt	27	5,93	20,49
469	jobb hjemmefra student	50	Høyt	74	4,33	23,20
571	deltidsjobb for studenter	50	Middels	52	3,76	26,55
582	student jobber	50	Middels	37	3,77	42,69
600	sommerjobb student	50	Lavt	25	4,84	36,76
625	student deltidsjobb	50	Lavt	22	6,10	43,01
657	deltidsjobb it student	50	Middels	45	5,76	13,54
763	deltid student jobb	50	Middels	43		
779	deltidsjobb jusstudent	50	Lavt	2		
789	dnb jobb student	50	Lavt	0		
1031	jobb til studenter	50	Middels	46	4,26	21,71
1091	jusstudent deltidsjobb	50	Lavt	6		
1092	jusstudent jobb	50	Lavt	4		
1247	ledig stilling student	50	Lavt	22	1,61	32,49
1304	ledige stillinger for studenter	50	Lavt	31	3,43	22,10
1610	sommerjobber for studenter	50	Lavt	21		
1648	student søker jobb	50	Lavt	25		
1649	studentconsulting ledige stillinger	50	Lavt	1		
1689	søknad sommerjobb student	50	Lavt	25	3,95	29,66
1690	Totalt månedlige søk med "student"/"studenter"	1 700				

Søkefraser med «student» eller «studenter»

De ulike delene av kundereisen

Bli oppdaget på sosiale medier

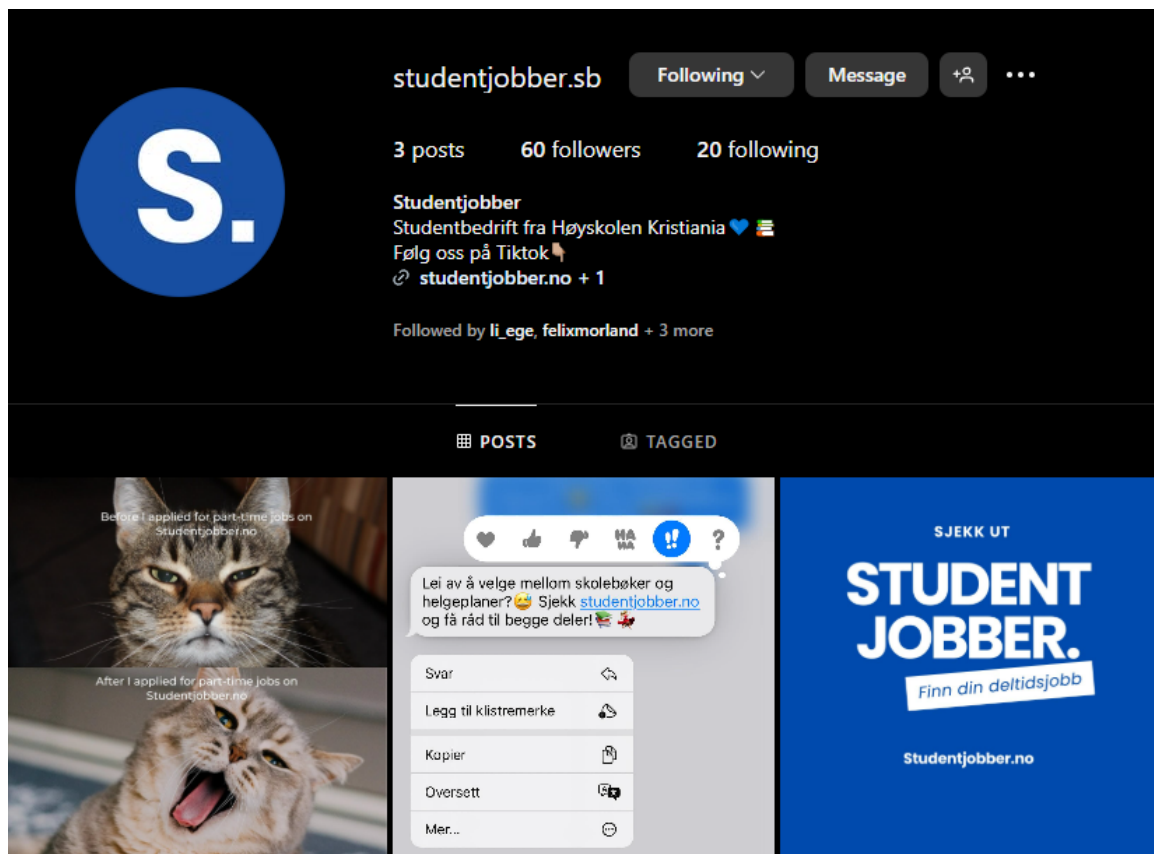
For å bygge bevissthet rundt Studentjobber, var det avgjørende å være til stede på sosiale medier som TikTok og Instagram, hvor målgruppen vår befinner seg. Ifølge Hanlon (2022, s. 129) gir tilstedeværelse på sosiale medier brukerne muligheten til å oppdage at en virksomhet eksisterer, noe som er essensielt i bevissthet-fasen. På TikTok har vi publisert lysbildefremvisninger med ulike situasjoner studenter kan relatere til, samt kampanjer som giveaway og «ukens jobber». Dette har vist seg å være effektive tiltak for å nå ut til vårt publikum.



Skjerm bilde av Studentjobber sin TikTok-profil

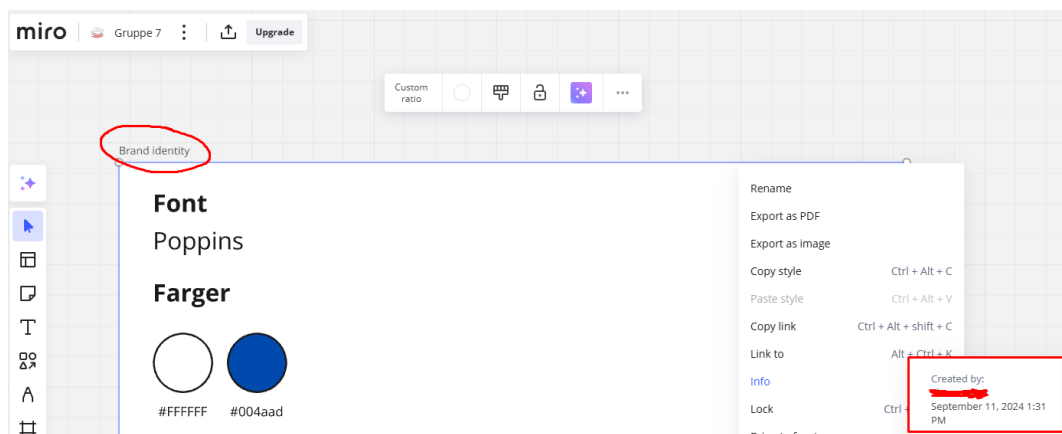
Vi har også opprettet en profil på Instagram, men denne har ikke blitt brukt like aktivt. Vår erfaring var at TikTok ga betydelig større rekkevidde, både i form av følgere og visninger, noe som gjorde at vi valgte å prioritere denne plattformen for å spre budskapet om Studentjobber. Dette samsvarer med teorien om at ulike sosiale medier har ulike styrker

(Hanlon 2022, s. 132).



Skjerm bilde av Studentjobber sin Instagram-profil

I tillegg la vi vekt på å opprettholde en konsistent visuell identitet. Vi valgte en tydelig fargeprofil for både nettsiden og våre sosiale medier, der blåfargen ble brukt som en oppsiktsvekkende og tillitvekkende farge som komplementerer hvit. Når det gjelder skrifttyper, brukte vi «Poppins»-familien på nettsiden vår, mens vi på TikTok tilpasset oss den tilgjengelige skrifttypen som lignet mest. Dette bidro til en helhetlig fremtoning, som er avgjørende for å bygge gjenkjennelse og troverdighet hos målgruppen.



Skjerm bilde fra Miro-tavlen til gruppen

Bruke nettsiden

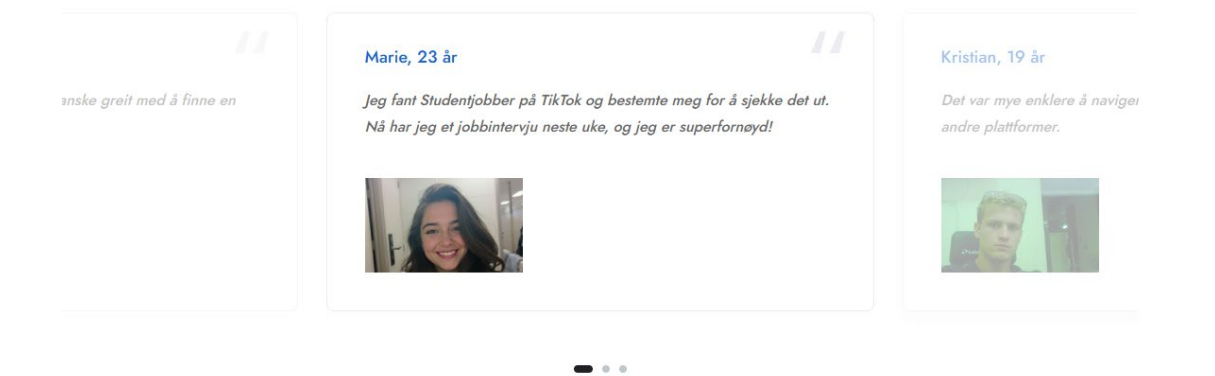
I vurderingsfasen er målet å hjelpe brukerne med å se verdien av Studentjobber og vurdere det som det beste alternativet for deres behov. Ifølge (Hanlon 2022, s. 282, Figur 10.3) er det avgjørende å bruke digitale kanaler og verktøy som bygger tillit og reduserer usikkerhet.

På nettsiden vår har vi sørget for at nye ledige stillinger vises tidlig (over folden) noe som sikrer at brukerne ser hva nettsiden har å tilby, uten å måtte lete (Oddit 2024). Dette er i tråd med prinsipper for brukervennlighet (Hanlon 2022, s. 69), der rask tilgang til relevant informasjon reduserer usikkerhet og holder på brukernes oppmerksomhet. Vi har også implementert søkefiltre som gjør det mulig for brukerne å sortere stillinger basert på sted og ønsket stillingsprosent. Dette gir en mer tilpasset opplevelse som viser at plattformen forstår brukernes spesifikke behov, noe som kan styrke vurderingsprosessen.

For å bygge ytterligere troverdighet har vi inkludert suksesshistorier nederst på nettsiden. Selv om disse historiene er fiktive, skaper de et inntrykk av at Studentjobber er en etablert og pålitelig aktør i markedet.

Hvorfor bruke Studentjobber?

Vi er en studentbedrift som er laget av studenter, for andre studenter. Vi samler de beste jobbene for studenter og oppdaterer nettsiden daglig!



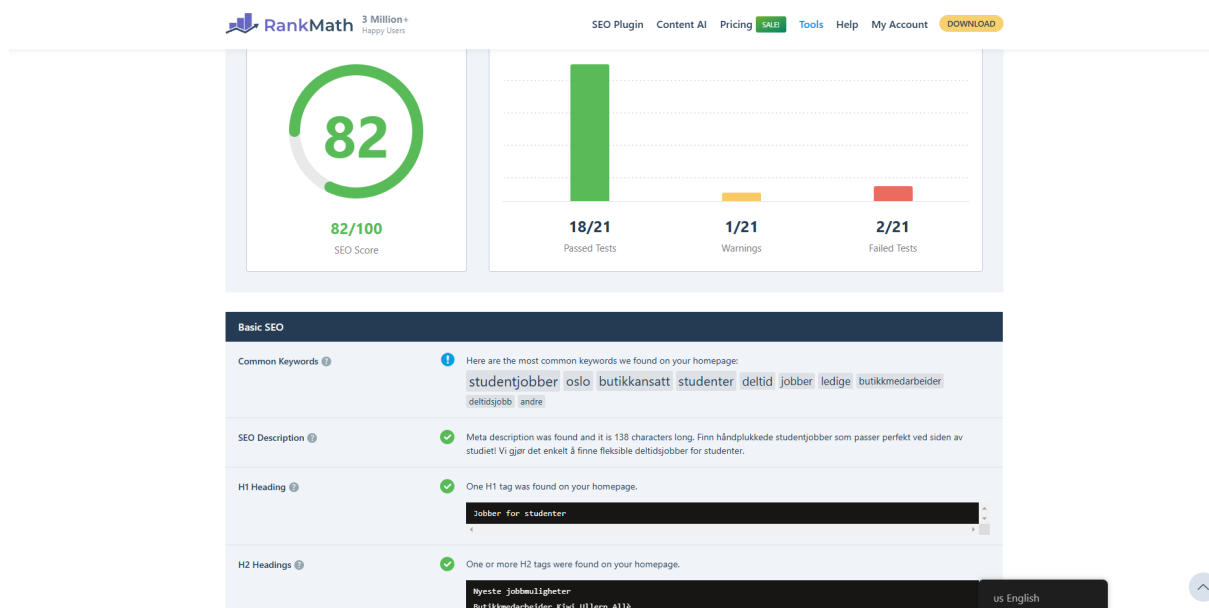
Skjerm bilde av Studentjobber sine «suksesshistorier»

De ulike kanalene

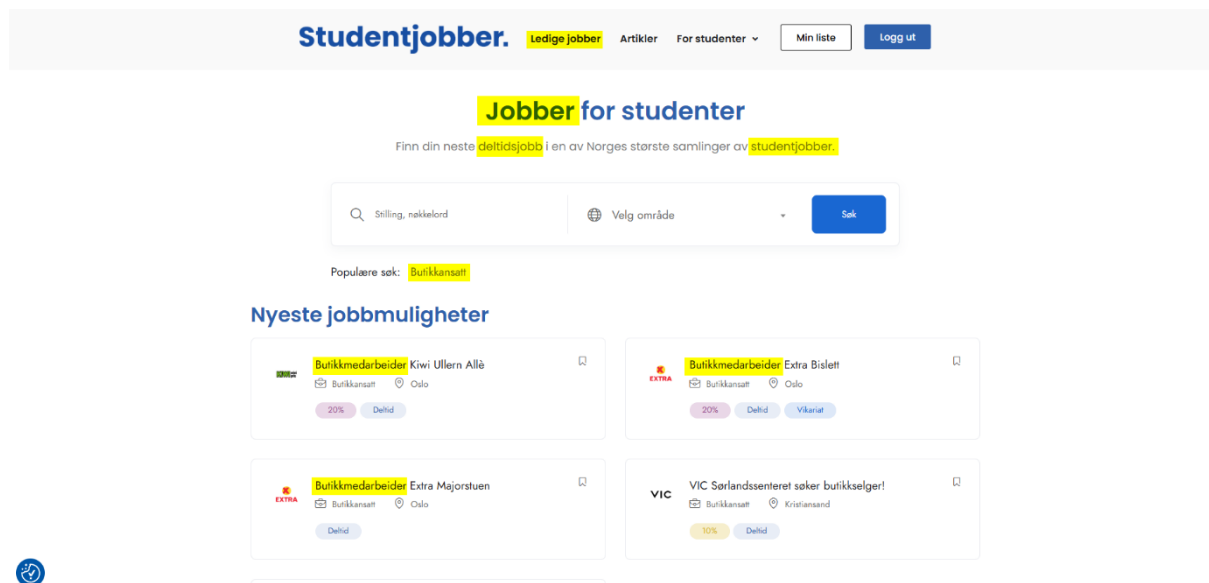
Søkemotorer og SEO

For å øke synligheten i søkemotorer har vi jobbet med «on-page» SEO ved hjelp av RankMath, som nevnt i Hanlon (2022, s. 73). Dette har inkludert optimalisering av både nettsiden og artiklene vi har publisert. På nettsiden har vi sørget for at strukturen er klar og oversiktlig, noe som gjør det enklere for søkemotorer å forstå innholdet vårt.

Ved å bruke RankMath sitt SEO-analyseringsverktøy som gir oversikt over hele nettsiden, for å se om den er optimalisert, ser vi at den gir nettsiden 82 av 100 i SEO-poengsum. Nøkkelordene på nettsiden vår «studentjobber», «jobber» og «deltidsjobb» dukker opp her.



Skjermbilde av RankMath sitt analyseverktøy av nettsiden



Skjermbilde av Studentjobber med nøkkelord markert

Ettersom nye jobber stadig blir lagt ut på plattformen, er det viktig for oss å indeksere disse raskt for å sikre at brukerne finner dem i søkemotorer. Vi har vært nøye med å skrive klare og relevante metabeskrivelser som reflekterer stillingen. Ifølge Hanlon (s. 73) er on-page SEO sentralt for å forbedre nettsidens synlighet og brukervennlighet. En viktig del av dette har vært å unngå å bruke "vi" i metabeskrivelser og heller skrive fra arbeidsgiverens perspektiv. For eksempel: «MENY søker deltidsansatt på Oslo City» i stedet for «Vi søker noen til å jobbe på

MENY på Oslo City». Denne tilnærmingen gjør at vi ikke er ansvarlige for jobbstillingene, eller at noen misforstår.

Sosiale medier

Som nevnt tidligere, valgte vi å fokusere på TikTok og Instagram som våre primære sosiale medier-kanaler. Disse plattformene ble valgt fordi de er populære blant vår målgruppe, studenter, og fordi de gir oss muligheten til å bygge synlighet raskt.

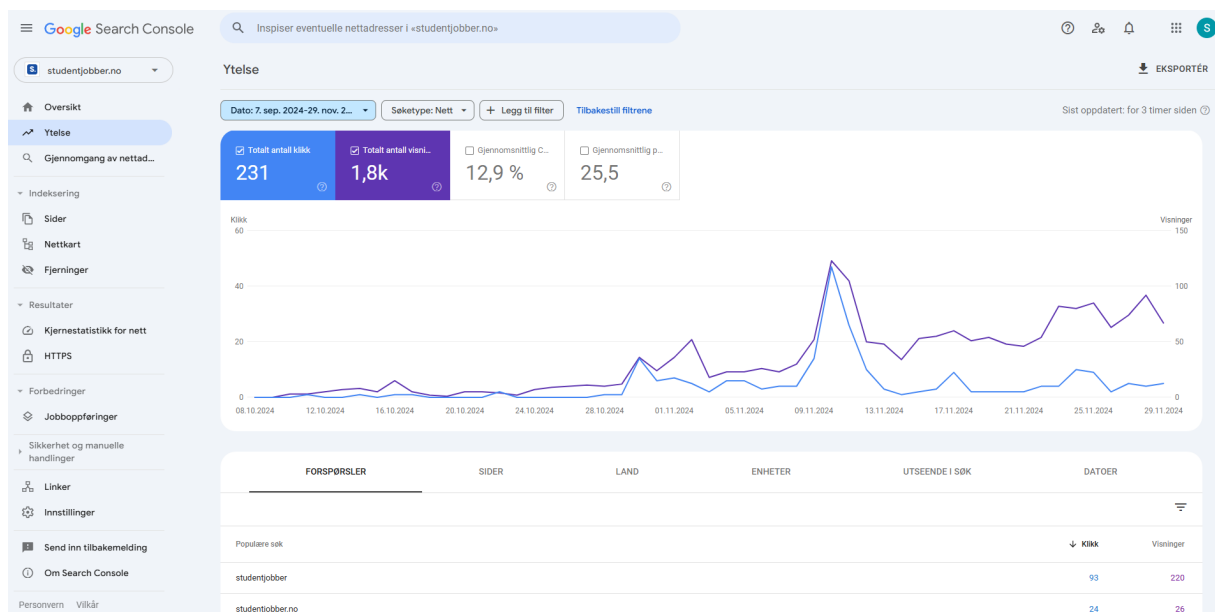
Innholdet vi publiserer er nøye utformet for å gi verdi til brukerne. Dette inkluderer innlegg om «ukens jobber», som linker direkte til nettsiden, og innlegg som illustrerer situasjoner studenter kan relatere til. Denne typen innhold er både informativt og engasjerende, noe som gjør det mer sannsynlig at brukerne klikker seg videre til nettsiden fordi de kan relatere.

Verktøyene bak Studentjobber

For å starte og drifte Studentjobber har vi brukt en rekke verktøy som hjelper til med nettsideoppsett, søkemotoroptimalisering og trafikkanalyse. Med WordPress og Hostinger har vi satt opp en enkel og tilgjengelig nettside, mens RankMath har hjulpet oss med SEO. TikTok har vært nøkkelen til å engasjere målgruppen, og KI-verktøy har effektivisert innholdsskaping. Ved å bruke disse verktøyene mener vi at vi har laget en effektiv og brukerfokustert plattform.

SEO (Google Search Console)

Ved hjelp av Google Search Console har vi analysert hvordan brukere finner Studentjobber gjennom søkemotorer. Vi fikk satt opp Google Search Console 8. oktober. De mest populære søkefrasene som har generert trafikk til nettsiden vår er "studentjobber", "studentjobber.no", og "studentjobb", med totalt over 111 klikk. Disse frasene viser at brukere aktivt søker etter plattformen vår, samt at navnvalget er taktisk smart i og med at det dette er et ord som brukes i søk, trolig uten kjennskap til virksomheten vår.



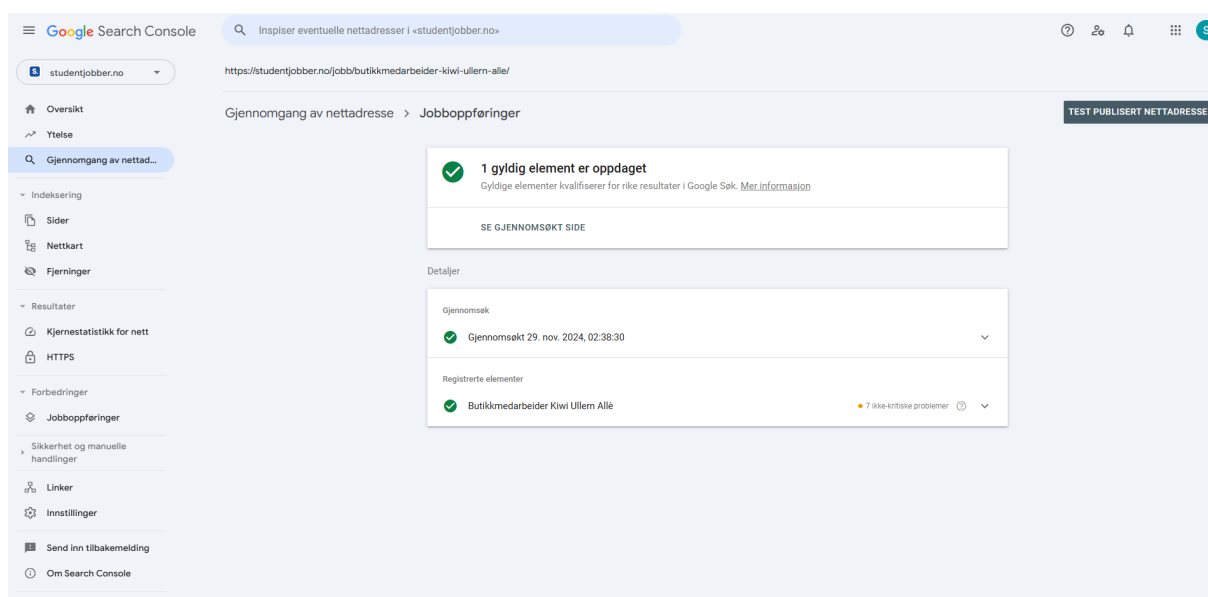
Skjerm bilde av Google Search Console med graf fra 8. oktober til 29. november

The screenshot displays the Google Search Console interface for the domain studentjobber.no, focusing on the 'Performance' tab. The table shows the following data:

FORSPØRSLER	SIDER	LAND	ENHETER	UTSEENDE I SØK	DATOER
Populære søk					
studentjobber				93	220
studentjobber.no				24	26
studentjobb				4	47
studentjobb oslo				2	12
student jobber				2	8
julehjelp oslo				2	5
jobb hjemmefra student				1	42
jobb for studenter				1	28
studentjobber oslo				1	11
student jobb oslo				1	4
extra birkelunden				0	94
studentrabatter				0	72

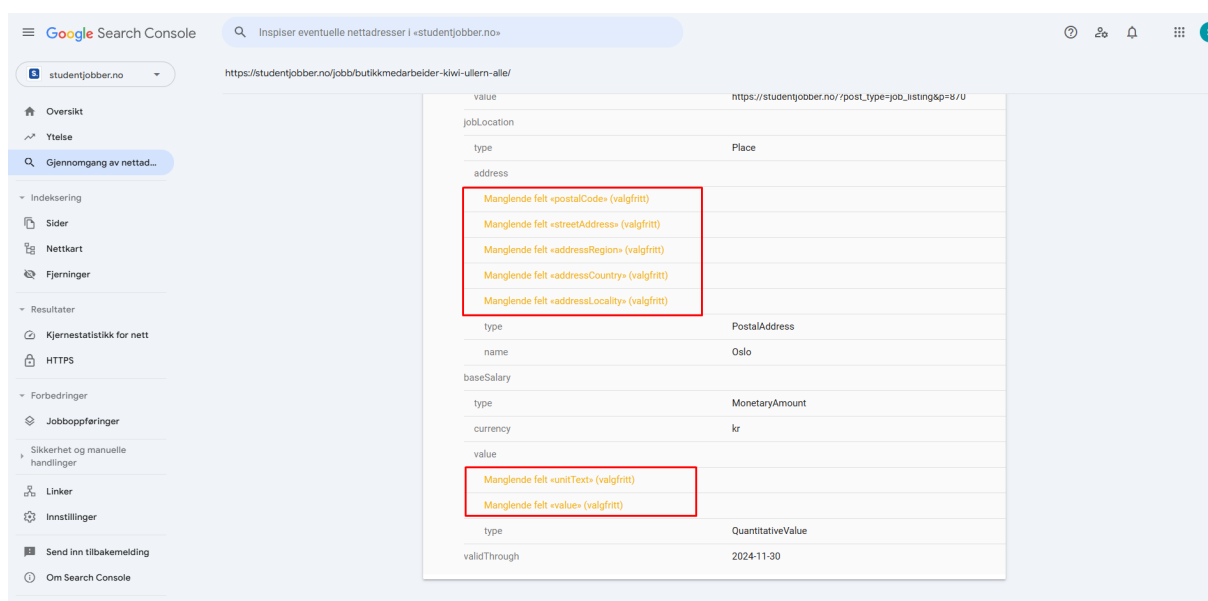
Skjerm bilde av Google Search Console med populære søkefraser fra 8. oktober til 29. november

I tillegg har vi brukt Google Search Console til å dobbeltsjekke at jobbstillinger og annet innhold ble indeksert. Selv om vi oppdaget små feil knyttet til jobbstillinger vi publiserte – som manglende eller ufullstendige data – påvirket dette ikke deres synlighet eller muligheten for brukere å finne dem i søk.



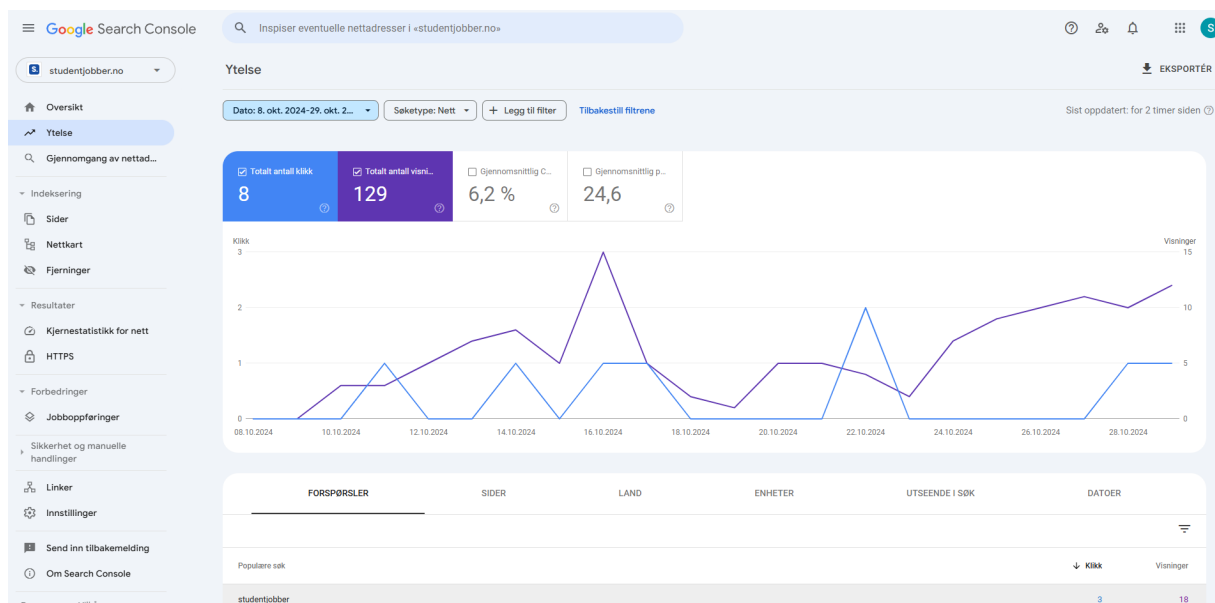
Skjerm bilde av Google Search Console, gjennomgang av nettsadresse

De ikke-kritiske problemene med jobboppføringene var som regel at det manglet utfyllende informasjon på adresse, land og lokasjon til jobben.



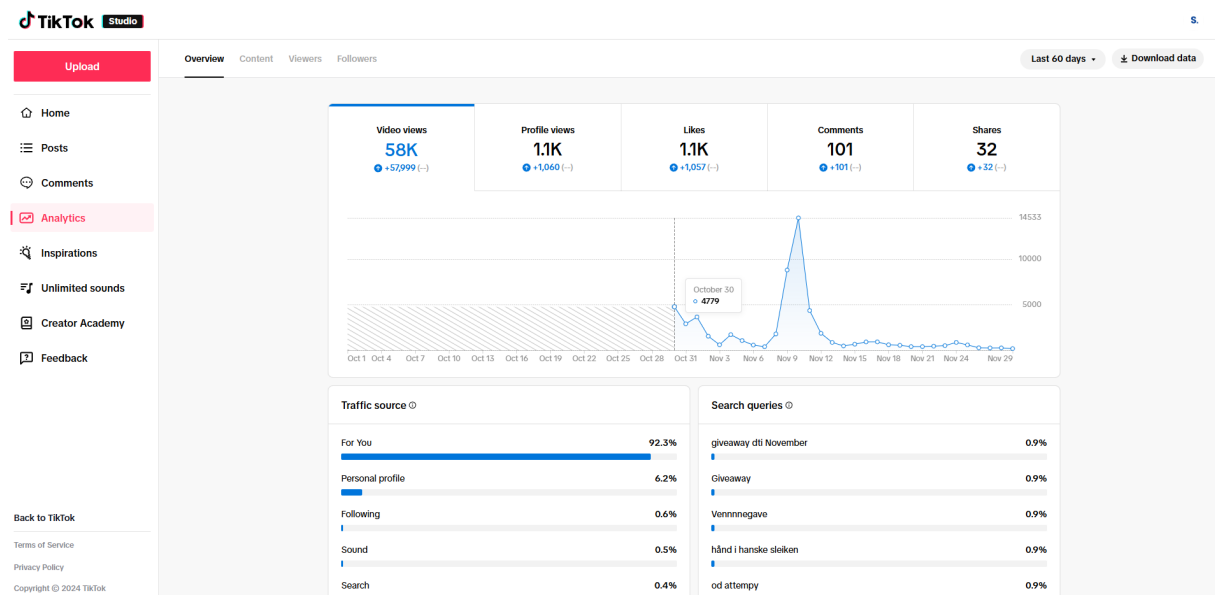
Skjerm bilde av Google Search Console, manglende felt for jobboppføring

Vi så en tydelig økning i både visninger og klikk på nettsiden etter at vi begynte å poste aktivt på TikTok. Før vi startet med TikTok-innlegg, var trafikken fra Google søk begrenset, med kun smålige visninger og klikk de første to ukene etter lansering. Etter oppstarten av sosiale medier-aktiviteten begynte vi å se en merkbar vekst i organisk trafikk, noe som viser en klar sammenheng mellom aktivitet på TikTok og økt synlighet i Google-søk.

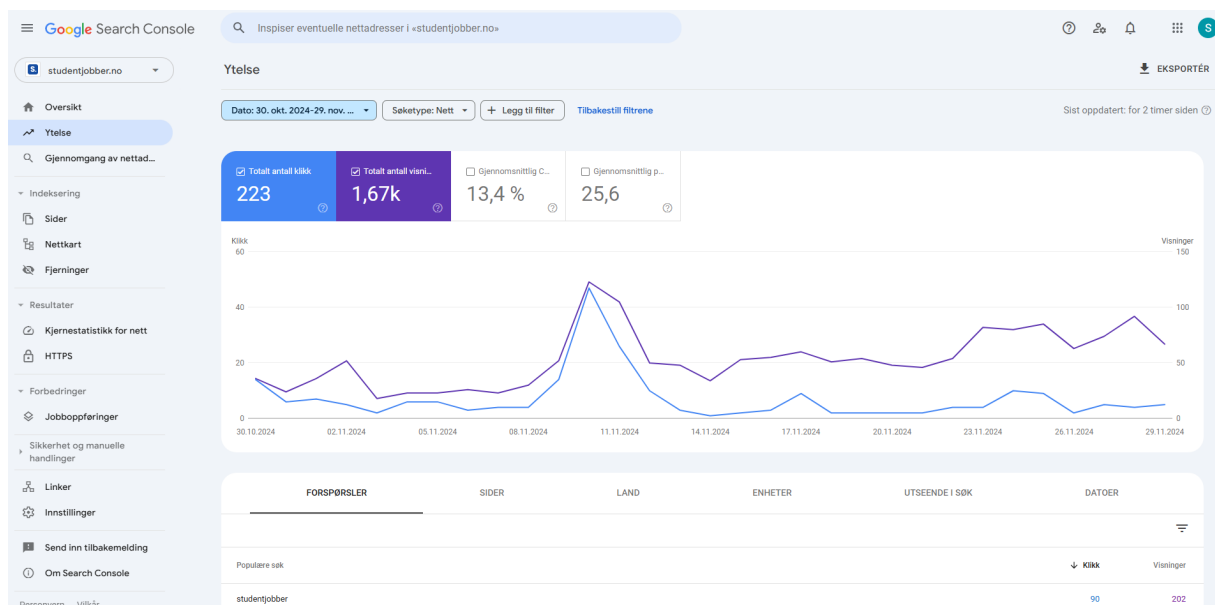


Skjerm bilde av Google Search Console før aktivitet på sosiale medier

I skjerm bildet over ser man starten på en kurve i form av visninger på nettsiden, som skyldes jobbstillinger var oppført, samt artikler. Før vi startet å være aktive på sosiale medier hadde vi på det høyeste to klikk fra organisk søk. Vi startet med TikTok den 30. oktober, og vi ser med en gang en økning i både visninger og klikk i Google Search Console.



Skjerm bilde av TikTok-profilen sine tall



Skjerm bilde av Google Search Console i tidsperioden vi poster aktivt på TikTok

Begge skjerm bildene fra Google Search Console har rundt 1 månedsperiode, og vi ser at tallene øker betraktelig. Ved å sette periodene opp mot hverandre i Google Regneark ser vi at gjennomsnittlig klikk daglig har gått fra 0,33 klikk til 7,19 klikk.

8. oktober – 29. oktober						30. oktober – 29. november					
B24						B34					
=GJENNOMSNITT(B1:B22)						=GJENNOMSNITT(B2:B32)					
1	A	B	C	D	E	1	A	B	C	D	E
2	Dato	Klikk	Visninger	Klikkfrekvens	Plassering	2	Dato	Klikk	Visninger	Klikkfrekvens	Plassering
3	2024-10-08	0	0	0%	0	3	2024-10-31	6	24	25%	16.25
4	2024-10-09	0	0	0%	0	4	2024-11-01	7	36	19.44%	20.5
5	2024-10-10	0	3	0%	19	5	2024-11-02	5	52	9.62%	38.9
6	2024-10-11	1	3	33.33%	16.33	6	2024-11-03	2	18	11.11%	30.72
7	2024-10-12	0	5	0%	28.4	7	2024-11-04	6	23	26.09%	21.52
8	2024-10-13	0	7	0%	21.57	8	2024-11-05	6	23	26.09%	23.26
9	2024-10-14	1	8	12.5%	22.62	9	2024-11-06	3	26	11.54%	20.19
10	2024-10-15	0	5	0%	15.6	10	2024-11-07	4	23	17.39%	19.57
11	2024-10-16	1	15	6.67%	11.2	11	2024-11-08	4	30	13.33%	21.93
12	2024-10-17	1	5	20%	11.8	12	2024-11-09	14	52	26.92%	22.27
13	2024-10-18	0	2	0%	44	13	2024-11-10	47	123	38.21%	18.55
14	2024-10-19	0	1	0%	56	14	2024-11-11	25	105	24.76%	30.49
15	2024-10-20	0	5	0%	16.4	15	2024-11-12	10	50	20%	19.74
16	2024-10-21	0	5	0%	18	16	2024-11-13	3	48	6.25%	36.67
17	2024-10-22	2	4	50%	13	17	2024-11-14	1	34	2.94%	23.56
18	2024-10-23	0	2	0%	14	18	2024-11-15	2	53	3.77%	25.47
19	2024-10-24	0	7	0%	23.29	19	2024-11-16	3	55	5.45%	39.67
20	2024-10-25	0	9	0%	42.78	20	2024-11-17	9	60	15%	24.73
21	2024-10-26	0	10	0%	38.8	21	2024-11-18	2	51	3.92%	26.29
22	2024-10-27	0	11	0%	37.27	22	2024-11-19	2	54	3.7%	27.22
23	2024-10-28	1	10	10%	25.1	23	2024-11-20	2	48	4.17%	26.96
24	2024-10-29	1	12	8.33%	24.25	24	2024-11-21	2	46	4.35%	24.33
Gjennomsnitt klikk daglig 0.3333333333						25	2024-11-22	4	54	7.41%	24.33
						26	2024-11-23	4	82	4.88%	25.46
						27	2024-11-24	10	80	12.5%	22.12
						28	2024-11-25	9	85	10.59%	26.62
						29	2024-11-26	2	63	3.17%	26.67
						30	2024-11-27	5	74	6.76%	25.42
						31	2024-11-28	4	92	4.35%	27.9
						32	2024-11-29	5	67	7.46%	26.84
						33					
						34	Gjennomsnittlig klikk daglig 7.193548387				

Sammenligning av gjennomsnittlig daglig klikk hentet fra Google Search Console

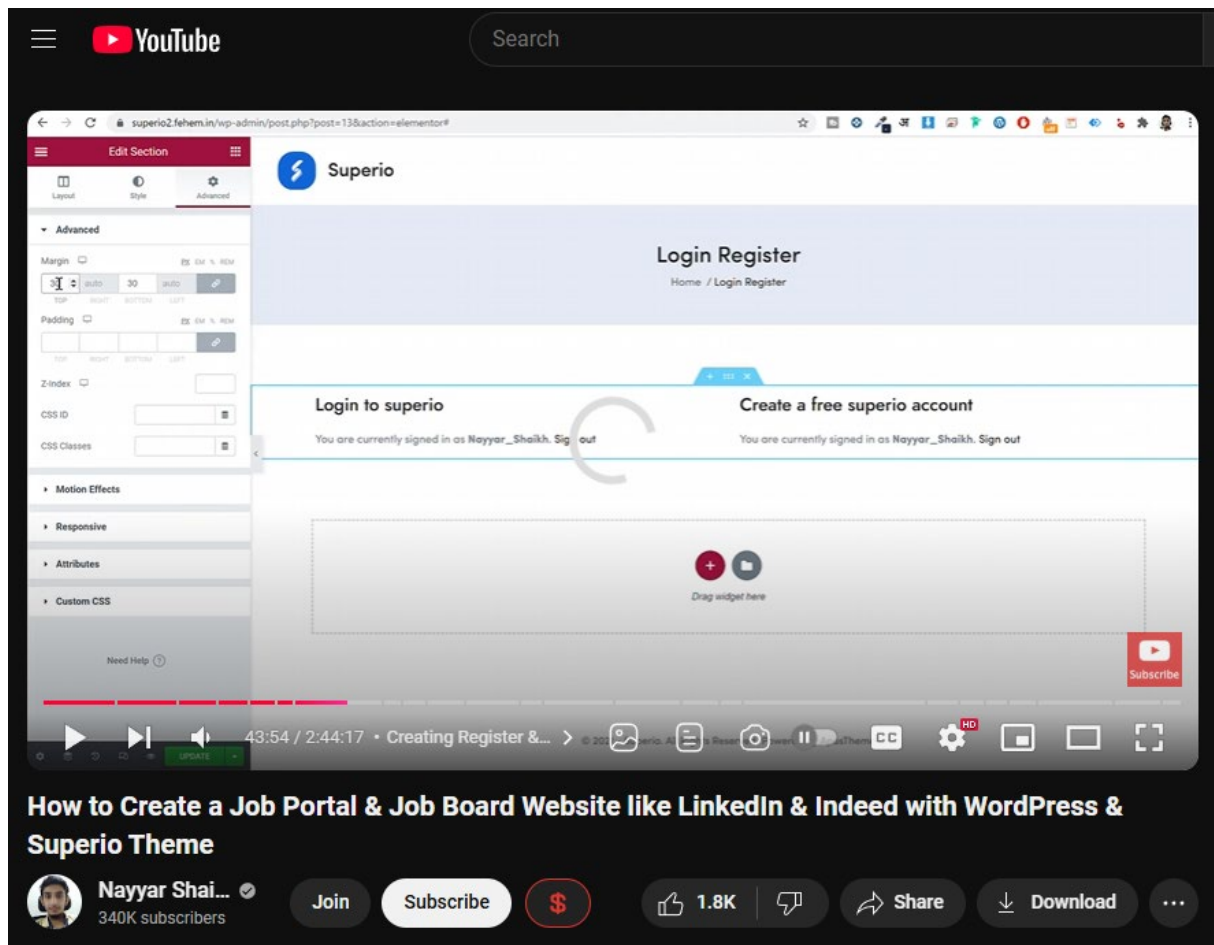
Ved å sjekke søkefrasene på Google Search Console ser vi at både artikler og jobbstillinger driver trafikk til nettsiden vår. Dette tyder på at tiltaket vi iverksatte hadde ønsket effekt. De som er markert i gul farge er navnet på bedriften vår, blå er nøkkelord på jobbstillinger og lilla er artikler på nettsiden. Dette blir snakket mer om i delen om RankMath.

FORSØKSER	SIDER	LAND	ENHETER	UTSEENDE I SØK	DATØER
Populære søk					
studentjobber				93	220
studentjobber.no				24	26
studentjobb				4	47
studentjobb oslo				2	12
student jobber				2	8
jobb i oslo				5	5
jobb hjemmefra student				1	42
jobb for studenter				1	28
studentjobber oslo				1	11
student jobb oslo				1	4
extra bittelunden				0	94
studentstatter				0	22

Oppsett av nettside (Wordpress, utvidelser og Hostinger)

Nettsiden vår er satt opp med WordPress, der vi har kombinert en rekke verktøy og ressurser for å bygge en brukervennlig plattform for både jobbsøkere og arbeidsgivere. Domenet ble kjøpt fra Domene AS for å sikre et .no-domene, som kan oppleves som mer relevant og troverdig for det norske markedet, fremfor alternativer som .com eller .net. Domenet peker videre til Hostinger, hvor jeg allerede hadde en konto, noe som gjorde det mulig å unngå ekstra hostingkostnader. Hostinger tilbyr også rikelig med lagringsplass, noe som har vært en fordel for å håndtere mengden innhold på plattformen.

For å sette opp nettsiden, brukte vi temaet Superio, som er spesielt designet for å lage jobbportaler. Dette var en løsning vi valgte fordi den gjorde det enkelt å opprette den plattformen vi så for oss. Valget av Superio-temaet ble også inspirert av en YouTube-video, som ga oss en steg-for-steg-guide for oppsett av en jobbportalplattform. I videoen ble vi introdusert til en utvidelse som heter Job Board Pro. Denne gjør det mulig å publisere jobbstillinger på nettsiden og gjøre de interaktive (WPJobBoard u.d.).



Skjerm bilde av YouTube-video som ga steg-for-steg

Ettersom utvidelsen egentlig var ment for at bedrifter kunne lage bedriftsprofil og søkere kunne lage sin egen valgte jeg å gjøre en endring. Alle på gruppa opprettet en bedriftsprofil, og så lukket vi muligheten for å lage en bedriftsprofil på nettsiden vår. Dette gjorde at vi var de eneste som kunne publisere jobber på nettsiden. Dette gjorde vi også for å gjøre prosessen av å publisere jobbstillinger enklere. Vi fikk lage vårt eget dashboard hvor vi også valgte det viktigste for jobboppfølgingene.

Studentjobber. Ledige jobber Artikler For studenter Min liste Logg ut

Post a New Job

General

Logo til bedrift
Browse

Jobbstilling
Skriv det som står på FINN, Indeed...

Type

Kategori

Beskrivelse *
Visual Tekst

Skjerm bilde av dashboardet til en bedrift

Hvordan søke på jobben
Trykk og velg External URL

Link til jobb

Location
Country

Map Location

Latitude Longitude

Application Deadline Date

Save & Preview

Skjerm bilde lenger ned på dashboardet

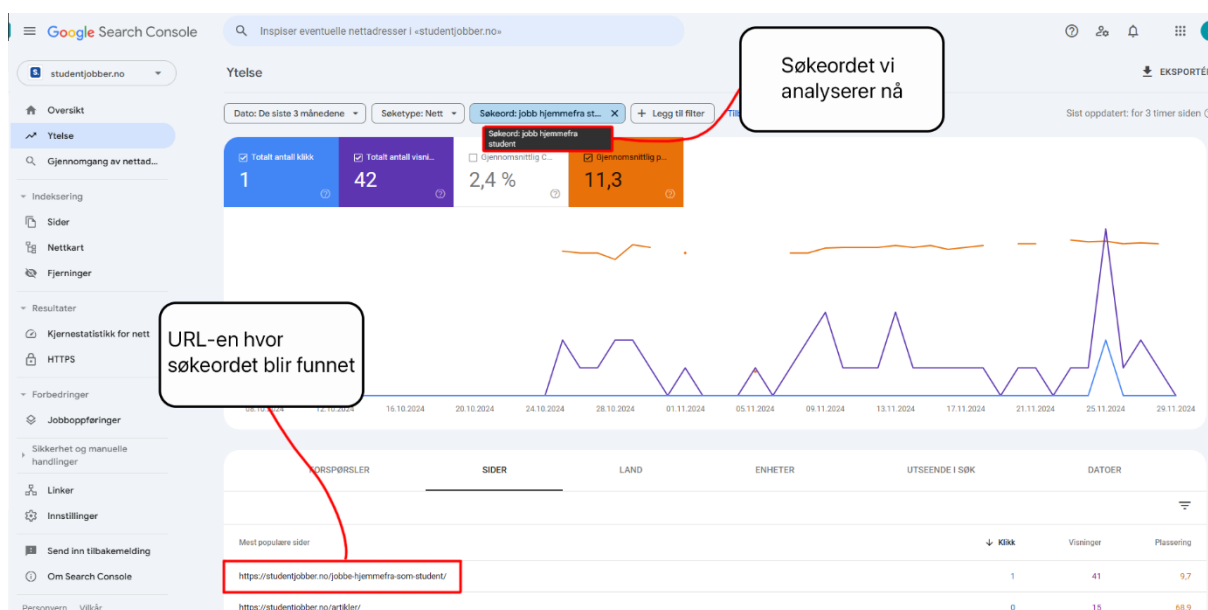
Vi gjorde også slik at jobbene man trykket på tok brukeren til bedriften sin nettside, og at søkeprosessen ikke skulle gjøres inne på vår nettside. Studentjobber sin funksjon er å videreformidle om en ledig stilling. Dette gjorde at vi fikk etablert en robust løsning som gjør det enkelt for brukerne å finne relevante stillinger, samtidig som vi har kontroll over innholdet av jobber på plattformen.

Teknisk SEO (RankMath)

For å sikre at innholdet på Studentjobber er søkemotoroptimalisert, har vi brukt RankMath. RankMath er en utvidelse på Wordpress som hjelper med å forbedre nettsidens on-page SEO. Den analyserer innholdet man lager og gir konkrete anbefalinger for å øke sjansen for høyere

rangering i søkemotorer. Dette inkluderer tilpasninger som riktig bruk av fokusnøkkelord, optimalisering av metabeskrivelser, intern linking og innholdsstruktur.

Vi har publisert artikler som er optimalisert ved hjelp av RankMath. Et eksempel er artikkelen "Jobbe hjemmefra: En fleksibel løsning for studenter", som ble skrevet med fokusnøkkelordet "jobbe hjemmefra". Søkeordsanalysen vår viste at dette er et relevant og etterspurt tema. Artikkelen fikk en 84 i score fra RankMath på grunn av god nøkkelordplassering i tittelen, metabeskrivelsen, og gjennom teksten. Det som gjør at den ikke blir 100 i score er at den er 412 ord lang - RankMath anbefaler minst 600 ord. Vi har ikke benyttet oss av RankMath sin «Content AI» og SEO-tittelen inneholder ikke et nummer.



Egenprodusert framstilling av artikkelen med «jobbe hjemmefra» som nøkkelord i Google Search Console

Hvordan innlegget ser ut i søk

84 / 100

Free0 / 100

Preview Snippet Editor

jobbe hjemmefra

About 43,700,000 results (0.32 seconds)

https://studentjobber.no/jobbe-hjemmefra-som-student/

Jobbe hjemmefra: En fleksibel løsning for studenter

A jobbe hjemmefra med fleksible arbeidstider er perfekt for studenter som vil kombinere studier og inntekt. Finn din digitale jobb i dag!

Title

51 / 60 (454px / 580px)

%title%

This is what will appear in the first line when this post shows up in the search results.

Permalink

53 / 75

jobbe-hjemmefra-som-student

This is the unique URL of this page, displayed below the post title in the search results.

Description

137 / 160 (827px / 920px)

A jobbe hjemmefra med fleksible arbeidstider er perfekt for studenter som vil kombinere studier og inntekt. Finn din digitale jobb i dag!

Focus Keyword

Content AI

jobbe hjemmefra

Example: Rank Math SEO

Want more? Upgrade today to the PRO version.

☐ This post is Pillar Content

Basic SEO

1 Errors

✓ Hurray! You're using Focus Keyword in the SEO Title.

✓ Focus Keyword used inside SEO Meta Description.

✓ Focus Keyword used in the URL.

✓ Focus Keyword appears in the first 10% of the content.

✓ Focus Keyword found in the content.

✗ Content is 412 words long. Consider using at least 600 words.

Additional

1 Errors

✓ Focus Keyword found in the subheading(s).

✓ Focus Keyword found in image alt attribute(s).

✓ Keyword Density is 0.97, the Focus Keyword and combination appears 4 times.

✓ URL is 53 characters long. Kudos!

✓ Great! You are linking to external resources.

✓ At least one external link with DoFollow found in your content.

✓ You are linking to other resources on your website which is great.

✓ You haven't used this Focus Keyword before.

✗ Use Content AI to optimise the Post.

Title Readability

1 Errors

✓ Focus Keyword used at the beginning of SEO title.

✗ Your SEO title doesn't contain a number.

Content Readability

All Good

✓ You seem to be using a Table of Contents plugin to break-down your text.

✓ You are using short paragraphs.

✓ Your content contains images and/or video(s).

Egenprodusert fremstilling av RankMath-info om artikkel med «jobbe hjemmefra» som nøkkelord.

Samtidig ble artikkelen optimalisert for intern linking, der vi lenker til nye stillingsannonser på plattformen i slutten av artikkelen. Dette bidrar til å styrke sidens SEO og gjøre annet innholdet på nettsiden mer tilgjengelig for brukere (RankMath u.d.).

Studentjobber.

Ledige jobber

Artikler

For studenter ▾

Logg inn

Registrer deg

Jobbe hjemmefra: En fleksibel løsning for studenter

Å jobbe hjemmefra er en perfekt løsning for deg som ønsker fleksibilitet. For studenter kan det være en måte å kombinere jobb med studier og fritid på en effektiv måte. Med en deltidsjobb hjemmefra får du mer kontroll over egen tid, samtidig som du unngår pendling.



Fleksibiliteten ved å jobbe fra hvor som helst gjør det enklere å balansere arbeid med andre forpliktelser. Dette er en stor fordel for studenter med varierende timeplaner.

Skjerm bilde av starten av «Jobbe hjemmefra: En fleksibel løsning for studenter»-artikkelen

Hvordan holde seg motivert under jobbsøkingen

Jobbsøking kan være både tidskrevende og slitsomt til tider. Dette gjelder både for studenter og andre som har hatt tidligere jobber.

Sett deg små, oppnåelige mål for hver uke, som å sende ut et visst antall søknader eller oppdatere profilen din på en jobbportal.

Husk å ta pauser og belønne deg selv for milepælene du oppnår. Med en positiv innstilling vil den perfekte jobben være rett rundt hjørnet!

Nyeste jobber

 KIWI Myrene søker etter butikkmedarbeider deltid 20 % helg

Butikkansatt · Kristiansand

20%

 MENY Frogner søker en blid kassemedarbeider!

Butikkansatt · Oslo

30% · Deltid

 KIWI Tøyen søker etter butikkmedarbeider deltid 20 % kveld

Butikkansatt · Oslo

20%

Se alle jobber

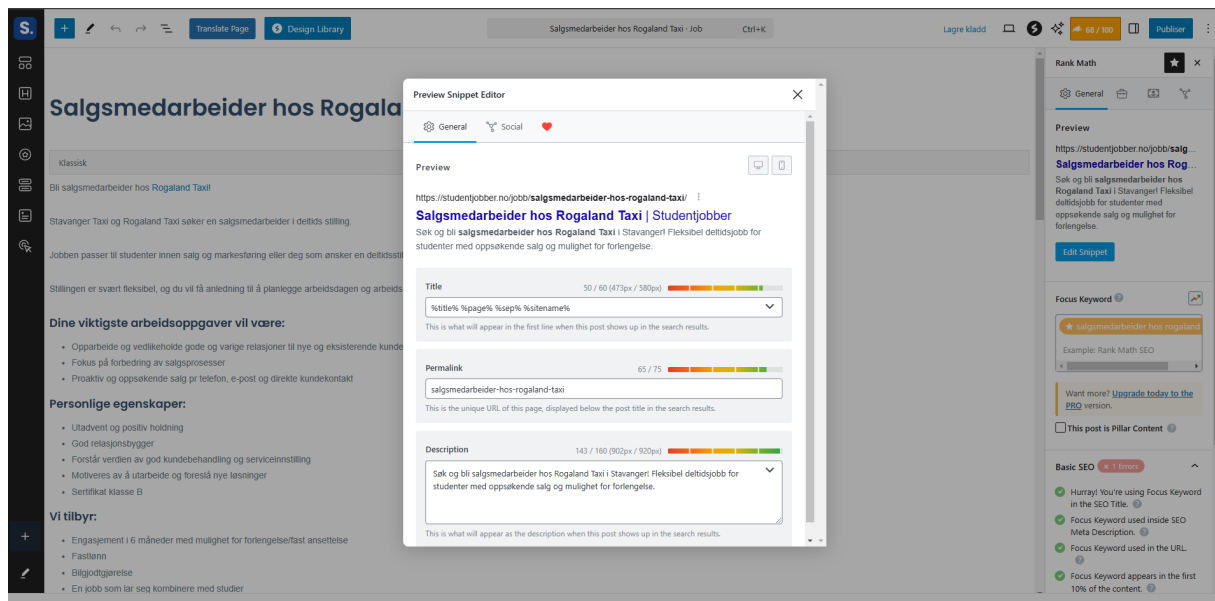


Skjerm bilde av slutten av artikkelen med interne lenker til de nyeste jobbene

For jobbannonsene har vi også brukt RankMath til å gi fokusnøkkelord, men vi har valgt å ikke prioritere å oppnå den høyeste SEO-scoren. Årsaken er at tekstene for jobbstillingene ikke er skrevet av oss, men videreformidles fra arbeidsgivere. Likevel har vi gjort noen justeringer for å forbedre synligheten, som å sikre at titler og metabeskrivelser inneholder hva slags stilling det er og hvilken bedrift som søker ansatte. Dette ble også «nøkkelord-oppskriften» vår, stilling + (hos) + bedrift. Dette ga da en moderat score (gult nivå) i RankMath som er over 50 poeng, men bidrar fortsatt til at jobbene blir funnet av brukere.

Links: 0 / 0 0 / 0									
☐		Salgsmedarbeider hos Rogaland Taxi	68 / 100	Deltid	Stavanger	november 2, 2024 by hei	november 8, 2024	Salg, Salgsmedarbeider	Expired
Keyword: salgsmedarbeider hos rogaland taxi Schema: Off Links: 0 / 0 0 / 0									
☐		Julehjelp hos Mester Grønn Ladetorget	67 / 100	30%	Trondheim	november 1, 2024 by hei	november 8, 2024	Butikkansatt	Expired
Keyword: Julehjelp hos Mester Grønn Ladetorget Schema: Off Links: 0 / 0 0 / 0									
☐		Butikkmedarbeider Extra Birkeunden	63 / 100	20%	Oslo	oktober 31, 2024 by hei	november 16, 2024	Butikkansatt	Expired
Keyword: Butikkmedarbeider Extra Birkeunden Schema: Off Links: 0 / 0 0 / 0									
☐		Butikkmedarbeider KIWI Ullern Allé	52 / 100	20%	Oslo	oktober 31, 2024 by hei	november 30, 2024	Butikkansatt	Expired
Keyword: butikkmedarbeider hos kiwi ullern Schema: Off Links: 0 / 0 0 / 0									

Skjerm bilde av jobbstillingene og RankMath-scoren



Skjerm bilde av stillingen «Salgsmedarbeider hos Rogaland Taxi» med RankMath-informasjon

Analyse av trafikk til og på nettsiden (Google Analytics og URL Shortify)

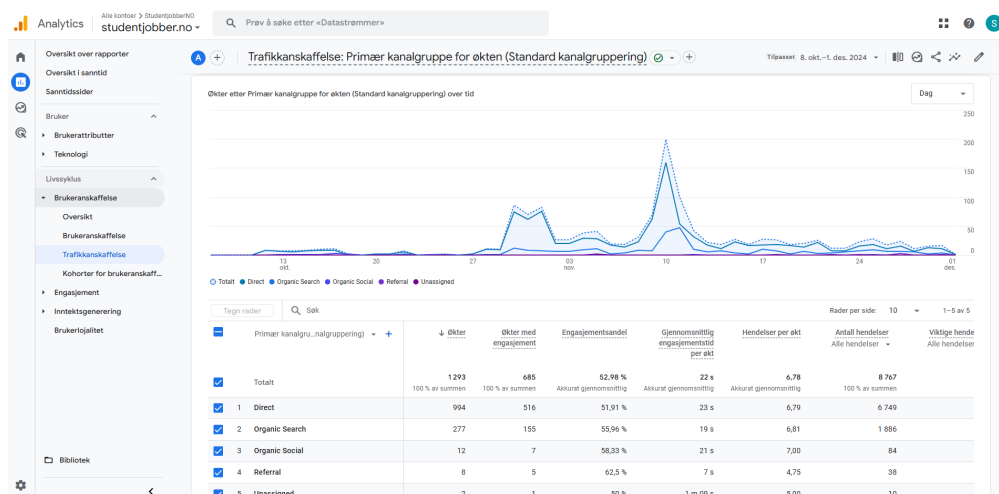
For å analysere trafikken til Studentjobber, har vi brukt Google Analytics og en utvidelse på Wordpress, URL Shortify. Disse verktøyene har gitt oss verdifull innsikt i hvor trafikken kommer fra, hvordan brukerne finner nettsiden, og hvilke stillinger som er mest populære.

Rapporter fra Google Analytics

Google Analytics gir verdifull innsikt i brukeradferd og trafikkmønstre på nettsiden.

Rapportene, som trafikkanskaffelse og sider og skjermer, hjelper med å identifisere hvilke kanaler som driver mest trafikk og hvilke sider som engasjerer brukerne mest. Dette er viktig for å optimalisere markedsføringsstrategier og sikre at ressursene brukes effektivt for å nå målgruppen.

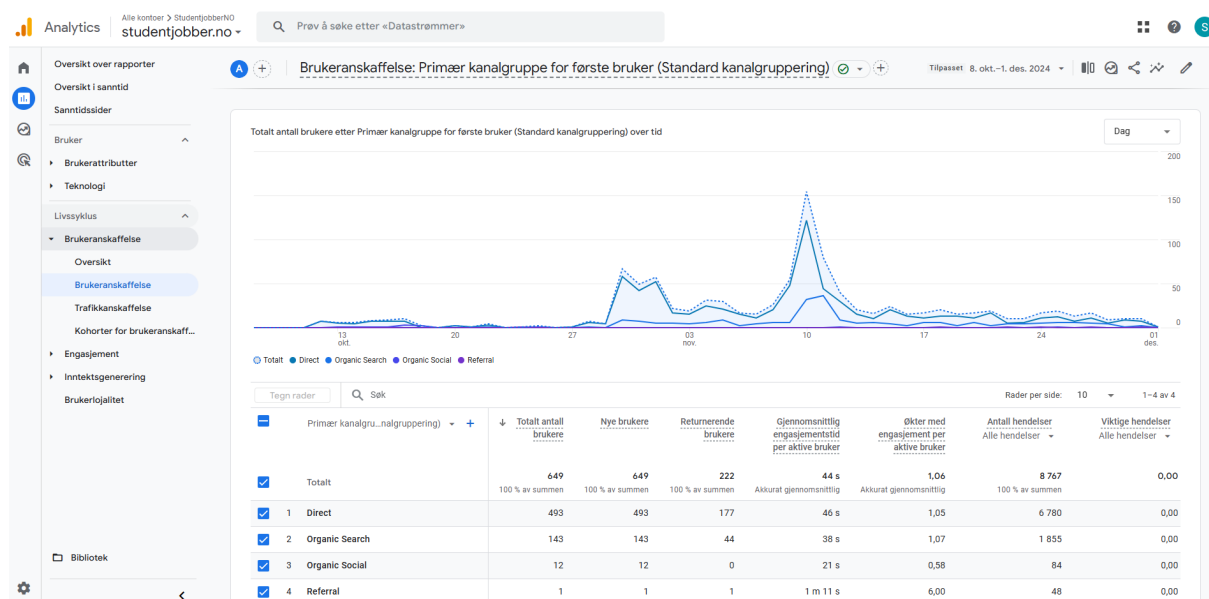
Trafikkanskaffelse



Skjerm bilde i Google Analytics av trafikkanskaffelsen

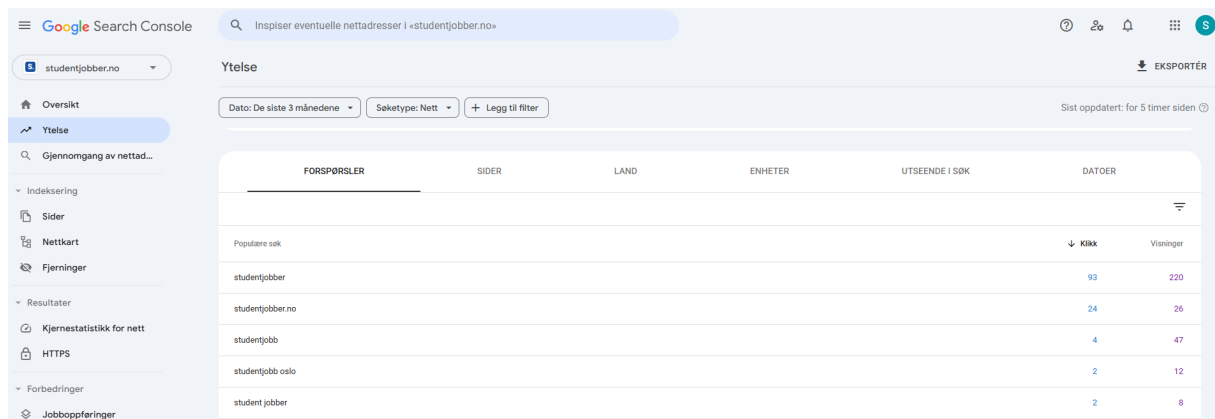
Trafikkanskaffelse viser hvordan brukerne kom fram til nettsiden vår. Vi observerte en betydelig mengde direkte trafikk, som inkluderer økter der brukerne skriver inn nettadressen direkte, eller at lenken blir fylt inn automatisk og man trykker «enter»-knappen. Noe av denne trafikken kommer fra oss i gruppen, siden vi jevnlig sjekket nettsiden selv. Likevel viste brukeranskaffelsen at vi hadde langt flere unike brukere enn gruppens fem medlemmer, noe som bekrefter at vi nådde ut til et bredere publikum.

Brukeranskaffelse



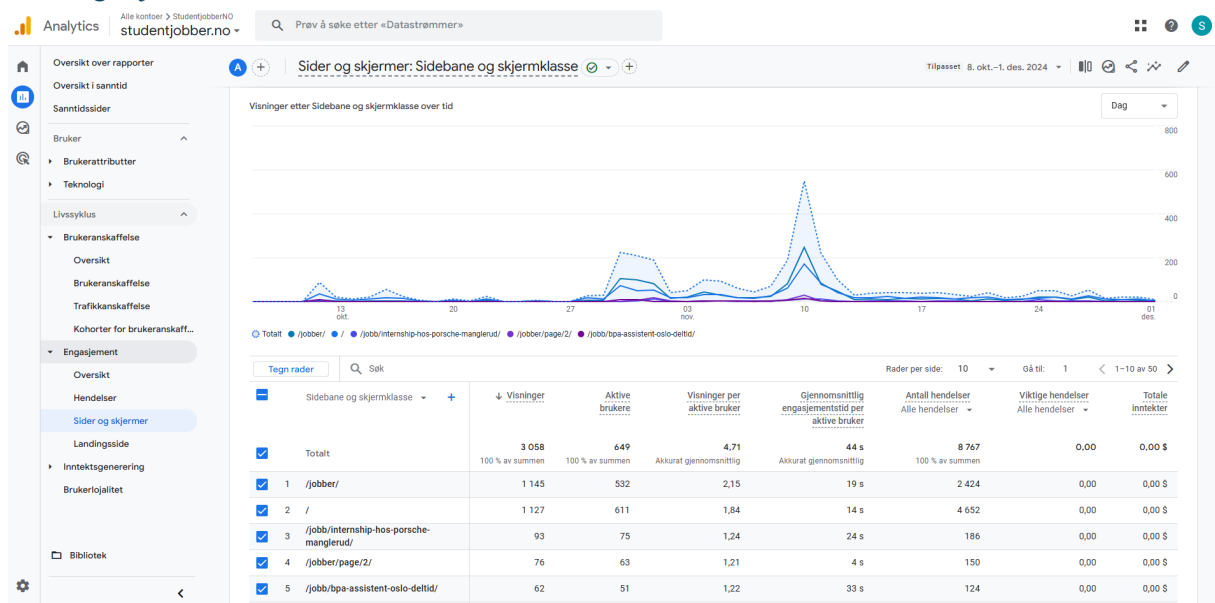
Skjerm bilde i Google Analytics av brukeranskaffelsen

Når vi analyserer trafikkildene, så vi også en tydelig forskjell mellom organic search og organic social. Organic search refererer til brukere som fant oss via søk i Google, mens organic social viser trafikk fra lenker i bioer på sosiale medier. Selv om vi hadde lenke i Instagram-bioen, hadde vi aldri lenke i bio på TikTok, ettersom vi ikke opprettet en Business account eller hadde over 1 000 følgere (Later 2024). Dette forklarer hvorfor en stor del av vår trafikk kom fra organic search. Populære søkeord som "studentjobber" og "studentjobber.no" indikerer også at flere brukere bevisst søkte etter plattformen vår, noe vi ser igjen i Google Search Console.



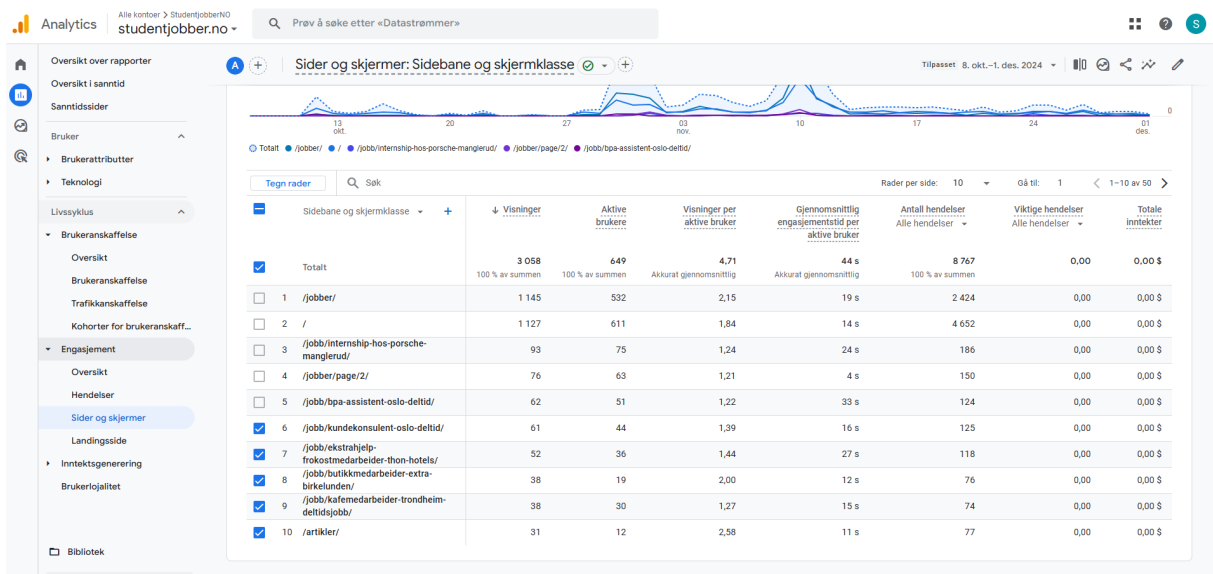
Skjerm bilde av Google Search Console

Sider og skjermer



Skjerm bilde i Google Analytics av Sider og skjermer

Rapporten for sider og skjermer viste at forsiden var den mest besøkte siden når det gjelder aktive brukere. Dette viser at de fleste starter på hovedsiden for å utforske plattformen videre. Likevel hadde siden som viser ledige jobber flere totale visninger, noe som indikerer at brukerne returnerer til denne siden flere ganger for å finne interessante stillinger. I tillegg så vi at totalt 12 aktive brukere klikket på artikler for å lese.



Skjermbilde 2 i Google Analytics av Sider og skjerm

Spore klikk på jobbannonser

Title	Clicks	Redirect Type	Groups	Meta Info	Created On	Link
Salgsmedarbeider hos Rogaland Taxi	1 / 1	307 (Temporary)			november 4, 2024 1:13 pm	/salgsmeda
Butikkmedarbeider Extra Birkelunden	7 / 7	307 (Temporary)			oktober 31, 2024 11:34 pm	/butikkmed
Julehjelp til Mester Grønn	1 / 1	307 (Temporary)			oktober 31, 2024 7:16 pm	/julehjelp-ti
Intern/Working student Risk Management & Controlling	30 / 31	307 (Temporary)			oktober 31, 2024 7:15 pm	/internship
VIC Serlandsenteret søker butikkselger!	1 / 1	307 (Temporary)			oktober 31, 2024 7:15 pm	/vic-sorland
Butikkmedarbeider Extra Majorstuen	8 / 8	307 (Temporary)			oktober 31, 2024 7:11 pm	/butikkmed
Butikkmedarbeider Extra Bislett	4 / 4	307 (Temporary)			oktober 31, 2024 7:08 pm	/butikkmed
Butikkmedarbeider Kiwi Ullern Allé	4 / 4	307 (Temporary)			oktober 31, 2024 7:05 pm	/butikkmed

Skjermbilde i Wordpress av URL Shortify-oversikten

For å forstå hvilke stillinger som tiltrekker seg mest oppmerksomhet, brukte vi URL Shortify til å opprette forkortede lenker på vårt domene (KaizenCoders u.d.). Disse lenkene redirecter til de eksterne jobbannonseene samtidig som vi kan spore klikkene. For eksempel viste sporing at jobben hos Porsche mottok 30 klikk. Denne løsningen har gitt oss en bedre forståelse av hvilke stillinger brukerne finner mest interessante.

Hvordan sette opp tracking-lenke

The screenshot shows the 'URL Shortify > New Link' form. The fields are as follows:

- Title:** KIWI Myrene søker etter butikkmedarbeider
- Target URL:** https://web103.reachmee.com/ext/1011/1081/apply?site=6&lang=NO&validator=302fabec0510f0b01a34048252ecce3b&ihelper=httpswww.norgesgruppen.nokarriereledigstillinger&job_id=18952
- Short:** <https://studentjobber.no/> denne-linken-tracks
- Redirection:** 307 (Temporary)
- Domain:** <https://studentjobber.no>
[Want to use shortlinks with custom domains? Upgrade Now](#)
- Groups:** No Group found. [Create a new Group and add link to group.](#)
- No Follow:** ☒
- Sponsored:** ☐
- Parameter Forwarding:** ☐
- Tracking:** ☒

Skjerm bilde av URL Shortify-oppsett av ny tracking-lenke

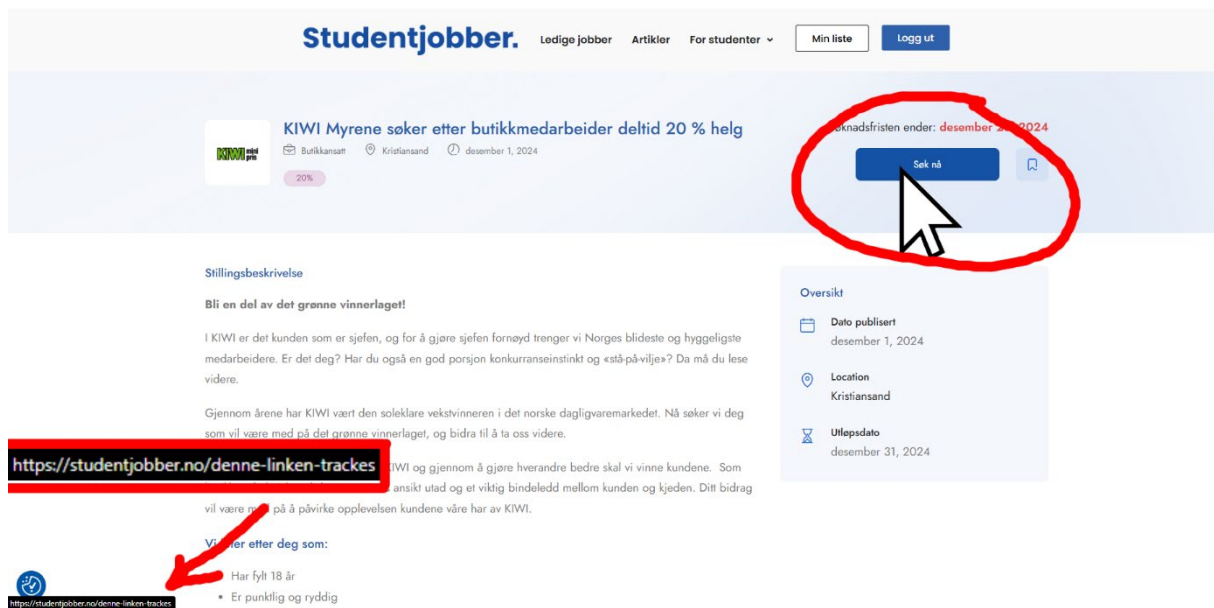
The screenshot shows the 'URL Shortify > Job Data' form. The fields are as follows:

- Logo til bedrift:** https://studentjobber.no/wp-content/uploads/2024/10/kiwi_logo.png Add or Upload File
- Hvordan søke på jobben:** External URL
- Link til jobb:** <https://studentjobber.no/denne-linken-tracks>
- Maps Location:** [Map showing location in Norway]

On the right side, there is a sidebar with the following information:

- Job:** KIWI Myrene søker etter butikkmedarbeider deltid 20 % helg
- Status:** Publisert
- Publiser:** 1. desember 2024 14:16 UTC+2
- Lenke:** /kristiansand-20...
- Forfatter:** hei
- Diskusjon:** Lukket
- Types:** 20% (checked), 10%, 30%, Deltid, Heltid, Ikke oppgitt

Skjerm bilde av Wordpress-oppsett for jobbstilling



Skjerm bilde av artikkel med tracking-lenke plassert

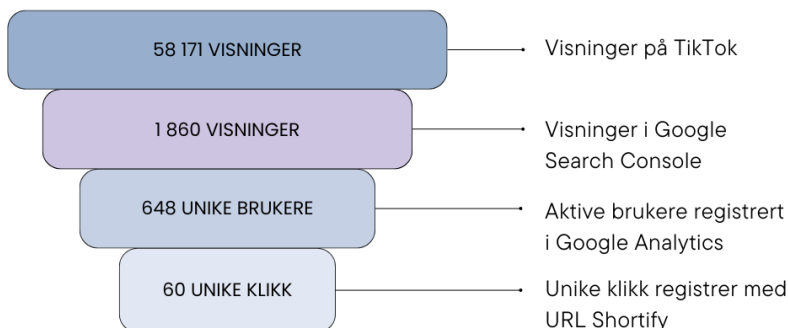
Når man klikker på «Søk nå»-knappen blir man tatt til jobbsøknadsportalen, men vi har fått informasjon om at noen har klikket på knappen. Ved hjelp av disse to verktøyene har vi fått verdifull innsikt i hvordan brukerne navigerer på plattformen, hvilke kanaler som driver mest trafikk, og hvilke sider og stillinger som engasjerer mest.

Kjøpstrakten til Studentjobber

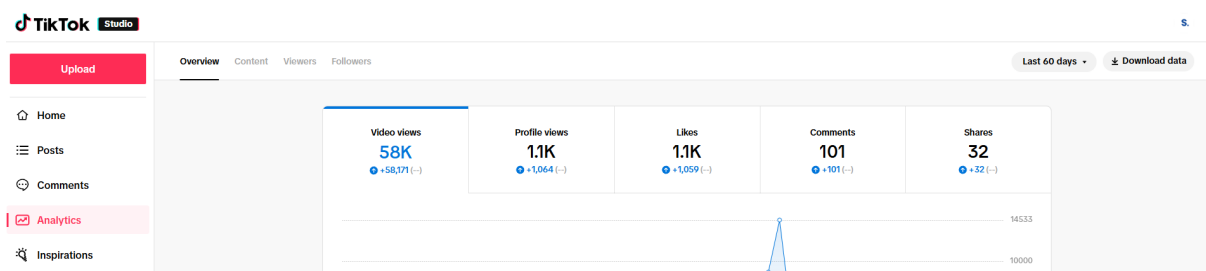
Selv om Studentjobber ikke har kjøp eller transaksjon som slutt mål, har jeg likevel fremstilt en «kjøpstrakt» for å forstå brukerreisen til plattformen vår. Målet er å måle hvor mange brukere som klikker videre på jobbannonser fra nettsiden vår til de eksterne søknadsportalene. Kjøpstrakten starter med visninger i sosiale medier, går videre til søk i Google, klikk på nettsiden og avsluttes med klikk på spesifikke jobbstillinger. Dette hjelper oss med å identifisere hvor vi kan gjøre eventuelle forbedringer.

STUDENTJOBBER

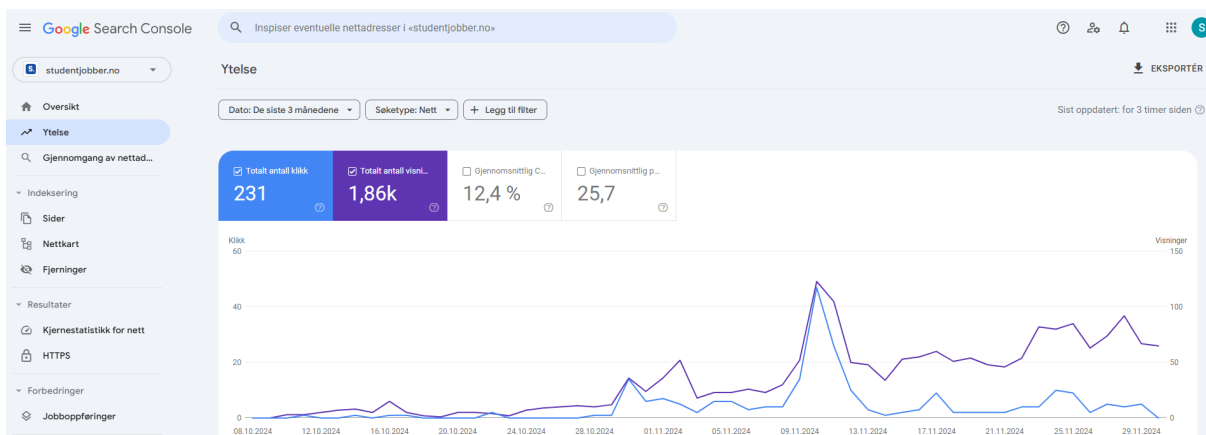
SIN "KJØPSTRAKT"



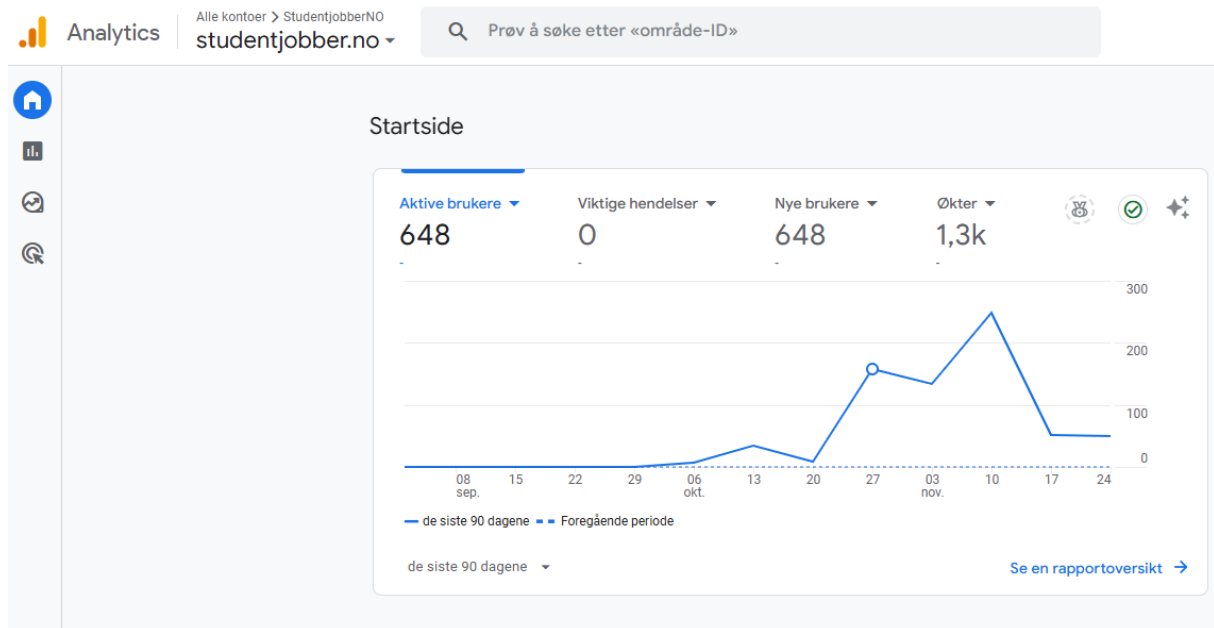
Egenprodusert framstilling av kjøpstrakten til Studentjobber



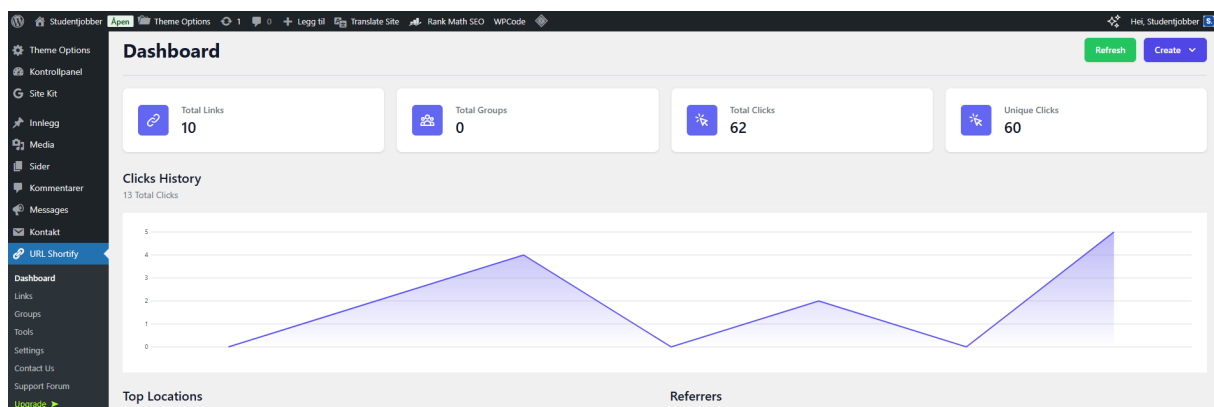
Skjerm bilde i TikTok Analytics for videovisninger



Skjerm bilde i Google Search Console for totale visninger i søk



Skjerm bilde fra Google Analytics for aktive brukere



Skjerm bilde fra URL Shortify for unike klikk

Sosiale medier

For å øke rekkevidden og engasjementet rundt Studentjobber, har vi benyttet oss av TikTok som vår primære kanal på sosiale medier. På TikTok publiserte vi totalt 11 innlegg, hvor to av dem var videoer og ni var lysbilde fremvisninger. Denne miksen av innhold tillot oss å eksperimentere med ulike formater og vurdere hva som skapte mest engasjement blant målgruppen.

I forbindelse med arbeidskrav 4 gjennomførte vi en push-kampanje på TikTok i form av en giveaway. Premien var et gavekort på 500 kr til Meny, noe vi anså som svært relevant for målgruppen vår, studenter. Før kampanjen startet, drøftet vi viktige aspekter som hvem som kunne delta og om det skulle være en aldersgrense. Reglene for konkurransen var enkle, og dette bidro til å senke terskelen for deltakelse. Skjerm bilder av tankegangen bak oppsettet,

inkludert regler, er lagt ved som dokumentasjon.

<u>Målgruppe</u>	<u>Fordeler</u>	<u>Ulemper</u>	<u>Muligheter</u>
Alle aldre	- Mulighet til å få flere følgere - Flere deltakere - Eksponerings muligheter	- Per på 12 år kan vinne - Mindre kontroll på hvem som er med	- Kan nå nye målgrupper
Bare studenter	- Treffer målgruppen	- Mindre rekkevidde (reach)	- Bare ha majoriteten av studenter som følgere

Skjerm bilde av fordeler og ulemper i arbeidskrav 4

The screenshot shows a Google Docs interface with a document titled "Arbeidskrav 4". The document content includes a table with four columns: "studenter", "målgruppen", "rekkevidde (reach)", and "majoriteten av studenter som følgere". Below the table, the text "Prosess av giveaway" is followed by "Oppsett av giveaway" with a list of steps: "Følg oss, like denne videoen og kommenter en venn du", "Premie: 500 kr gavekort på MENY", and "Manus til video:". The video script includes prompts like "Har du lyst til å vinne 500 kr på MENY? (på skolen)", "Kommer du til å kjøpe godteri, energidrikke eller julebrus for alle pengene? i butikken", "All du trenger å gjøre er å følge oss, like denne videoen og lagge en venn du vil dele premien med. (på skolen)", "Vinneren trekkes om onsdag 13. november klokka 12:00. (på skolen)", and "Lykke til!". The next section is "Hvordan velge vinner?" with instructions to use a random picker and film the screen. The final section is "Etter giveaway" with instructions to reflect on analytics and follower growth.

studenter	målgruppen	rekkevidde (reach)	majoriteten av studenter som følgere

Prosess av giveaway

Oppsett av giveaway

- Følg oss, like denne videoen og kommenter en venn du
- Premie: 500 kr gavekort på MENY

Manus til video:

Har du lyst til å vinne 500 kr på MENY? (på skolen)

Kommer du til å kjøpe godteri, energidrikke eller julebrus for alle pengene? i butikken

All du trenger å gjøre er å følge oss, like denne videoen og lagge en venn du vil dele premien med. (på skolen)

Vinneren trekkes om onsdag 13. november klokka 12:00. (på skolen)

Lykke til!

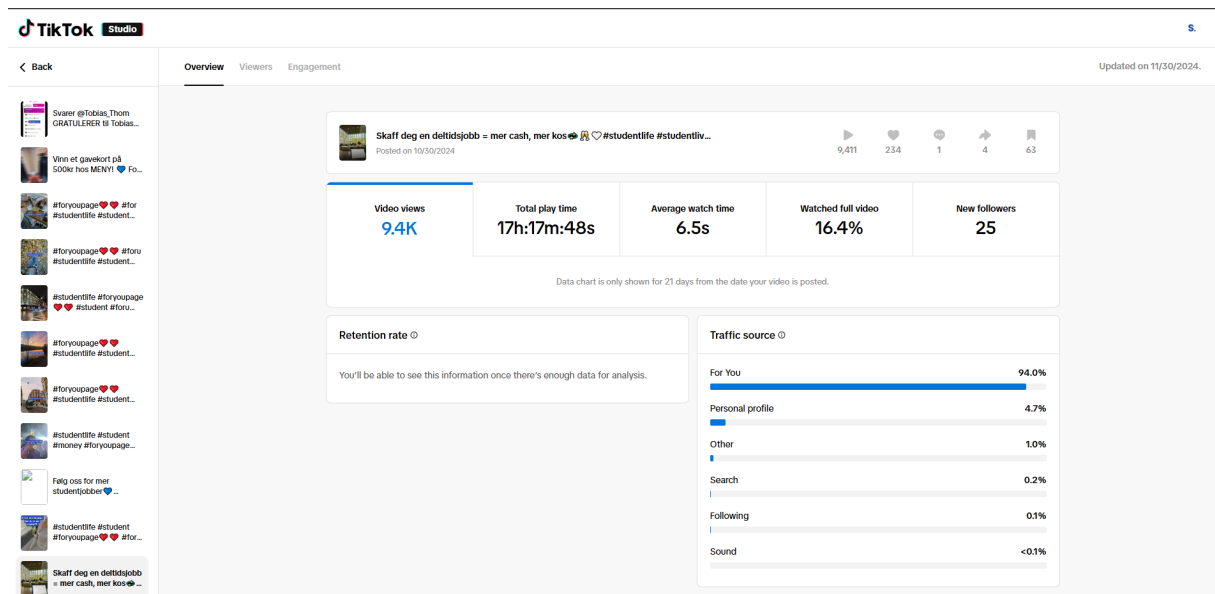
Hvordan velge vinner?

- Bruke verktøy som <https://app-sorteos.com/en/apps/tiktok-comment-picker> (Her limer man inn video URL og velger innstillinger)
- Videocide: Filme skjermen at vi velger random kommentar og har sendt DM til dem for å beviser at vi tok kontakt med vinner

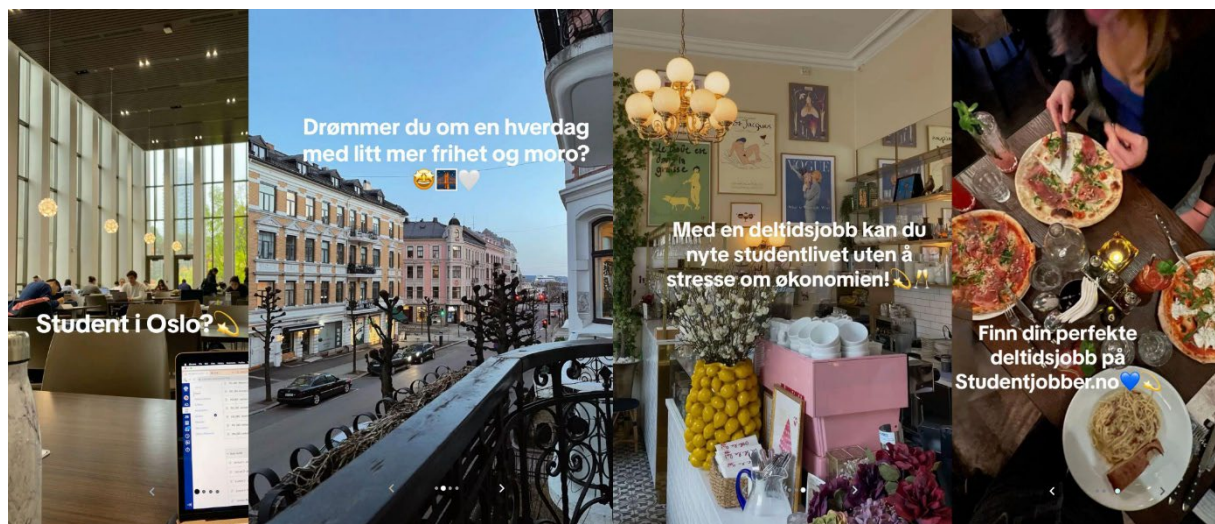
Etter giveaway

- Reflektere og se på analytics om hvordan TikToken gjorde det bra
- Se om antall følgere har økt mye

Skjerm bilde av oppsett av giveaway



Skjerm bilde av TikTok Analytics – første video

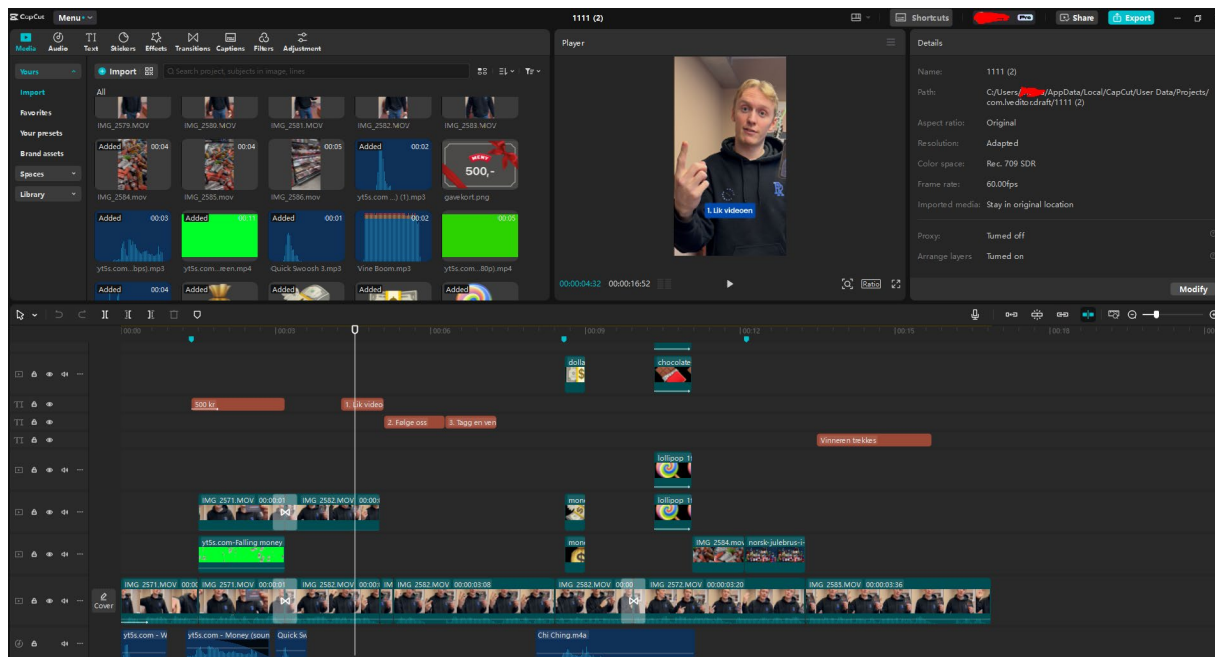


Egenprodusert fremstilling av første TikTok-videoen, venstre til høyre rekkefølge

De fleste TikTok-videoene fulgte en fast struktur for å maksimere engasjement. Vi startet med en "hook", som stilte et spørsmål eller fanget oppmerksomheten til seeren. Deretter bygget vi videre på interesse ved å forklare hva vi kunne tilby, og avsluttet med en tydelig «call-to-action» der vi oppfordret brukerne til å sjekke nettsiden vår for å finne sin neste jobb.

Redigering av kampanjevideo

Som en del av arbeidet med kampanjen redigerte jeg videoen som ble brukt for å promotere giveawayen. Redigeringsprosessen inkluderte klipping av klipp, legge til tekst for å forklare reglene, og effekter som skulle fange oppmerksomheten til TikTok-brukere. Jeg opprettholdt den visuelle identiteten vår med den sterke blåfargen og hvitfarge.



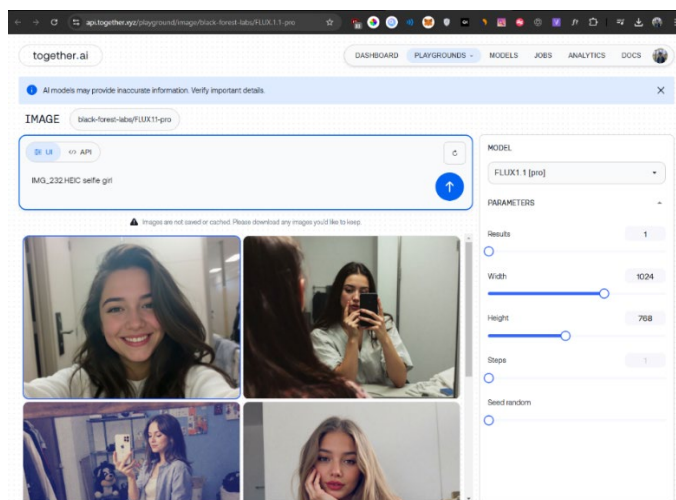
Skjerm bilde i CapCut av kampanjevideoen

KI-verktøy

For å effektivisere arbeidsprosessen og innholdet på Studentjobber, har vi benyttet oss av flere KI-verktøy. Disse verktøyene har hjulpet oss med både visuelt og tekstbasert innhold, noe som har vært avgjørende for å bygge en engasjerende og profesjonell plattform.

Together.AI

Vi brukte Together.AI til å lage bilder, spesielt realistiske bilder av mennesker. Dette ble da hovedsakelig brukt på nettsiden for å lage «suksesshistorier». Vi valgte FLUX1.1 [pro] som språkmodell. I ledeteksten skrev jeg «IMG_232.HEIC» for å fortelle at jeg ønsket gjengi en bildefil i formatet .HEIC, som er iPhone sitt format. Jeg skrev også «selfie of a girl» for å fremheve at jeg ville gjøre at bildet ser ut som at en jente tar en selfie.



Skjerm bilde av Together.AI og ledeteksten

Marie, 23 år

*Jeg fant Studentjobber på TikTok og bestemte meg for å sjekke det ut.
Nå har jeg et jobbintervju neste uke, og jeg er superfornøyd!*

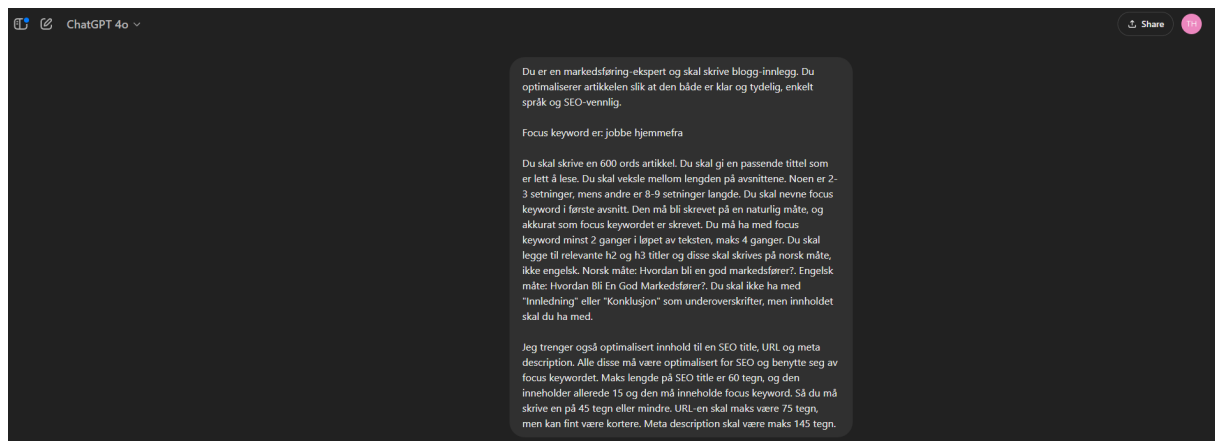


Skjerm bilde fra Studentjobber.no

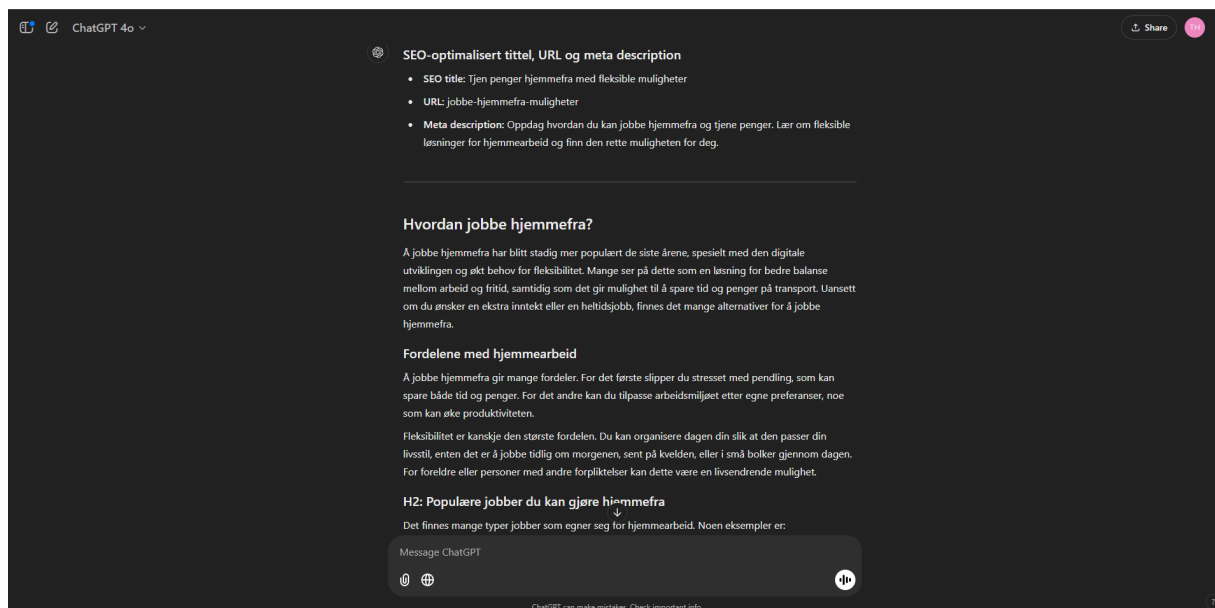
ChatGPT

For å skrive artikler, idémyldre og ha noen å drøfte med brukte vi ChatGPT. Når det gjaldt å skrive artikler laget jeg en ledetekst som skulle gjøre det enklere for oss å lage artikler. Ledeteksten er bygd opp slik at vi bare trenger å hente et nøkkelord eller søkefrase fra søkeordsanalysen vår, og lime den inn, så får vi en artikkel ut ifra det. «Oppskriften» følger det RankMath ber oss om, i form av lengde av tekst, lengde på lenke og bruk av nøkkelord.

Skjerm bilde av fellesdokumentet, og ledeteksten for å skrive artikler er markert



Skjerm bilde av ChatGPT og ledeteksten i bruk



Skjerm bilde av ChatGPT sitt svar til ledeteksten

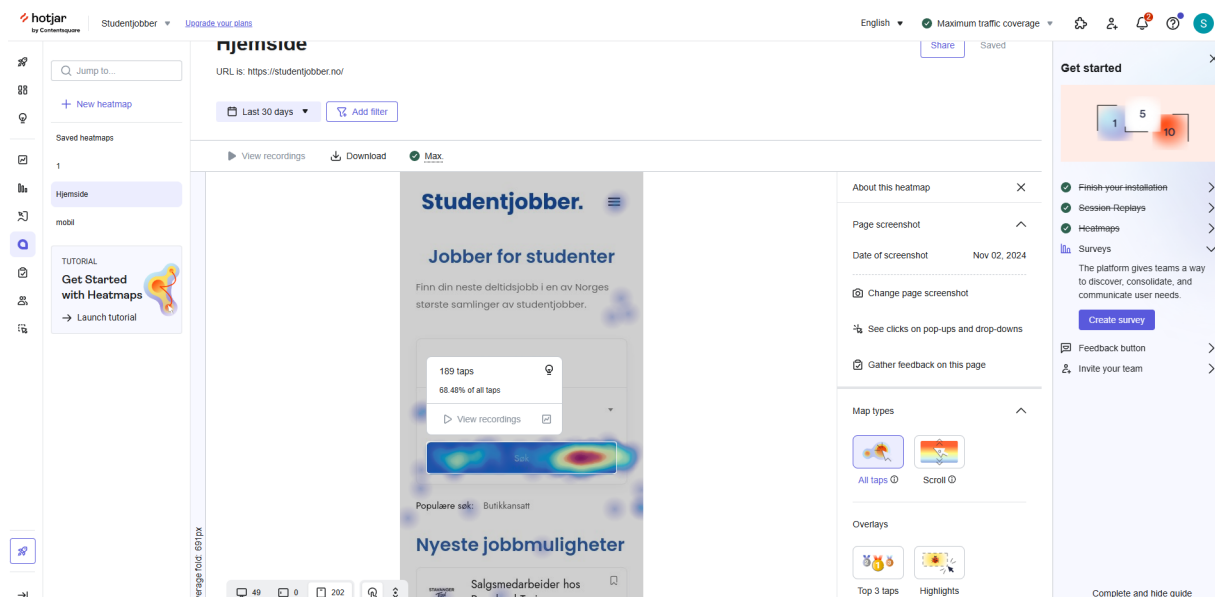
Når vi fikk en ferdig artikkel så gikk vi gjennom og gjorde endringer vi synes var nødvendige, før vi publiserte og indekserte innlegget.

Brukeratferd på nettsider og CRO

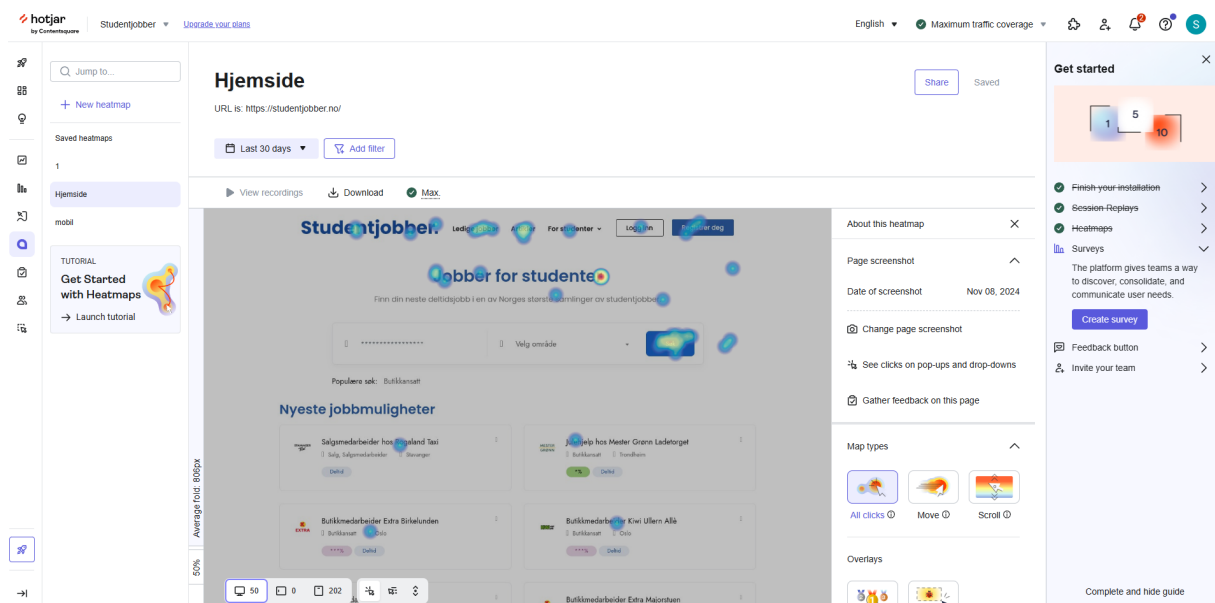
For å analysere brukeratferden på Studentjobber og optimalisere konverteringsraten (CRO), har vi brukt verktøyet Hotjar til å spore hvor brukerne klikker og hvordan de navigerer nettsiden.

Klikkatferd på nettsiden

Hotjar-dataen viser at de fleste brukerne klikket der vi håpet: på søkeknappen og ledige jobber. Dette bekrefter at nettsidens struktur og design er intuitiv og oppfyller brukerens forventninger.



Skjermbilde av Hotjar-data, mobilversjonen av Studentjobber



Skjermbilde av Hotjar-data, pc-versjonen av Studentjobber

Oppgave 3 - Prosjektarbeidet og refleksjon

Oppgave 3 tar i utgangspunkt i boken «Bedre produkter» av Ida Aalen, hvor jeg vil knytte teori til erfaringene fra arbeidet med Studentjobber.

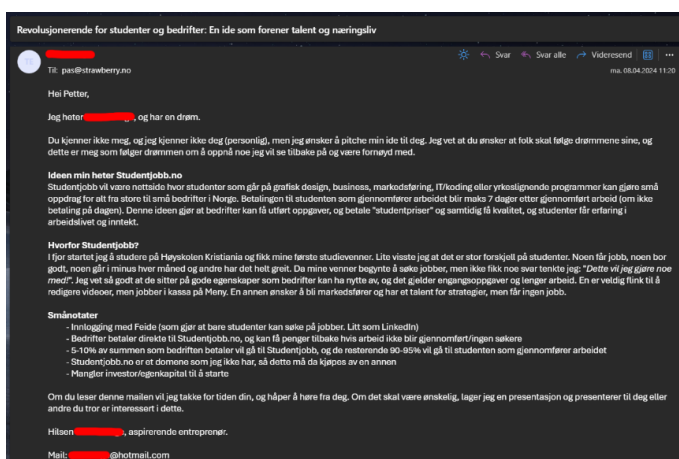
Valg av kapitler fra «Bedre produkter»

Gjennom arbeidet med Studentjobber har strategisk planlegging og tydelig prioritering vært avgjørende for å sikre god fremdrift. Jeg har valgt å skrive om del 5 og 6. De har vært

relevante for hvordan vi definerte mål og balanserte ambisjoner med realistiske ambisjoner for virksomheten (Aalen 2023).

Del 5: Vit hva du skal oppnå

Drømmen om Studentjobber startet allerede i april 2024, da jeg sendte en e-post til Petter Stordalen for å høre om han ønsket å investere i dette prosjektet. Dette illustrerer ambisjonene jeg hadde for en slik plattform og visjonen om å skape en tjeneste som kunne gi studenter relevant arbeidserfaring.



Skjerm bilde av mail til Petter Stordalen

Da vi startet arbeidet med Studentjobber, befant vi oss i et tidsperspektiv på 1-6 uker, som ifølge «produktstrategiens byggesteiner» er en fase preget av planlegging og prioritering innad i et team (Aalen 2023, s. 113). I starten var vi alle enige om å jobbe med den opprinnelige ideen for Studentjobber, der studenter skulle tilby digitale tjenester som logo-design eller videoredinger til «studentpriser» for privatpersoner eller små bedrifter. Etter hvert innså vi utfordringene ved denne modellen, blant annet knyttet til tilgjengelighet av studenter og usikkerhet rundt etterspørsel av tjenester. Vi gikk da over til en byråmodell hvor vi i Studentjobber skulle gjøre outreach til små bedrifter for å få kunder, før vi endte opp med en jobbportal for studenter.

For å forklare gruppen forskjellene, satt jeg sammen en presentasjon med «Hva skal Studentjobber være?».

Hva skal **Studentjobber** være?

Studentjobber – plattform som gir bedrifter muligheten til å betale *studentpriser*, samtidig som studenter får relevant arbeidserfaring

Studentjobber – plattform som har samlet alle jobber som kan utføres av studenter. Deltidsjobber, studentjobber på ulike universiteter osv.

Skjermbilde 1 av egenprodusert presentasjon

Ide nr. 1 (som vi holder på med nå)

- Nettside hvor vi "selger" tjenester som utføres av studenter
- Dette krever alt fra økonomisk oversikt, tilfredsstillende for både studenter og bedrifter, god kommunikasjon og ALLTID må være på jobb
- Trenger lenger tid for å fungere
- Litt kjipt for både bedrifter og studenter at nettsiden stopper i desember (antageligvis)

Skjermbilde 2 av egenprodusert presentasjon

Ide nr. 2 (som er lettere, men mer enn bra nok)

- Nettside hvor vi samler alle jobber som er relevante for studenter (Gå på NAV sin nettside, FINN, Indeed, samle alt sammen)
- Den krysser av på alle tingene for eksamen
- Vi viser også til "**kritisk tenking**" som er nevnt i eksamen
- Mer generell og ikke så spesifikk. Vi har ALLE studenter som målgruppe, og ikke bare grafisk design, videoeditorer osv.

Skjermbilde 3 av egenprodusert presentasjon

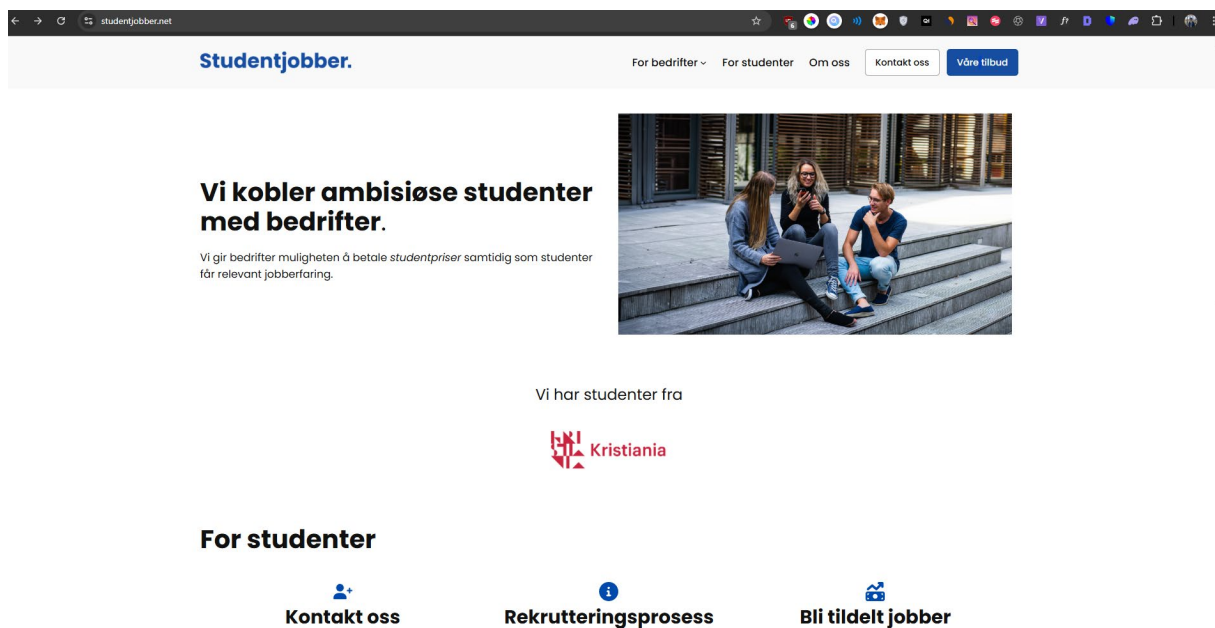
Den grønne versjonen er det Studentjobber er i dag.

Gjennom diskusjoner og tilpasninger klarte vi å utvikle en strategi som var både realistisk og gjennomførbar innenfor tidsrammen. Dette vil bli utdypet i Del 6, hvor vi reflekterer over prioriteringer og ressursfordeling.

Del 6: Tør å prioritere

Ifølge (Aalen 2023, s. 159) er det umulig å følge alle ideer og forslag; prioritering er avgjørende. Dette prinsippet ble svært relevant i arbeidet med Studentjobber, spesielt da vi har vurdert ulike modeller for plattformen vår. Ved å se på tidshorisonten for prosjektet, innså vi at det ville være urealistisk å lage en plattform som krevde kontinuerlig vedlikehold og potensielt kunne vokse ukontrollert rett før eksamensinnlevering.

I starten av prosjektet opprettet vi en nettside for byråmodellen, som fortsatt er tilgjengelig på studentjobber.net. Denne nettsiden var designet for å tilby bedrifter tilgang til studenter som kunne utføre tjenester som logo-design eller tekstproduksjon.

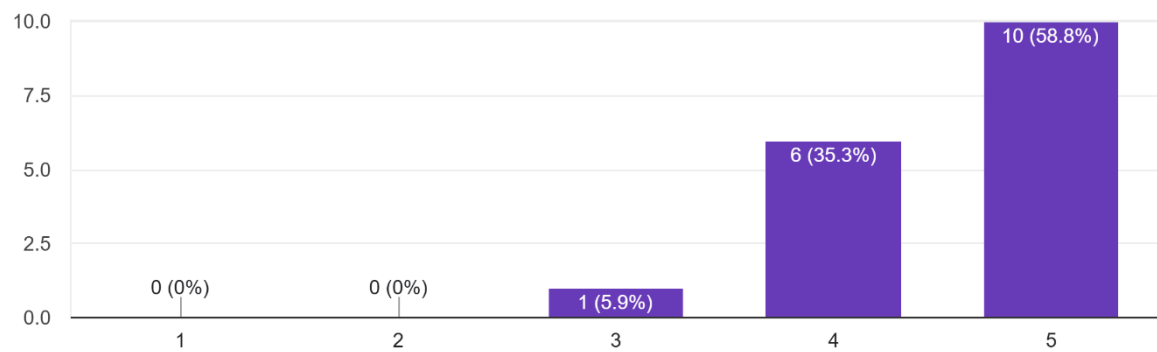


Skjerm bilde av Studentjobber.net

For å forstå målgruppens behov, gjennomførte vi en spørreundersøkelse som viste at de aller fleste studenter ønsket arbeidserfaring som var relevant for studiene deres. Vi stilte også spørsmål angående at vi er en ny bedrift og ikke kan garantere oppdrag.

Hvor viktig er det for deg å skaffe relevant arbeidserfaring?

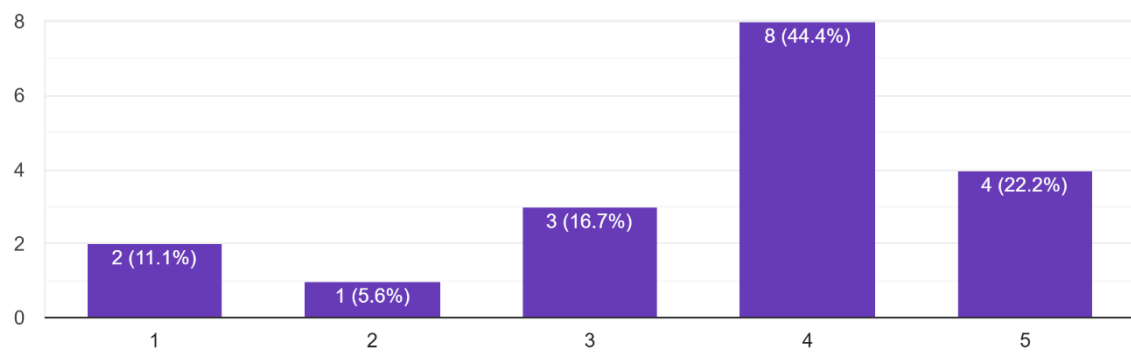
17 responses



Skjermbilde 1 av Google Forms

Hvor viktig er det for deg at en jobb er relatert til studiene dine?

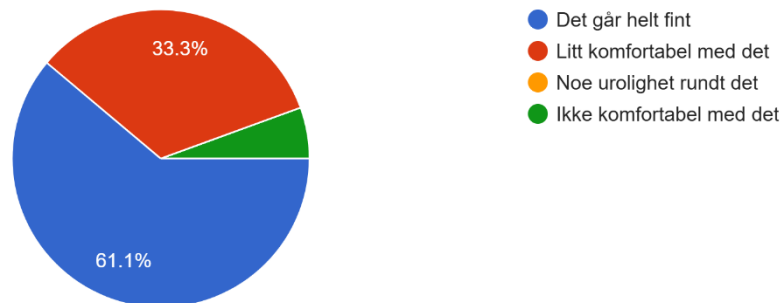
18 responses



Skjermbilde 2 av Google Forms

Ettersom at vi er en nyoppstartet bedrift så er det ikke en garanti for at vi alltid har oppdrag tilgjengelig, går dette fint?

18 responses



Skjerm bilde 3 av Google Forms

Selv om byråmodellen hadde potensial, og studenter virket interessert, møtte vi på en rekke utfordringer. For det første måtte kommunikasjonen gå gjennom Studentjobber-teamet, noe som kunne skape forsinkelser. For det andre kunne vi ikke garantere oppdrag til studentene som meldte seg, og det å holde dem tilgjengelige til enhver tid uten sikkerhet for arbeid ville være utilstrekkelig. I tillegg antok vi at det mest sannsynlig ville komme ett oppdrag om gangen, noe som gjorde det vanskelig å skalere eller distribuere arbeid jevnt blant flere studenter.

Disse innsiktene ledet oss til å prioritere en enklere og mer gjennomførbar løsning: en jobbportal som viderefremidlet jobber håndplukket for studenter. Ved å fokusere på denne modellen kunne vi gjennomføre prosjektet innenfor tidsrammen og sikre at plattformen oppfylte målgruppens behov uten å kreve kontinuerlig oppfølging.

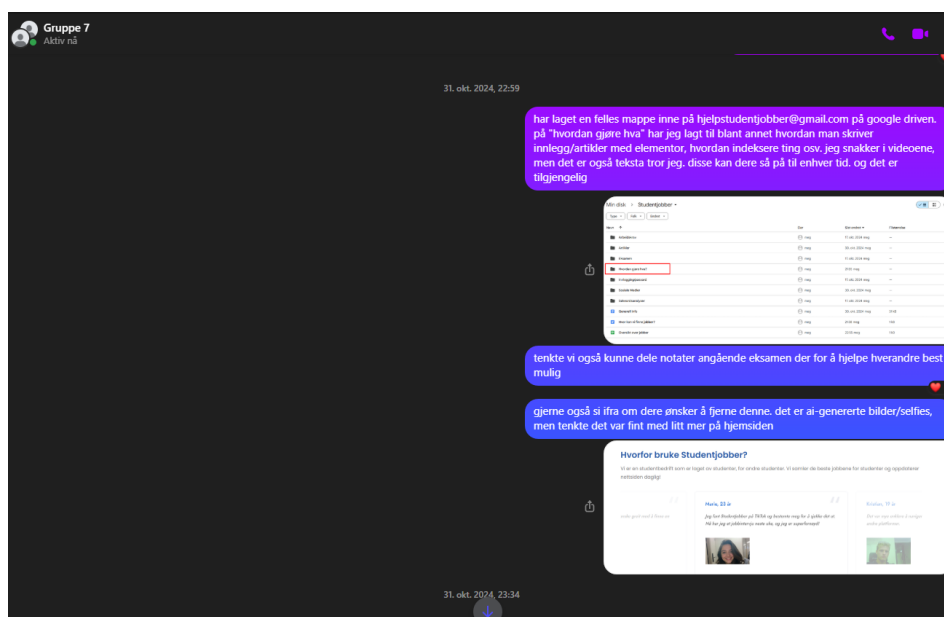
Som en del av organiseringen i prosjektet opprettet vi en felles Gmail-konto som fungerte som en plattform for å samle innlogginger, maler og idémyldring. Dette var et viktig grep for å sikre at alle gruppemedlemmene hadde tilgang til nødvendige ressurser uten forsinkelser. Ifølge (Hanlon 2022, s. 418) er co-creation and collaboration avgjørende for moderne arbeidsprosesser, der deling av ressurser, som verktøy og plattformer, skaper bedre flyt og effektivitet.

Min rolle i gruppearbeidet

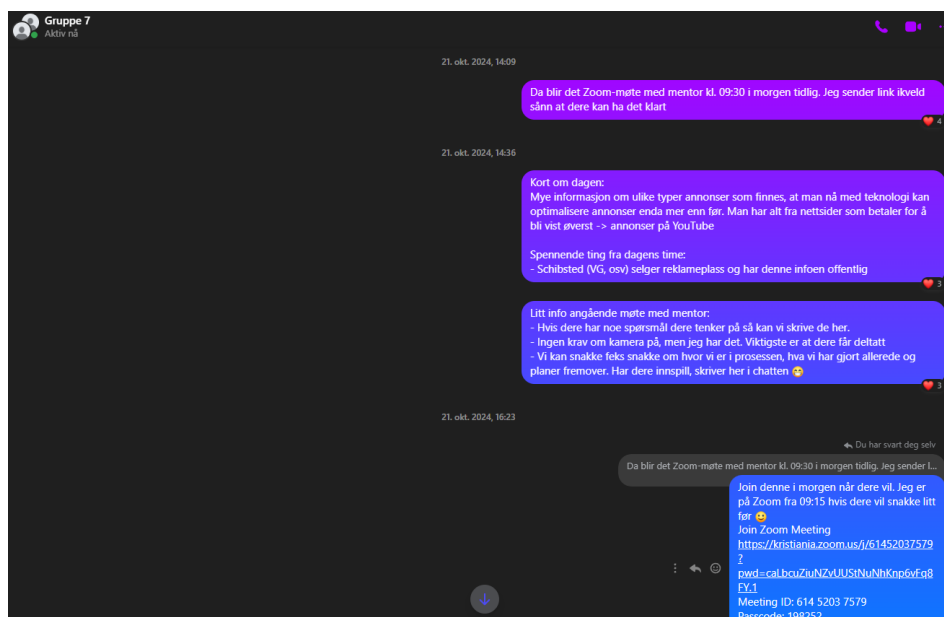
Som daglig leder i Studentbedriften Studentjobber var min hovedrolle å lede prosjektet og sikre at alle oppgaver ble gjennomført innenfor tidsrammen. Siden jeg har erfaring med de fleste verktøyene vi brukte, fungerte jeg også som en ressurs for gruppen, spesielt når det

gjaldt nye verktøy de ikke hadde erfaring med. Jeg bidro blant annet med å sette opp nettsiden, finne løsninger på tekniske utfordringer, og gi retning for innholdsproduksjon og sosiale medier-strategier.

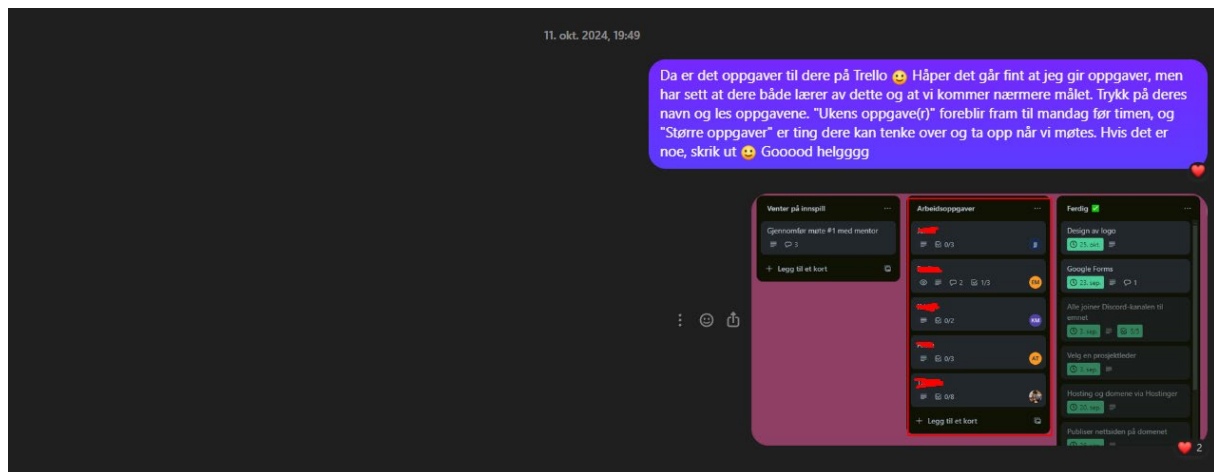
Selv om jeg opprinnelig fokuserte mest på teknisk oppsett og organisering, tok jeg etter hvert en mer fleksibel tilnærming og fungerte som en "potet" – en som kunne hjelpe til på tvers av alle områder. Dette inkluderte alt fra å skrive artikler, redigere videoer for TikTok, til å jobbe med søkemotoroptimalisering. Samtidig oppdaterte jeg gruppen daglig i Messenger med planer og relevant informasjon fra forelesningene, noe som bidro til å holde oss på sporet.



Skjerm bilde 1 av Messenger



Skjerm bilde 2 av Messenger



Skjerm bilde av Messenger-melding som viser Trello

Jeg har erfaring med Trello tidligere, men det gikk fort i «glemmeboka» for hele gruppen. Jeg prøvde å introdusere dem til arbeidsoppgaver som jeg delegerte til dem, basert på hva de har sagt de ønsker å jobbe med, men dette fungerte bare i en uke før all kommunikasjon foregikk på Messenger.

Prosjektet Studentjobber demonstrerer hvordan jeg har oppnådd læringsutbyttet om å kunne utvikle og lansere en digital virksomhet. Vi startet med å definere ideen om en jobbportal rettet mot studenter, der vi tilpasset plattformens funksjoner basert på målgruppens behov. Som daglig leder tok jeg ansvar for teknisk oppsett av nettsiden ved hjelp av WordPress, hvor vi brukte temaet Superio og integrerte verktøy som RankMath for SEO-optimalisering og Google Analytics for trafikkevaluering.

Lanseringen ble støttet av en tydelig markedsføringsstrategi, der TikTok fungerte som hovedkanal. Vi publiserte innlegg og en kampanje som genererte trafikk til nettsiden og skapte synlighet for plattformen. Gjennom dette prosjektet lærte jeg viktigheten av å kombinere tekniske ferdigheter med strategisk planlegging for å realisere en digital virksomhet, og hvordan datadrevet analyse kan styrke både utvikling og lansering.

Referanseliste

- FINN jobb. 2024. *Slik var stillingsmarkedet på FINN i 2023*. 6 Februar. Funnet November 28, 2024. <https://www.finn.no/bedriftskunde/jobb/nytt-om-jobbmarkedet/stillingsmarkedet-pa-finn-2023?srsId=AfmBOoo5mmYIv-hlE65FmtQsjO5bBsyPIaC8hC-pAxmtWu6qc90EB58D>.
- Hanlon, Annmarie. 2022. *Digital Marketing: Strategic Planning & Integration*. Glasgow: SAGE Publications Ltd.

- IPSOS. 2024. *Ipsos SoMe-Tracker Q4'23*. Datarapport, IPSOS.
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2024-02/Ipsos%20SoMe-tracker%20Q4%202023_0.pdf
- KaizenCoders. u.d. *URL Shortify*. Funnet Desember 1, 2024. <https://kaizencoders.com/url-shortify>.
- Later. 2024. *How to Add a Link to Your TikTok Bio (& Drive Sales)*. 26 September. Funnet Desember 1, 2024. <https://later.com/blog/tiktok-link-in-bio/>.
- Oddit. 2024. *The Importance Of “Above The Fold” In Web Design*. 18 September. Funnet November 30, 2024. <https://www.oddit.co/post/above-the-fold>.
- RankMath. u.d. *Score 100/100 With Rank Math Post Tests » Rank Math*. Funnet Desember 1, 2024. <https://rankmath.com/kb/score-100-in-tests/>.
- SSB. 2024. *Mye jobb fører til mindre studietid*. 18 Juni. Funnet November 27, 2024.
<https://www.ssb.no/utdanning/hoyere-utdanning/artikler/mye-jobb-forer-til-mindre-studietid--men-ikke-all-jobb-gar-pa-bekostning-av-studiene>.
- Studentstillinger. 2023. *About - Studentstillinger.no*. 23 Januar. Funnet November 27, 2024.
<https://studentstillinger.no/about>.
- WP Detector. u.d. *The Best WordPress Theme Detector detects all Themes And Plugins*. Funnet November 27, 2024. <https://wpdetector.com/>.
- WPJobBoard. u.d. *Unique and innovative WPJobBoard features*. Funnet Desember 1, 2024.
<https://wpjobboard.net/features/>.
- Aalen, Ida. 2023. *Bedre produkter - Håndbok i produktledelse og digital produktutvikling*. Bergen: Fagbokforlaget.