

### Spørsmål 1: Hva ønsker studenter å se/ høre om?: 12 svar

- Informasjon og Arrangementer:** Studenter ønsker å bli informert om ulike arrangementer. Dette kan være karrieredager, workshops eller andre typer samlinger som kan gi dem en sjanse til å nettverke eller lære mer om lokale muligheter.
- Representasjon:** Begrepet "Ambassadører" antyder at studenter ser verdien av å ha representanter fra bedrifter eller samfunnet som kan snakke direkte til dem, kanskje gjennom seminarer, foredrag eller mentorordninger.
- Karrieremuligheter:** Det er en klar interesse for spesifikke karrieremuligheter som "Tranieprogrammer" og "Internship". Dette viser at studenter er interessert i strukturerte muligheter som kan gi dem praktisk erfaring. Videre er det en interesse for informasjon om jobber som korrelerer med deres spesifikke utdanning. Dette indikerer et ønske om målrettet jobbmatching basert på studiebakgrunn.
- Innsikt i Lokale Initiativer:** Det er et ønske om å forstå mer om hva som skjer lokalt, både i form av generelle hendelser og spesifikke prosjekter som bedrifter og kommuner jobber med. Dette gir en følelse av å være "i loopen" og kan motivere dem til å bli i regionen.
- Direkte Samtaler:** Det er et forslag om å legge til rette for direkte samtaler mellom studenter og bedrifter. Dette kan være gjennom mentorordninger, diskusjonsgrupper eller informelle nettverksmøter.
- Bedriftshistorier:** Det er en interesse for å høre direkte fra bedrifter om deres historier, utfordringer og suksesser. Dette kan gi en dypere forståelse av det lokale næringslivet og inspirere studenter.
- Støtte og Verdi:** Det fremkommer et ønske om motivasjon, hjelp, og å bli tatt på alvor. Dette indikerer at studenter ikke bare ønsker jobbmuligheter, men også støtte og veiledning i deres karrierevei.
- Akademisk Samarbeid:** "Studentoppgaver - kunnskapsoverføring" antyder at det er en interesse for akademisk samarbeid hvor kunnskap kan utveksles mellom næringsliv og akademia.

**Sammenheng:** Basert på disse svarene ser det ut til at studenter i Gudbrandsdalen er ivrige etter å engasjere seg direkte med lokalsamfunnet og næringslivet. De ønsker informasjon, representasjon, direkte samtaler og muligheter som er skreddersydd for deres akademiske bakgrunn. Det er også en sterk interesse for støtte, mentorordninger og muligheten til å bidra til lokale initiativer.

### Spørsmål 2: Hvilke historier kan næringslivet fortelle?: 9 svar

- Direkte Engasjement med Studenter:** Det er referanser til "Studentbesøk til bedrifter" og "Internship", noe som tyder på at det er en interesse for historier som viser direkte engasjement og interaksjon mellom næringslivet og studenter. Disse historiene kan illustrere hvordan studenter har blitt integrert i bedrifter, de erfaringene de har fått, og hvordan de har bidratt.
- Spennende Oppgaver:** "Spennende oppgaver" antyder at studenter er interessert i å høre om unike, utfordrende eller innovative prosjekter som bedrifter har jobbet med. Slike historier kan gi en dypere innsikt i den faktiske arbeidsdynamikken i en bedrift og de mulighetene som kan være tilgjengelige for nyutdannede.
- Nettverksbygging:** "Næringspseed date" og "Felles møterom" indikerer en interesse for historier som handler om nettverksbygging og samhandling mellom ulike aktører i næringslivet, samt mellom næringslivet og studenter. Slike historier kan vise hvordan forholdet mellom bedrifter og studenter kan blomstre gjennom formelle og uformelle arrangementer.
- Mangfold:** "Få frem mangfoldet i dalen" er et viktig poeng. Dette antyder at det er en interesse for historier som feirer og fremhever mangfoldet i Gudbrandsdalen, enten det er kulturelt, næringsmessig eller annet.
- Konferanser og Arrangementer:** Referansen til "Konferanser m.fl." indikerer en interesse for større arrangementer der næringslivet kan dele kunnskap, innovasjoner og suksesshistorier med et bredere publikum.
- Lokale Suksesser:** "Vise til Varde Investeringslaug og deres innsats" er en spesifikk referanse som kan representere et ønske om å høre suksesshistorier fra lokale initiativer eller organisasjoner som har hatt en positiv innvirkning på samfunnet.

**Sammenheng:** Basert på disse svarene ser det ut til at studenter er interessert i autentiske historier fra næringslivet som viser direkte engasjement med studenter, feirer mangfold, fremhever spennende og innovative prosjekter, og deler suksesser fra lokale initiativer. Dette kan hjelpe dem med å forstå potensialet og mulighetene i Gudbrandsdalen, samt inspirere dem til å bli en del av det lokale næringslivet.

### Spørsmål 3: Hvordan skal historiene fortelles?: 13 svar

- Direkte på Utdanningsinstitusjoner:** Flere svar foreslår at historier fra næringslivet bør deles direkte på utdanningsinstitusjoner som høyskoler. Forslag som "Forelesning på Høgskolen fra bedrifter", "Karrieredag på Høgskolen", og "Faste møtedager på høgskolen for bedrifter og studenter" viser at det er et ønske om direkte engasjement mellom bedrifter og studenter i en akademisk setting.
- Invitasjon til Bedriftsbesøk:** "Invitere seg selv på besøk hos bedrifter" antyder at bedriftene bør være åpne for besøk fra studenter, enten det er formelle arrangementer eller uformelle besøk. Dette kan gi studenter en førstehåndsopplevelse av bedriftens kultur, prosjekter og muligheter.
- Gjennom Eksisterende Plattform:** "Synlighet til og gjennom StartLHMR" og "Young Professionals" indikerer at det er eksisterende plattformer eller organisasjoner som kan brukes til å formidle historier fra næringslivet til studenter.
- Sosiale Samlinger:** "Tilflyttertreff" antyder at det kan være arrangementer spesielt rettet mot de som er nye i regionen. Dette kan være en flott måte for nyankomne å nettverke og få en følelse av lokalsamfunnet.
- Dedikerte Steder for Nettverksbygging:** "Egne lokaler: HUB LHMR & Innovasjonssenteret" tyder på at det er spesifikke steder i regionen dedikert til innovasjon og nettverksbygging. Disse stedene kan være ideelle for å dele historier og kunnskap.
- Digital Formidling:** "Sosiale medier" er nevnt som en plattform for å dele historier. Gitt den digitale tidsalderen vil lever i, er sosiale medier en kraftfull måte å nå ut til et bredt publikum, spesielt yngre generasjoner.
- Støtte til Studentorganisasjoner:** "Gjennom å støtte studentorganisasjoner" antyder at næringslivet kan engasjere seg med studenter ved å støtte deres egne organisasjoner, enten det er gjennom sponing, mentorordninger eller partnerskap.

**Sammenheng:** Basert på disse svarene virker det som om det er en sterk interesse for direkte engasjement mellom næringslivet og studenter, enten det er på utdanningsinstitusjoner, gjennom sosiale samlinger, på dedikerte steder for nettverksbygging, eller online. Det er også en anerkjennelse av verdien av eksisterende plattformer og organisasjoner i å formidle disse historiene.

### Spørsmål 4: Hvem har ansvaret for å fortelle?: 5 svar

- Utdanningsinstitusjoner:** "Høgskolen" er nevnt, noe som indikerer at det er forventet at utdanningsinstitusjoner tar en ledende rolle i å formidle historier fra næringslivet til studenter. Dette kan være gjennom forelesninger, karrieredager eller andre arrangementer som direkte kobler studenter med bedrifter.
- Næringsforeninger:** "Næringsforeningene" er også nevnt, noe som tyder på at lokale næringsforeninger bør ta en aktiv rolle i å formidle informasjon og historier fra bedrifter i regionen. Dette kan være gjennom nettverksarrangementer, seminarer eller publikasjoner.
- Utdanningsmesser:** "Utdanningsmesser" antyder at det er spesifikke arrangementer rettet mot studenter som kan være plattformer for å dele historier fra næringslivet. Dette kan være steder der studenter kan lære om ulike karrieremuligheter, internship-programmer og andre muligheter i næringslivet.
- Kollektivt Ansvar:** Svaret "Alle sammen" antyder at det er en tro på at ansvaret for å formidle historier fra næringslivet til studenter ikke bør ligge på skuldrene til en enkelt enhet eller organisasjon. I stedet bør det være et kollektivt ansvar der ulike aktører i samfunnet kommer sammen for å sikre at studenter er godt informert.

**Sammenheng:** Basert på disse svarene ser det ut til at det er en sterk tro på at flere aktører i samfunnet bør samarbeide for å formidle historier fra næringslivet til studenter. Utdanningsinstitusjoner, næringsforeninger og spesifikke arrangementer som utdanningsmesser spiller alle en viktig rolle. Men det er også en anerkjennelse av at det bør være et bredere, kollektivt ansvar for å sikre at studenter får den informasjonen de trenger.

### Spørsmål 5: Hvor vil studentene treffe Gudbrandsdølene?: 4 svar

- Uformelle Møteplasser:** Det første svaret, "Skape mer uformelle møteplasser", indikerer en interesse for mindre strukturerte og mer avslappede steder der studenter kan møte representanter fra næringslivet og lokalsamfunnet. Uformelle møteplasser kan fremme naturlig nettverksbygging og gi studenter en sjanse til å bli kjent med Gudbrandsdølene i en avslappet atmosfære.
- Karrieredager:** Forslaget om å "Skape karrieredag 'oppi' dalen v. Sjøk f.eks." antyder at det er interesse for mer strukturerte arrangementer, spesielt de som fokuserer på karrieremuligheter. Det spesifikke forslaget om å ha en slik dag i Sjøk kan tyde på et ønske om å spre slike arrangementer over hele regionen, ikke bare i de største byene.
- Eksisterende Møteplasser:** Svaret "Har flere møteplasser, men mangler linken og kjennskapen" antyder at det allerede finnes egnede møteplasser i regionen. Men det ser ut til at det er en mangel på bevissthet eller kommunikasjon rundt disse stedene, noe som kan hindre studenter i å dra nytte av dem.

**Sammenheng:** Basert på disse svarene ser det ut til at det er et ønske om både uformelle og formelle møteplasser hvor studenter kan møte Gudbrandsdølene. Det er også en anerkjennelse av at selv om det finnes egnede steder, kan mangelen på bevissthet eller kommunikasjon rundt dem være en barriere. Dette understreker viktigheten av god markedsføring og kommunikasjon for å sikre at studenter er klar over de tilgjengelige ressursene og mulighetene i regionen.

### Spørsmål 6: Har vi møte plasser som egner seg?: 4 svar

- Kollektivt Ansvar:** Det første svaret, "Hvem har ansvaret? Studenter, næringsliv, kommune, fylke? Alle sammen", peker på en tro på at det bør være et kollektivt ansvar å sørge for egnede møteplasser. Videre er det en oppfordring til å "kutt ut silotenkningen", noe som antyder at det bør være tverrfaglig samarbeid og koordinering mellom forskjellige aktører.
- Ulike Institusjoner:** De neste svarene peker på spesifikke institusjoner som "Høgskolen", "Næringsliv", "Kommune" og "Næringsforening". Dette viser at det er forventet at disse institusjonene bør spille en nøkkelrolle i å tilby egnede møteplasser.
- Fasilitatorrolle:** Det siste spørsmålet, "Hvem kan være fasilitator? Skåppå?", antyder at det kan være enkelte organisasjoner eller enheter som kan ta en ledende rolle i å fasilitere møter eller arrangementer.

**Sammenheng:** Basert på disse svarene virker det som om det er en sterk tro på at ansvaret for å tilby egnede møteplasser bør deles mellom flere aktører i regionen. Det er også en forståelse av at det kan være spesifikke organisasjoner eller institusjoner som kan ta en mer aktiv rolle som fasilitatorer.

### Spørsmål 9: Hva kan Gudbrandsdalen gjøre for å skille seg ut?: 18 svar

- Samarbeid og Fellesskap:** Flere av svarene legger vekt på betydningen av samarbeid mellom studenter og næringsliv. For eksempel blir det foreslått å ha felles arealer for å fremme dette samarbeidet. Det er også et forslag om at store bedrifter bør ta initiativ og bringe små bedrifter nærmere studentene. Dette indikerer at en kollektiv innsats fra næringslivet kan være nøkkelen til å tiltrekke seg studenter.
- Kommunikasjon:** God kommunikasjon er fremhevet som et viktig område, spesielt mellom kommuner, bedrifter og studenter. Å finne nye måter å nå ut til studenter og formidle muligheter er avgjørende.
- Natur og Livsstil:** Gudbrandsdalens naturlige skjønnhet og mulighetene den gir for friluftsliv er også fremhevet. Idéen om "hjemmekontor" med muligheter for skiturer før eller etter jobb er et unikt forslag som kan tiltrekke seg unge profesjonelle som verdsetter en balanse mellom arbeid og fritid.
- Stolthet og Kvalitet:** Svarene reflekterer et ønske om å fremheve lokal stolthet og kvalitet, både i næringslivet og kulturelt.
- Nettverk og Møteplasser:** Det er en tydelig interesse for nettverksbygging. Forslag som å skape møteplasser, ha en nettverksliste, og næringsforeninger som bidrar til treff indikerer behovet for tettere samspill mellom studenter og bedrifter.
- Læring fra Andre Steder:** Det er en henvisning til Kongsberg som et eksempel på et sted som har lyktes med å tiltrekke seg studenter. Dette antyder at det kan være verdifullt å se til andre steder for beste praksis og lære av deres suksess.
- Historier og Branding:** Det er et ønske om å høre suksesshistorier, spesielt om studenter som har hatt suksess i regionen. Dette sammen med employer branding kan spille en nøkkelrolle i å formidle regionens verdi til potensielle studenter og unge arbeidstakere.
- Fremtidige Muligheter:** Det er en interesse for å forstå hvilke muligheter som ligger i fremtiden, enten det er spennende prosjekter som "Styrk Se!", generelle utviklingsmuligheter, eller hvorfor enkelte velger å returnere til Gudbrandsdalen etter studier.

**Sammenheng:** Når vi ser på disse svarene i sin helhet, blir det klart at for å tiltrekke seg og beholde studenter og unge profesjonelle, bør Gudbrandsdalen fokusere på å fremme samarbeid, kommunikasjon, nettverksbygging, og utnytte regionens unike natur- og kulturarv. Det er også viktig å lære av andre steder, fremheve lokale suksesser, og sørge for at informasjon om fremtidige muligheter er lett tilgjengelig.

### ChatGPT sitt perspektiv

Basert på analysen av dataene, kan vi trekke følgende konklusjoner og anbefale videre steg under de tre hovedkategoriene - Synlighet, Tilgjengelighet, og Informasjon:

**SYNLIGHET:**

- Fremheve Unike Egenskaper:** Det første skrittet er å identifisere og fremheve de unike egenskapene til Gudbrandsdalen som kan tiltrekke seg studenter.
- Stolthet og Kvalitet:** Det bør være en vekt på å fremheve de høyeste standardene i både utdanning og næringsliv i regionen.
- Gode Historier:** Suksesshistorier, spesielt de som kan inspirere andre studenter, bør deles bredt for å øke regionens tiltrekning.
- Lære fra Andre:** Se til steder som Kongsberg, som har hatt suksess med å tiltrekke seg studenter, for å adoptere deres beste praksis.

**Videre steg:** Implementer en kampanje som fokuserer på regionens styrker, tilbyr autentiske suksesshistorier, og lærer av andre vellykkede regioner.

**TILGJENGELIGHET:**

- Felles Arealer og Møteplasser:** Det er viktig å ha fysiske steder der studenter og næringsliv kan samarbeide og nettverke.
- Nærhet til Naturen:** Utnytt Gudbrandsdalens naturlige skjønnhet og fremhev fordelene ved å bo og arbeide i en slik setting.
- God Kommunikasjon:** Det bør være en forsterket innsats for å forbedre kommunikasjonen mellom studenter, næringsliv, og andre aktører.

**Videre steg:** Etabler flere møteplasser, fremme regionens naturlige skjønnhet, og forbedre kommunikasjonskanaler.

**INFORMASJON:**

- Effektiv Informasjonsdeling:** Det er viktig å sikre at relevant informasjon når de rette personene til rett tid.
- Samarbeid mellom forskjellige aktører:** Næringsforeninger, utdanningsinstitusjoner, og bedrifter bør jobbe sammen for å sikre informasjonsstrøm.
- Fokus på Nettverksbygging:** Det bør være et forsterket fokus på nettverksbygging for å sikre at studenter får den nødvendige støtten.

**Videre steg:** Forbedre informasjonsflyten, oppfordre til tverrfaglig samarbeid, og styrke nettverksbyggingsinitiativer.

Sammenfattende, for å forbedre Gudbrandsdalens appell til studenter, er det viktig å kombinere en sterk synlighet med god tilgjengelighet og effektiv informasjonsdeling. Dette vil kreve et samarbeid mellom ulike aktører i regionen og en bevisst innsats for å fremheve det som gjør Gudbrandsdalen unikt.

Mvh  
ChatGPT

### Er det noen tiltak som du ser, som ikke har blitt nevnt?

Basert på analysen av dataene og min egen kunnskap, er det noen tiltak som kan vurderes for å forbedre Gudbrandsdalens tiltrekning for studenter:

- Digitale Plattform:** Selv om "sosiale medier" er nevnt, kan en mer omfattende digital plattform som kombinerer en dedikert nettside, app, og sosiale mediekkanaler vurderes. Dette kan være et "one-stop-shop" for studenter å finne relevant informasjon, historier, jobbanonsjer, og arrangementer.
- Mentorprogrammer:** Tilby mentorordninger hvor erfarne fagfolk fra næringslivet gir veiledning til studenter. Dette kan styrke båndene mellom studenter og næringsliv.
- Stipend eller Incentivordninger:** Vurder å tilby stipender, praksisplasser, eller andre incentivordninger spesielt rettet mot studenter som ønsker å jobbe eller starte bedrifter i Gudbrandsdalen etter endt utdanning.
- Kulturelle og Sosiale Arrangementer:** Arranger regelmessige sosiale og kulturelle hendelser som fremmer lokal kultur, historie, og tradisjon. Dette kan gi studenter en dypere forståelse og tilknytning til regionen.
- Studenter som Ambassadører:** Engasjer nåværende eller tidligere studenter som har hatt positive erfaringer i Gudbrandsdalen til å være ambassadører. De kan dele sine erfaringer med potensielle studenter eller nyankomne.
- Fjernarbeid og Fleksibilitet:** Gitt den økende trenden med fjernarbeid, kan Gudbrandsdalen posisjonere seg som et ideelt sted for de som ønsker en balanse mellom natur og teknologi. Fremme initiativer som støtter fjernarbeid eller hybride arbeidsmodeller.
- Undersøkelser og Tilbakemelding:** Regelmessig samle tilbakemelding fra studenter om deres behov, interesser, og utfordringer. Dette kan gi verdifull innsikt for fremtidige tiltak.

Ved å kombinere disse tiltakene med de allerede identifiserte fra datasettet, kan Gudbrandsdalen ytterligere styrke sin posisjon som et attraktivt sted for studenter.

Mvh  
ChatGPT