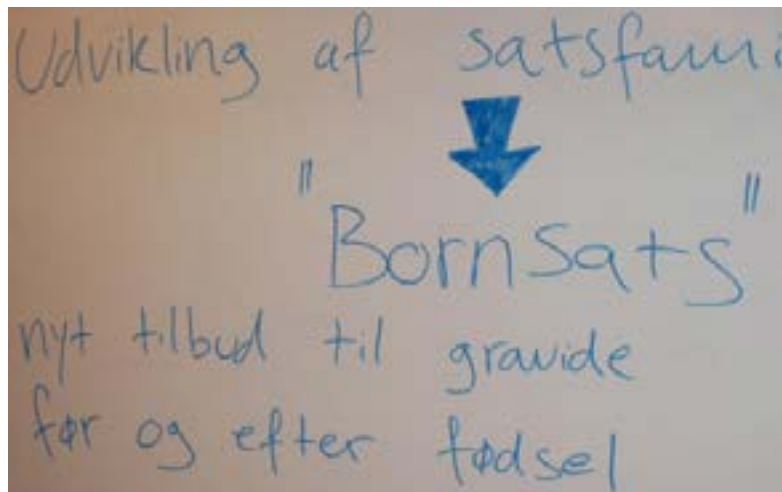


MAJ 2011



DET SOCIALE SATS

- Facebook-strategi og koncept for SATS Vesterbro.

SATS Vesterbro ønsker at benytte sig af de sociale medier i rekruttering af nye medlemmer. SATS Vesterbro er kendetegnet ved den personlige kontakt, den lokale forankring og den hyggelige stemning. De ønsker at være det foretrukne valg af fitness center for den lokale Vesterbro-beboer. SATS Vesterbro ønsker at løsningen skal bygge på SATS-kulturen, involvere eksisterende kommunikationstiltag og forholde sig til lokaliteten på Vesterbro. Udfordringen lyder således: Lav en plan for brugen af sociale medier i SATS Vesterbro i forhold til rekruttering og fastholdelse af medlemmer.

RESULTATET

De studerendes nåede på en dag frem til meget forskellige og spændende løsningsforslag. Alle grupper kæmpede med at løse udfordringen omkring SATS' beliggenhed i et øde torvecenter. Fælles for dem alle var et fokus på koblingen mellem det online og det offline SATS, særligt på baggrund af kriteriet om personlig kontakt. Derudover bød løsningsforslagene på koncepter for gravide og nyfødte (BornSATS) til professionelle udøvere.

OM PROCESSEN

Problemstillingen blev præsenteret og behandlet i en innovationsworkshop. Processen var baseret på en humanistisk innovationsmetode, hvor mennesket og dets behov er afgørende for succesfuld innovativ tænkning. De studerende blev introduceret for teorier og praktiske øvelser inden for brugerdriven innovation, konceptudvikling og pitch.

FAKTA

Kursus: Fagtematisk workshop
 Kursusansvarlig: Ezio Pillon (ENGEROM)
 Deltagere: OB-studerende på Humanistisk
 Entreprenørskab og Tværmedial
 Kommunikation, KUA
 Varighed: 1 dag
 Opdragsgiver: SATS Vesterbro
 Facilitatorer: Marjanne Kurth, & Jesper Lee
 Jyderup, Katalyst