

Seksjon for kommunikasjon og marked



UNIVERSITETET
I OSLO



UNIVERSITETET
I OSLO

Kulturhistorisk museum



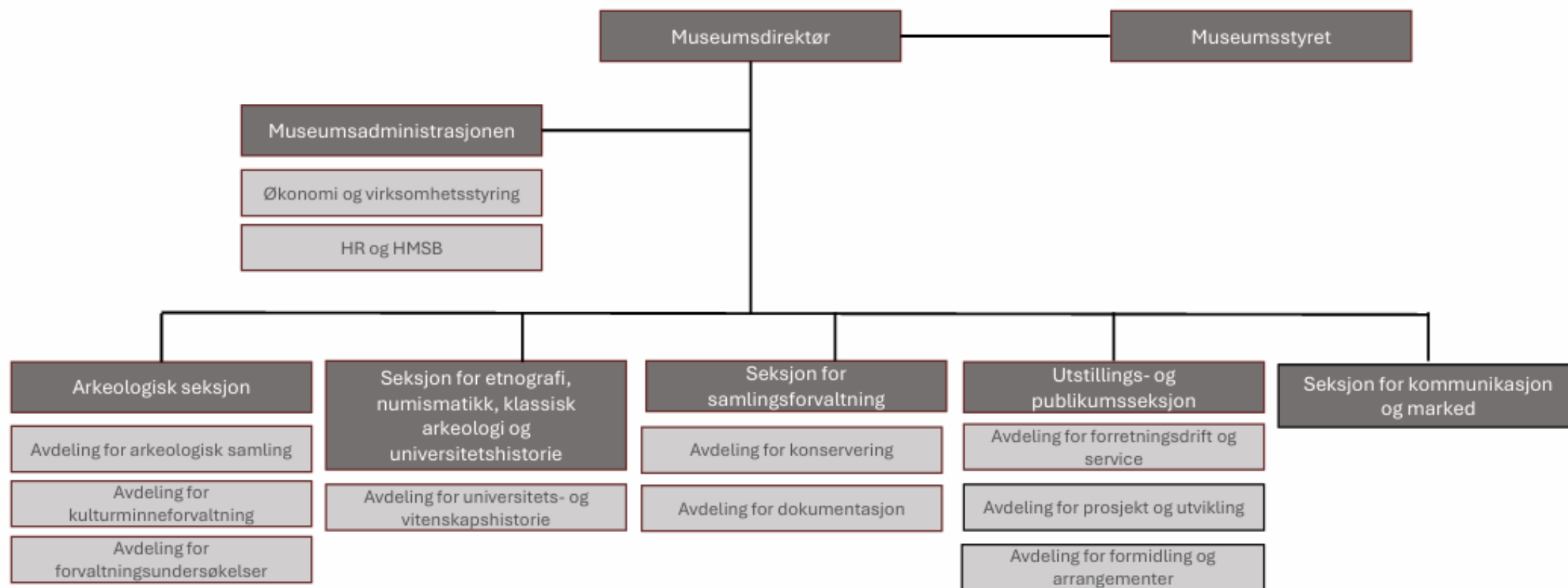
Historisk
museum



Vikingtids-
museet

KHM organisasjonsmodell

Kartet viser styringslinjer og ledere med personalansvar



Seksjonens oppgaver

- Utvikling, innholdsproduksjon og drift av nettsidene til KHM, HM og VTM.
- Drift av museenes sosiale medier. (Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube)
- Pressekontakt - innsalg og koordinering.
- Markedsføring av museenes tilbud og arrangementer.
- Forskningskommunikasjon.
- Internkommunikasjon.
- Førvisninger og pressevisninger Vikingtidsmuseet
- Nedtelling frem mot åpning av Vikingtidsmuseet
- B2B- og sponsorarbeid



Seksjonen i dag



Øivind Gulliksen,
seksjonsjef



Tea Kristiansen,
innholdsproduksjon
og sosiale medier



Karoline Dowson,
markedsansvarlig



**Ida Marie Bjørknes
Gaarder,**
nettredaktør



**Mari Parelius
Wammer,**
VTM kommunikasjon
og utvikling

To nye faste stillinger:

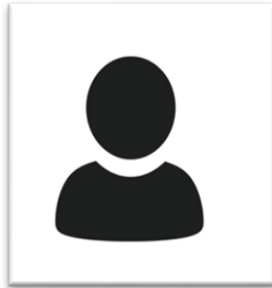
1: B2B- og sponsoransvarlig

Arbeidsoppgaver:

- Styrke Vikingtidsmuseet og Historisk museum som tydelige og attraktive B2B-aktører (business to business) i reiselivsmarkedet.
- Videreutvikle sponsorarbeid innen museets definerte rammer.
- Utvikle og drifte medlemstilbud på VTM og HM.

2: Seniorrådgiver kommunikasjon

Pressekontakt, forskningskommunikasjon og innholdsproduksjon for KHM, Historisk museum og Vikingtidsmuseet.



Øivind Gulliksen,
seksjonsjef



Tea Kristiansen,
innholdsproduksjon
og sosiale medier



Karoline Dowson,
markedsansvarlig



**Ida Marie Bjørknes
Gaarder,**
nettredaktør



**Mari Parelius
Wammer,**
VTM kommunikasjon
og utvikling

Fire prosjektstillinger/vikariat:

Knyttet til åpningen av
Vikingtidsmuseet (2 års
varighet):

1. Nettredaktør Vikingtidsmuseet

2. Innholdsprodusent

3. Pressekontakt

4. Markedskoordinator



Øivind Gulliksen,
seksjonsjef



Tea Kristiansen,
innholdsproduksjon
og sosiale medier



Karoline Dowson,
markedsansvarlig



**Ida Marie Bjørknes
Gaarder,**
nettredaktør



**Mari Parelius
Wammer,**
VTM kommunikasjon
og utvikling



**Seniorrådgiver
kommunikasjon**



**B2B- og
sponsoransvarlig**

Kommunikasjonsmål

Mål #1

Etablere museet som den ledende destinasjonen for vikingtid og en uunnværlig kultur- og turistattraksjon.

Mål #2

Etablere museet som et dynamisk museum for hele Norge

Mål #3

Bygge forventning og entusiasme i forkant av åpningen

Mål #4

Bli en digital destinasjon for kunnskap og inspirasjon om vikingtiden

Mål #5

Være tydelig og enhetlig i museets kommunikasjon

Mål #6

Etablere vikingtidsmuseet som et ledende forskningsmuseum

Seksjonens oppgaver nå og fremover

- Utvikling, innholdsproduksjon og drift av nettsidene til KHM, HM og VTM.
- Drift av museenes sosiale medier. (Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube)
- Pressekontakt - innsalg og koordinering.
- Markedsføring av museenes tilbud og arrangementer.
- Forskningskommunikasjon.
- Internkommunikasjon.
- Førvisninger og pressevisninger Vikingtidsmuseet
- Nedtelling frem mot åpning av Vikingtidsmuseet
- B2B- og sponsorarbeid

