






















Hvordan veilede generasjon Z? Gisle Hellsten

Dagens tema

- Hva kjennetegner generasjon Z
- Hvordan veilede generasjon Z
- Hva man som veileder ta hensyn til?



Characteristics	Maturists (pre-1945)	Baby Boomers (1945-1960)	Generation X (1961-1980)	Generation Y (1981-1995)	Generation Z (Born after 1995)
Formative experiences	Second World War Rationing Fixed-gender roles Rock 'n' Roll Nuclear families Defined gender roles — particularly for women	Cold War Post-War boom "Swinging Sixties" Apollo Moon landings Youth culture Woodstock Family-orientated Rise of the teenager	End of Cold War Fall of Berlin Wall Reagan / Gorbachev Thatcherism Live Aid Introduction of first PC Early mobile technology Latch-key kids; rising levels of divorce	9/11 terrorist attacks PlayStation Social media Invasion of Iraq Reality TV Google Earth Glastonbury	Economic downturn Global warming Global focus Mobile devices Energy crisis Arab Spring Produce own media Cloud computing Wiki-leaks
Percentage in U.K. workforce*	3%	33%	35%	29%	Currently employed in either part-time jobs or new apprenticeships
Aspiration	Home ownership	Job security	Work-life balance	Freedom and flexibility	Security and stability
Attitude toward technology	Largely disengaged	Early information technology (IT) adaptors	Digital Immigrants	Digital Natives	"Technoholics" – entirely dependent on IT; limited grasp of alternatives
Attitude toward career	Jobs are for life	Organisational — careers are defined by employers	Early "portfolio" careers — loyal to profession, not necessarily to employer	Digital entrepreneurs — work "with" organisations not "for"	Career multitaskers — will move seamlessly between organisations and "pop-up" businesses
Signature product	 Automobile	 Television	 Personal Computer	 Tablet/Smart Phone	Google glass, graphene, nano-computing, 3-D printing, driverless cars
Communication media	 Formal letter	 Telephone	 E-mail and text message	 Text or social media	 Hand-held (or integrated into clothing) communication devices
Communication preference	 Face-to-face	 Face-to-face ideally, but telephone or e-mail if required	 Text messaging or e-mail	 Online and mobile (text messaging)	 Facetime
Preference when making financial decisions	 Face-to-face meetings	 Face-to-face ideally, but increasingly will go online	 Online — would prefer face-to-face if time permitting	 Face-to-face	 Solutions will be digitally crowd-sourced

Hva har generasjonene felles?

- De er mennesker av kjøtt og blod
- De er tilpasningsdyktige
- De endrer atferd etter hvert som de blir eldre
- Heller ikke generasjon Z kommer til tvinne arbeidsgiver rundt fingeren
- De synes neste generasjon er kravstor og krever spesiell oppmerksomhet

Millennials (Z)

- Vil jobbe med noe som gir mening
- De vil utgjøre en forskjell
- De vil at ting skal skje raskt
- Har store ambisjoner
- Men de er ikke utpreget fornøyde
 - 4 grunner

Måten de ble oppdratt på (1)

- Fra de er født har de fått høre at de er spesielle og helt unike
- I møte med det virkelige liv – middelmådig?

Mulig resultat:

- Generasjon med lavere selvbilde en foregående



Forhold til teknologi (2)

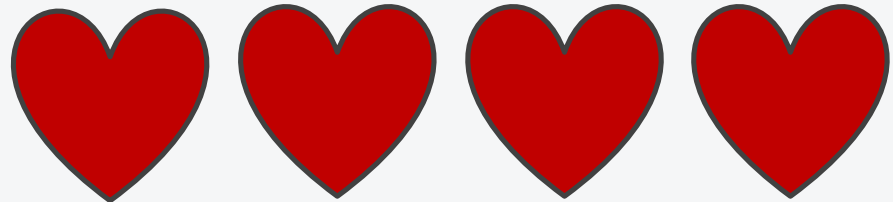
- Svært flinke til å vise hvor lykkelige de er
 - Facebook, Snap og Instagram mm
 - Gir inntrykk av alt er på stell
- Søker bekreftelse
 - Likes, smilefjes, deling mm
 - Avhengighetsskapende
- Mer usikre på hvordan man skaper dype vennskap med andre mennesker



Forhold til teknologi (2)

- Hva med Alpha (født etter 2010)
 - Vil ikke legge igjen digitale spor
 - Følger andre uten å dele innhold selv
 - Ser uten å like – spesielt i åpne fora
 - De vet at man ikke skal legge ut nakenbilder
- Er det egentlig generasjon X som er mest opptatt av likes, gode historier om seg selv og vellykkethet?

• Skjønneste, fineste du



Utålmodige (3)

- Vet knapt hva vente er
 - Neste episode kommer om en uke? Netflix
 - Ny bok – Amazon leverer
 - Respons på sosiale medier – sekunder
- Men
 - Lite vant med at ting tar tid
 - Tålmodighet - hva er det?



Møte med arbeidslivet (4)

- Generasjon/institusjonskrasj
 - Ting tar tid
 - Man blir ikke alltid sett
 - Effekter av eget arbeid ser man ikke alltid med en gang
 - Man skuffer seg selv, føler at man ikke leverer

Forventninger

- Viktigste av alt:
 - Foregående foiler er generaliserende – ikke alle er en typisk Minnelli
 - Er annerledes, men ikke nødvendigvis vanskeligere enn tidligere generasjoner
- Alt er mer åpent og tilgjengelig enn før
 - Muligheter
 - Forventninger
 - Prestasjonsjag



Påstand: Vi stresser Z?

1685 søknader til 38 internships

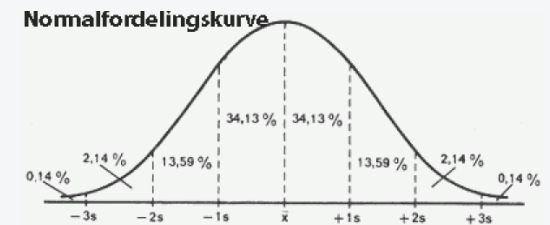
Guri Husom Vonen (24) er én av dem som har sikret seg sommerjobb hos «de fire store» revisjonsselskapene i år. **Disse egenskapene kjennetegner dem som**

- Sterke akademiske resultater
- Engasjert ved siden av studier
- Sterke analytiske ferdigheter
- Interesse for teknologi
- Sterk interesse for digitalisering
- Gode samarbeidsegenskaper



Benchmark

- DN talent
 - Skriver nesten utelukkende om den ene prosenten som når toppen med en gang
- Karakteren A.
 - Gauskurven og karakteren c
- Generasjon perfekt
 - Illusjon eller fiksjon?



Hva kjennetegner Z

- Generasjon prestasjon
 - De har høye forventninger til seg selv på mange plan
- De liker foreldrene sine
- De røyker og drikker mindre
- Flere har psykiske symptomer
 - Ensomhet
 - Følelse av å være mislykket

Om X og Y

- X har formet Z
- Generasjon X har fortalt Z at de kan oppnå hva de vil
- Generasjon X har gjort det mulig for Z å vokse opp i et samfunn i overflod.
- X oppfordrer Z til å følge sine drømmer og lidenskaper, fremfor noe «fornuftig».

X, Z og virkeligheten

Endelig mandag

Sorry, men du er neppe særlig unik og nei, du kan ikke bli «hva du vil»

Hvis du er heldig kommer jobblykken til deg mens du svette deg gjennom mer eller mindre meningsløse oppgaver.

Eva Grinde – DN 13/01 2020

Hvordan veilede Z

- Forsøk å vær så objektiv som mulig
 - Det er lett å bli forutinntatt. «Generasjon Z er sånn og slik»
 - Vi har fått utlevert to ører og en munn
 - Lytt – som vi alltid gjør
 - Still åpne spørsmål – som vi alltid gjør
 - Ta dem på alvor – som vi alltid gjør
 - Betingelsesløs positiv oppmerksomhet – Tord Reine

Digital veiledning av Z

- Hva er digitalisering av veiledning?
 - Chat, Skype, telefon mm er kanaler, ikke nødvendigvis digitalisering
 - Flipped classroom – digitale verktøy som følges opp med samtale
 - Problems vs puzzles
 - Store spørsmål i dialog
 - Mindre spørsmål - gjerne chatbot.
- MAO – ganske likt som det andre vi gjør

En menneskesky generasjon?

- Generasjon Z vil ha informasjon og svar
 - Kanongode på å innhente informasjon digitalt
 - Information overload
 - Kjenner ikke alle kilder – kan bli litt snevert
 - «Jeg har hørt at»
 - Alle svar ligger ikke på nett
 - Konsekvensanalyse – «hva hvis jeg»
 - Puzzles får man svar på - hva med problems
 - Oppsøker gjerne veileder eller ansatt for en samtale!!

Z kommer i alle varianter

- Noen liker å oppsøke veiledere – andre ikke
- Noen leser mye, andre mindre
- Noen vet hva de vil, andre ikke
- Ikke akkurat ukjent materie for oss som veilder 😊

1968 vs 2020

- Norge er på et helt annet sted
- Vi lever i et overflodssamfunn
- Jobb handler kanskje ikke om å «sette brød på bordet»
- Oppgavene i jobbene - er det bare en fest?
- Kan man forvente at man finner mening i alt man gjør hele tiden?

Er X fordomsfulle

Q Which statements below describe your relationship to reading?

	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X	BABY BOOMERS	SILENT GEN*
I am always on the lookout for good books to read	50.8%	59.9%	60.0%	63.4%	67.4%
I like to talk about books	49.4%	45.2%	38.1%	27.8%	23.1%
I keep a list of book for future reading	44.6%	39.5%	36.0%	32.8%	33.3%
I am an avid reader	36.3%	47.9%	50.7%	55.7%	58.0%
I read a lot for work or school, but rarely read for pleasure	28.1%	7.9%	6.5%	1.7%	0.5%
I don't have time to read for pleasure	25.2%	14.3%	6.3%	5.1%	4.4%

*SILENT GENERATION

SOURCE: *LJ* GENERATIONAL READING SURVEY 2019

Nøkkelord: Innsikt

- Ikke tro på alt dere leser om neste generasjon – avsender kan ha en agenda!
- Født sånn eller blitt sånn?
- Forbered dem på hva som venter i «the real life» på en god måte

Hvordan møter vi Z

- På et ganske kjedelig kontor.
 - Litt eldre veiledere
- Fortrolig samtale
 - Litt som hos legen
- Veldig tydelige på etikk
 - Vi er på din side, ingen tvil om det
- Det er så mange valg
 - Og det er vanskelig

Må vi være så tradisjonelle

- Hverdagsliggjøre karriereveiledning



Copa del Karrieresenteret UiO

Select phase

Overall

Rank	Team & Manager
1 ▲	Nederlaget Helge Skivenes
2 ▼	Serie A Haakon Sandvold
3 ●	Clara Clara Bergene
4 ▲	Little Scars Thomas Litlekare
5 ▼	Alt eller ingenting Ulrich Østigård Ness
6 ▼	Halvliitærns venner Kristian Kleppe



– Spille Fantasy med studentene

Viktigst av alt!

- Bare å glede seg til fremtidige møter – det er en flott gjeng vi er så heldige å få møte

