



NYT OM REKRUTTERINGSKAMPAGNE FOR DET BLÅ DANMARK

Rekrutteringskampagne for Det Blå Danmark

december 2008

Markant større kendskab til Det Blå Danmark

Den massive kampagne i efteråret har ført til, at mange flere nu ved, hvad Det Blå Danmark er og hvilke positive værdier, vi står for. Vi har netop fået resultaterne fra vores Brand Relation Study, der viser, at kendskabet er mere end fordoblet i forhold til sidste år. Og målingen er oven i købet foretaget før vores kampagne rullede hen over landets biografer i november.

Undersøgelsen viser, at vi fra 2006 til 2007 øgede kendskabet fra 4,2 % til 5,3 %, mens vi fra 2007 til 2008 øgede kendskabet til 12 %. Vi ligger stadig lavt i forhold til eksempelvis landbrug og politi, men dette skal ses i lyset af, at det er et forholdsvis nyt begreb, vi spørger om. Og i forhold til netop landbrug og politi, så vil langt flere af dem, der kender os, overveje en af vores uddannelser. Målingen viser også, at de unge ved meget mere om Det Blå Danmark end deres forældre. Det er et bevis på, at vores kampagnestrategi med at gå direkte efter de unge, har virket. Og kommunikationsstrategien lader også til at virke. Vi scorer nemlig højt på værdier som "moderne", "internationalt", "forandringsparat" og "karrieremuligheder."

Nye film klar før jul

I skrivende stund er sidste hånd ved at blive lagt på vores "såkaldte" testimonials. Det er små film med en levende repræsentant fra hvert segment. De fortæller om deres hverdag på jobbet og den uddannelse, de har taget. De små interviews bliver, hvis alt går efter planen, lagt på vores hjemmeside inden jul. Samtidig vil worldcareers.dk blive opdateret, så den i endnu højere grad bliver rettet mod de unges behov for information, frem for vores behov for at informere.

SKIB

SHIPPING

MARITIM
INDUSTRI

OFFSHORE

MARITIM
SERVICE

WORLD CAREERS™





Find vej via Det Blå Danmarks KarriereKompas

Som noget nyt vil vi også i den kommende tid introducere en lille seriøs test, der skal matche unge uddannelsessøgende med folk, der allerede er i branchen. Vi har valgt at kalde matchmakingen for KarriereKompasset. Og for at etablere os seriøst på Facebook – hvor halvdelen af Danmark efterhånden har en profil – har vi valgt ved samme lejlighed at tage humoristisk distance til os selv ved at opfinde en lille parodi af samme test. Parodien har vi valgt at kalde KompisKompas, og den vil være at finde på Facebook fra medio januar.

Julehilsen tegnet af Jens Hage

Berlingske Tidendes mange gange præmierede satiretegner, Jens Hage, har tegnet de julekort, som vi har sendt med her. Det er en lille julegave fra os herinde på Kampagnekontoret til jer, vores interessenter. Hvis I gerne vil have flere, kan de rekvireres i Amaliegade, så længe lager haves. Langt de fleste af dem vil blive placeret som Go-Cards rundt omkring på landets caféer, hvor vi naturligvis regner med, at de bliver revet væk og sendt rundt af caféernes unge stamkunder. Med dette vil Helle Jensen og Paula Larrain gerne takke alle læsere af dette nyhedsbrev for et godt, berigende samarbejde med ønsket om det samme i 2009. God jul og godt nytår!

For yderligere oplysninger:
Kampagneleder Paula Larrain, tlf.: 33 48 92 45, e-mail: pl@shipowners.dk

WORLD CAREERS™

