



## NYT OM REKRUTTERINGSKAMPAGNE FOR DET BLÅ DANMARK

Rekrutteringskampagne for Det Blå Danmark

februar 2009

### Mange besøgende på uddannelsesmesse

Også i år har vi deltaget aktivt med en stor stand på Uddannelse Uden Grænser. Denne gang var vi med ved fire messer, nemlig i København, Aalborg, Herning og Odense. Meldingerne fra vores udsendte deltagere har været positive, og vi overvejer derfor at gentage succesen til næste år. Bemandingsmæssigt har vi også kørt fint takket være et bredt udsnit af aktive unge mennesker fra vores erhverv samt Arne Fischer fra Søfartens Fremme, uden hvis praktiske talent vi ville have været ilde stedt.

### Fisker efter akademikere på Karrieredagene

Næste omgang messer bliver Karrieredagene, som løber af stablen sidst på måneden. Denne messe henvender sig til en lidt ældre målgruppe, der allerede er i gang med en uddannelse. Vi er med for primært at reklamere for skibingeniøruddannelsen samt shippinguddannelsen.

### Ny stor online-kampagne

Også i år vil vi satse stort på at nå de unge gennem deres foretrukne medie, Internettet. Allerede i midten af februar vil man derfor kunne se vores nye bannerannoncer på diverse hjemmesider, der er velbesøgt af vores primære målgruppe. Det drejer sig om blandt andet eb.dk, msn.dk, tv2.dk og tdconline.dk. Vores Facebook-strategi vil udelukkende køre som applikation, idet bannerreklamerne på dette site ikke præsterer nær så godt, som man skulle tro, nu hvor 1,7 millioner danskere har en profil.

SKIB

SHIPPING

MARITIM  
INDUSTRI

OFFSHORE

MARITIM  
SERVICE

WORLD CAREERS™





### **Nye brochurer på trapperne**

De nye brochurer for de fem segmenter under Det Blå Danmark bliver mere handy, end dem vi hidtil har delt ud. Formatet er mindre, simplere og hvert enkelt segment vil blive repræsenteret af en medarbejder frem for et skib eller et kontor. Undersøgelser viser, at den sikreste måde at nå unge mennesker på er via identifikation. De skal kunne se sig selv i rollen, og derfor vil vi i al vores materiale fremover satse på at tale gennem rigtige medarbejdere i branchen.

### **Miljøvenligt vand med det blå logo**

Som nogle af de første i Danmark har vi i vores merchandise valgt at satse mere miljøvenligt, når det gælder vandflasker. Vi har erstattet vores plastikflasker med nye vandkartoner fra Tetrapak, som er noget mere miljøvenlige at producere samt skille sig af med. Vandet skal først og fremmest deles ud på vores messer og events, men det er også muligt at smage det nye vand, når man er til møde i Amaliegade.

### **Planlægning af events gået i gang**

Som skrevet i sidste måned, vil vi i år satse mere på direct marketing og helt konkret kapitalisere den lange liste af unge mennesker, som vi fik registreret i vores system ved sidste års massive mediekampagne. Den endelige form for de kommende blå events er endnu ikke fastlagt, men der bliver sandsynligvis tale om to forskellige. Et rettet mod teknisk interesserede unge og et rettet mod dem med mere merkantile interesser. På den måde sikrer vi en målrettet, mere konkret indsats over for begge typer.

---

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

WORLD CAREERS™

