

Case Study

LOGIN - FINDE DEIN TALENT

Eine mehrsprachige, modulare, regionale, echtzeit-optimierte, cross-channel, multijob Talentkampagne. Die «Finde dein Talent»-Kampagne geht ein komplexes Kommunikationsproblem mit der gekonnten Kombination aus Kreativität und Technologie an und überzeugt mit einer effizienten Umsetzung.

Über 20 Medialkanäle wurden mit über 370 Creatives bespielt und laufend optimiert. Das modulare Kreativkonzept erlaubt es, kostengünstig für alle relevanten Medialkanäle, Werbeformate, Jobprofile und Zielgruppen die genau passenden Werbemittel zu erstellen - und dies mit einer einheitlichen aber doch individualisierbaren Botschaft. Die Aktivierung führt zu einem Anstieg an Bewerbungen und login kann die Lehrstellen seiner Partnerunternehmen mit den bestmöglichen Talenten besetzen und sich im stark umkämpften Lehrstellenmarkt behaupten.

AUSGANGSLAGE

login ist Bildungspartner der SBB, BLS, RhB sowie 50 weiteren Unternehmen und organisiert Berufslehren, Weiterbildungen und Praktika in der Welt des öffentlichen Verkehrs. Jährlich erhält login von ihren Partnern den Auftrag, Lehrstellen in den drei verschiedenen Berufsbereichen Kunden & Büro, Technik & Information sowie Bau & Logistik zu besetzen – in allen Regionen der Schweiz und in 25 verschiedenen Lehrberufen.

login steht in starkem Wettbewerb um die besten Talente der Schweiz. 2019 verschärft sich die Situation besonders, denn die Lernendenjahrgänge 2003 bis 2006 der Generation Z sind durch tiefe Geburtenraten charakterisiert, der schweizweite Pool an Talenten ist 10% kleiner als in den Vorjahren. Die Anzahl der zu besetzenden Lehrstellen aber bleibt gleich hoch beziehungsweise wird höher.

ZIELE

- ★ Bekanntheit und Image von login bei den Zielgruppen stärken
- ★ Besetzen von jährlich über 850 Lehrstellen für die Welt des Verkehrs in verschiedensten Bereichen und allen Schweizer Regionen.

Um die Kampagne möglichst effizient auszusteuern, werden folgende KPIs definiert:

Awareness:

- ★ Sichtbarkeit: Viewability gemessen am Benchmark und Steigerung der Video-Views im Kampagnenverlauf
- ★ Reichweite: Anzahl Impressions, Kosteneffizienz für Impressions & Klicks

Performance:

- ★ Traffic: Anzahl Website Sessions steigern
- ★ Conversion: "Jetzt bewerben"-Klicks



MASSNAHMEN

Für Jugendliche ist die Wahl von Beruf und Lehrstelle eine weichenstellende Entscheidung fürs Leben: Das Erkennen und Verwirklichen eigener Talente steht dabei im Vordergrund. Deswegen stellen wir bisherige Konzepte auf den Kopf: Statt über konkrete ÖV-Lehrstellen zu sprechen, fragen wir die Zielgruppe: «Was ist dein Talent und was machst du damit?»

Der Ansatz: Eine mehrsprachige, modulare, regionale, echtzeit-optimierte, cross-channel, multijob Talentkampagne.

Das modulare Kampagnenkonzept erlaubt es login mit maximaler Flexibilität auf allen relevanten Plattformen, in allen Sprachen und echtzeit-optimiert seine Message effizient und effektiv bei der Zielgruppe zu platzieren.

DAS PROJEKT IM DETAIL

Zielgruppe

Primäre Zielgruppe "Talente": : 13- bis 16-jährige Schüler/innen, die sich mit dem Thema Berufswahl beschäftigen

Sekundäre Zielgruppe "Beeinflusser": 35 bis 60 Jahre, Eltern, Lehr- und Vertrauenspersonen der Jugendlichen

Die Definition der sekundären Zielgruppe basiert auf einer Elternbefragung von login, gemäss derer sich lehrstellensuchende Jugendliche stark von Eltern und weiteren Vertrauenspersonen beeinflussen lassen. Gleichzeitig berücksichtigen wir den Umstand, dass login laut eigenen Umfragen innerhalb der primären und sekundären Zielgruppe nicht besonders bekannt ist.

Die Zielgruppe verstehen

- ★ **Wie denken sie?** Die heutigen Jugendlichen suchen keine Schubladen und Sicherheiten, sondern wollen sich verwirklichen, ernst genommen und respektiert werden. Grosse, traditionsreiche Unternehmen haben dabei entscheidende Vorteile: Sie bieten eine unerreichte Vielfalt an Jobs, professionelle Betreuung der Lernenden und Zukunftschancen nach der Lehre..
- ★ **Was ist für sie relevant?** Die Zielgruppe befasst sich überwiegend mit Inhalten, die ihre Freizeitinteressen widerspiegeln: Intensive Nutzung von Social Media und fragmentierter Medienkonsum.



- ★ **Was ist ihre User Journey?** Die Lehrstellensuche ist ein wichtiger Schritt im Leben der Jugendlichen. Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass sie diese mit einer grossen Ernsthaftigkeit angehen. Oft recherchieren sie eigenständig unterschiedliche Optionen oder tauschen sich mit Kolleginnen und Kollegen aus. Diese Entscheidungsfindung dauert mehrheitlich mehrere Wochen bis Monate. Ein Umstand, den es in der Kampagnenplanung zu berücksichtigen gilt..

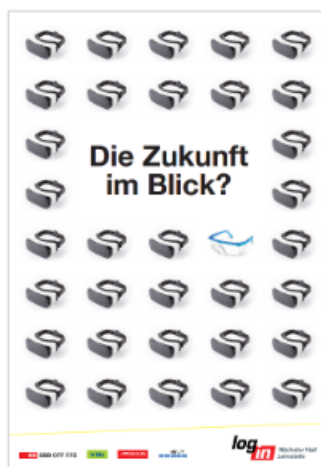
Strategiekonzept

Das strategische Konzept ist modular aufgebaut, um eine maximale Flexibilität in Bezug auf die Messages für login zu ermöglichen. Das modulare Konzept «Finde dein Talent» ermöglicht es, mit einer Kernaussage das Angebot von login zu positionieren und spezifisch während der Kampagnenflights auf besondere Schwerpunkte in einzelnen Regionen, auf Partnerfirmen und Job-Profile einzugehen.

Kreativkonzept

Im Zentrum des Kreativkonzepts stehen die persönlichen Talente und Interessen der Lehrstellensuchenden, welche humorvoll und originell mit dem Lehrstellenangebot von login verknüpft werden.

Das Kreativkonzept ermöglicht es, individuelle Werbemittel für jede Lehrstelle mit hohem Wiedererkennungswert zu entwickeln, welche die Marke login und ihr Lehrstellenangebot sehr detailliert kommuniziert. Die besonderen Stärken des Konzepts sind dessen Anpassungsfähigkeit, Wandelbarkeit und Flexibilität..



Mediastrategie

Die Mediastrategie folgt als Ableitung aus dem modularen Strategiekonzept in Kombination mit den generierten Zielgruppen-Insights sowie den Erfahrungswerten unserer Digital-Channel-Spezialisten.

Wir treffen eine initiale Kanalauswahl und geben diesen eine Gewichtung durch die Verteilung der Mediabudgets, welche im Verlauf der Kampagnenflights anhand der festgelegten Performance-Indikatoren optimiert werden. Die Grundvoraussetzung für dieses maximal flexible Vorgehen ist das dynamische Kreativkonzept, welches an jede sich ändernde Anforderung schnell und effizient angepasst werden kann.

Basierend auf dem Medienverhalten der Zielgruppe setzen wir auf «Digital first» und damit einhergehend dem «Test & Learn»-Ansatz. Die daraus abgeleitete Kanalwahl beinhaltet neben den etablierten Kanälen auch zusätzliche Plattformen wie TikTok und Twitch, für die es bisher wenige Erfahrungswerte gibt.

ERGEBNISSE

- ★ 75% durchschnittliche Sichtbarkeit von Display-Kampagnen (Viewability, IAB Standard). Der aktuelle Benchmark Schweiz liegt bei 58%.
- ★ 26 Millionen Impressionen im Kampagnenzeitraum
- ★ Möglichkeit, bei Bedarf die Sujets und Ansprache der User sofort anzupassen
- ★ +57% Website Sessions im Jahresvergleich und mit gleich bleibendem Mediabudget
- ★ Bis zu 25% mehr Bewerbungseingänge (je nach Monatsmessung) trotz sinkendem Pool an potenziellen Lernenden von 10%



«Insbesondere unsere Zielgruppe, die Generation Z, probiert jeden Trend aus. Hier müssen wir mithalten können und das Konzept von Webrepublic hat uns überzeugt.»

**SABRINA VON KÄNEL, Leiterin Marketing und Unternehmenskommunikation,
login Berufsbildung**

«Die vertiefte Auseinandersetzung mit der Zielgruppe, der konsequente «Test and Learn»Ansatz auf sämtlichen Kanälen sowie das modulare Kreativkonzept haben es uns ermöglicht, relevante Bewerbungen bei login signifikant zu steigern.»

PHILIP POËLL, Head of Digital Marketing Strategy, Webrepublic

