



NYT OM REKRUTTERINGSKAMPAGNE FOR DET BLÅ DANMARK

Rekrutteringskampagne for 'Det Blå Danmark'

Rekrutteringskampagnen for 'Det Blå Danmark' fortsætter med et højt aktivitetsniveau i det nye år.

Biografkampagne

I vinterferien (uge 7+8) kørte Det Blå Danmark en biografkampagne målrettet rekruttering til skibsofficerer i alle landets bioografer. Der var i alt 691.180 biografbesøgende i kampagneperioden fra den 9. - 22. februar d.å. (ref. Dansk Reklame Film). Det Blå Danmarks biografkampagnesatsning har således opnået høj eksponering på kort tid. Der planlægges yderligere biografkampagner i løbet af 2007.

Scandlines kampagne

I samarbejde med Scandlines er rekrutteringskampagnen for Det Blå Danmark nu skudt i gang om bord på Scandlines passagerskibene på ruterne Rødby-Puttgarden, Helsingør-Helsingborg, Spodsbjerg-Tårs samt Gedser-Rostock. Scandlines har velvilligt stillet dele af deres passagerområder til rådighed for en kampagne, der skal synliggøre job- og uddannelsesmulighederne indenfor dæk, maskine og catering, herunder også generelt markedsføre Det Blå Danmark og 'Worldcareers' konceptet. Scandlines er et af verdens mest højfrekvente rederier. Fordelt på næsten 140.000 afgang transporteres hvert år ca. 20 mio. passagerer.

Fælles brug af rekrutteringskampagne logo

Der er nu taget en principbeslutning om at sikre øget samspil og koordinering mellem de involverede kampagneaktører i rekrutteringskampagnen. Bl.a. ved at der udnyttes fælles branding synergi, hvorunder de enkelte aktører bruger det fælles kampanelogo for 'Det Blå Danmark / Worldcareers' i egen annoncering / kampagner. Dette forventes positivt at bidrage til markant øget kendskab blandt rekrutteringsmålgrupperne af samhørigheden og bredden i erhvervet.

SKIB

SHIPPING

MARITIM
INDUSTRI

OFFSHORE

MARITIM
SERVICE

WORLD CAREERS™





Radiokampagne

Det Blå Danmark rekrutteringskampagnen går nu i offensiven med en radiokampagne på Syd- og Vestsjælland i ugerne op til og i Påskeferien. Der er planlagt 30 sekunders reklamespots, der markedsfører Det Blå Danmarks mangfoldige job-, uddannelses- og karrieremuligheder i Danmarks mest ekspansive og globale erhverv. Målgruppen er de unge og deres forældre.

Partnerskab Niels Brocks Handelsgymnasium

Danmarks Rederiforening har med virkning fra 1. marts 2007 indgået en 2-årig partnerskabsaftale med Niels Brocks Handelsgymnasium. Som led i rekrutteringskampagnen til shippingtrainee i Det Blå Danmark, har vi lanceret en kampagne på Niels Brock Handelsgymnasium. Formålet er at synliggøre det maritime erhverv og dets alsidige karrieremuligheder for handelsskolestuderende. Herved opnår vi at blive genkendt i de studerendes bevidsthed, og vi er overbevist om at mange studerende derved vil få øget deres kendskab til Det Blå Danmark som et attraktivt erhverv med globale og unikke karrieremuligheder. Der vil blive afholdt to årlige virksomhedspræsentationer, hvor relevante shippingaktører fra Det Blå Danmark inviteres. I partnerskabsaftalen indgår også udarbejdelse af cases om det maritime erhverv til brug i undervisningen på Niels Brocks Handelsgymnasium.

Færøerne – særkampagne

I fortsættelse af sidste års indledende kampagnebesøg på Færøerne, planlægges der yderligere opfølgning med udvalgte DBDK aktører med en fælles 'Det Blå Danmark' uddannelseskaravane ultimo marts d.å., hvor erhvervet eksklusivt tager til Færøerne og får de unge i tale. Hensigten er et 3-4 dages 'roadshow' koncept, hvor vi kommer rundt på alle folkeskoler, ungdomsuddannelser, handelsskoler, erhvervsskoler m.fl. på Færøerne. Strategien er at benytte kampagnens uddannelsesstand kombineret med relevant foredragsvirksomhed. Ønsket er at synliggøre hvilke job- og uddannelsesmuligheder Det Blå Danmark har at byde på for de færøske unge, både på land og til sø, herunder også skabe kontakt til studievejlederne. Den færøske presse har allerede behørigt dækket særkampagnen og skabt god opmærksomhed om besøget.

WORLD CAREERS™

