



DIFFERENTIERET MEDIINDSATS ØGEDE KENDSKABSGRADEN

I efteråret 2007 fik Adecco i Aalborg lavet en tre måneders kampagne for at skaffe flere virksomheder og kandidater til deres vikar- og rekrutteringsvirksomhed. Adecco i Aalborg ønskede at nå flere kunder og kandidater på samme tid og derfor blev medieindsatsen fokuseret på BTB kampagner i NordjyskeErhverv og radiospots på Hit FM og Guld FM.

”Ved at differentiere vores medieindsats håbede vi at kunne nå ud til begge målgrupper. Vores primære hensigt med avisannoncerne var at nå ud til virksomheder og kunder, mens de to forskellige radiospots mest var rettet mod kandidaterne”, udtaler Annette R. Hansen, afdelingsleder ved Adecco i Aalborg.

”Adecco i Aalborg arbejder professionelt med formidling af kandidater til såvel vikariater og rekruttering på alle niveauer. Adecco har via kampagnen slået vores image fast som samarbejdspartner hos såvel kunden som kandidaten. Vi er interesseret i at lave det bedste match mellem virksomheder og kandidater”, siger hun. ”Vi kan virkelig mærke, hvordan kendskabet til os er blevet øget. Budskabet om, at vi også rekrutterer på strategisk niveau i virksomhederne er nået ud og i særdeleshed kandidaterne har forstået, at vi er en god samarbejdspartner for dem også på dette niveau. Gennem mediekampagnen har vi virkelig slået vores navn fast som en professionel samarbejdspartner på alle niveauer både for kandidater og virksomheder, og vores kendskabsgrad er blevet mærkbart øget”, slutter Annette R. Hansen.