



Für ABB Asea Brown Boveri rund 1'000 potenzielle Lernende über Social Media und Influencer Marketing rekrutiert



E-Mail-Marketing



Event-Marketing



ABB Quiz



Social Media-Marketing

ABB (Asea Brown Boveri) ist ein Energie- und Automatisierungstechnikkonzern und weltweit führend im Bereich der digitalen Industrien. ABB ist in den Geschäftsbereichen Robotik, Elektrifizierung, Industrieautomation, Antriebstechnik und Fertigungsautomation tätig. Der Betrieb bietet Schulabgängerinnen und -abgängern ein vielseitiges Lehrstellenangebot. Weil die Nachwuchskräfte allerdings fehlen, hat zeit eine kreative Lehrlings-Kampagne entwickelt und durchgeführt, um jungen Talente anzusprechen.

Ausgangslage

Um ihr vielseitiges Lehrlingsangebot bei den Jugendlichen bekannter zu machen, suchte ABB nach einem ganzheitlichen und wirkungsvollen Kommunikationskonzept. Dieses erarbeitete ABB zusammen mit zeit in Form einer kreativen und zielgruppengerechten Lehrlingskampagne.

Ziele

- ABB als Ausbildungsbetrieb auf dem Schweizer Lehrlingsmarkt stärker positionieren.
- Jugendliche für eine Lehrstelle bei der ABB begeistern, indem sie im Prozess der Entscheidungsfindung frühzeitig abgeholt werden.

Umsetzung

Um einen möglichst grossen Erfolg zu erzielen, hat zeit eine Kombination aus Online- und Offlinemassnahmen ausgearbeitet. Im Zentrum standen dabei zwei Events, die «Berufsschau Wettingen» und der Tag der offenen Tür des ABB-Ausbildungspartners libs in Baden. Der Kampagnenzeitraum umfasste 12 Wochen, direkt angesprochen wurden die Zielgruppen, die bei der Lehrstellensuche direkt involviert sind: die Jugendlichen, deren Eltern und deren Schulen (Lehrpersonen etc.).



1. Online-Massnahmen vor dem Event der «Berufsschau Wettingen»

Die Kampagne war darauf ausgelegt, verschiedene Touchpoints zu schaffen und die Jugendlichen im Laufe der Journey immer näher ans Unternehmen heranzuführen: Die Reise begann mit **Social-Media-Ads**, womit die Zielgruppe auf die Berufsmesse und den ABB-Stand aufmerksam gemacht wurde. Die Jugendlichen wurden dabei mit **Instagram Story Ads** abgeholt, während Eltern und Lehrer auf der von ihnen häufiger genutzten Plattform **Facebook gezielt beworben wurden**.

2. Online- und Offline-Massnahmen für den Event

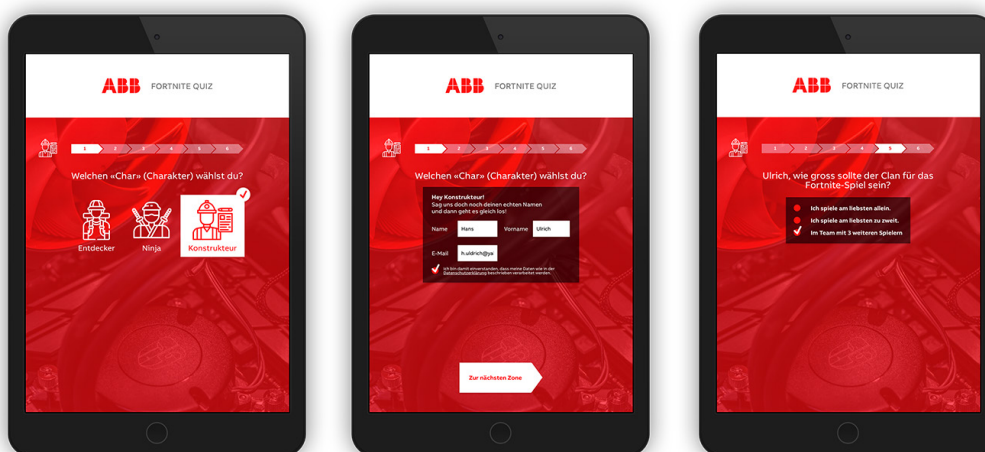
Auch für die Events selber hat zeit ein Konzept erstellt, sodass die Zielgruppe davon erfährt und motiviert ist, daran teilzunehmen. Dazu haben wir ein **Quiz entwickelt**, das auf dem Online-Game «Fortnite» basierte und ABB als attraktiven Ausbildungsbetrieb bekanntmachen soll.

Mit dem Fortnite-Quiz begegnete ABB den Jugendlichen im realen Leben auf Augenhöhe und bot ihnen die Möglichkeit, sich auf spielerische Art und Weise mit dem Unternehmen und den angebotenen Lehrstellen auseinanderzusetzen.

Verbunden waren damit ausserdem attraktive Preise, die es zu gewinnen gab. Wer am Quiz und damit am Gewinnspiel teilnehmen wollte, musste seine E-Mail-Adresse hinterlassen (Lead-Generierung). Im Anschluss an die Messe konnten die Jugendlichen so über ein **E-Mailing** zum «Tag der offenen Tür» (Event 2) ins Unternehmen eingeladen werden.

Erster Event: Berufsschau in Wettingen Anfang September 2019

Hier konnten interessierte Messebesucherinnen und -besucher das erwähnte Quiz spielen. Dazu waren mit einem iPad ausgerüstete Promotorinnen und Promotoren unterwegs, die direkt auf die Jugendliche zugen und sie motivierten, das Quiz direkt auf dem Tablet zu spielen. Gleichzeitig promoteten sie damit den Tag der offenen Tür in Baden.



Zweiter Event: Tag der offenen Tür in Baden

Im Anschluss an die Berufsschau erhielten die Quiz-Teilnehmenden ein E-Mailing, womit sie an den bevorstehenden Tag der offenen Tür erinnert wurden. Damit verbunden waren zwei besondere Motivatoren: Ein Meet & Greet mit dem bekannten **Influencer** und Gamer Fixx und ein Spezialpreis, den es vor Ort zu gewinnen gab. Auch dieses Treffen hat zeit organisiert und koordiniert.



Besonderes

Im Rahmen dieser Kampagne wurden für die Zielgruppe online und offline Touchpoints geschaffen, die sie über einen längeren Zeitraum hinweg begleiten. Mit dem Fortnite-Quiz wurde zudem ein Thema ausgewählt, das bei den Jugendlichen hoch im Kurs ist und sich entsprechend hoher Aufmerksamkeit erfreut. Das Quiz bietet hohen Unterhaltungswert, gibt aber auch umfassend Auskunft über den Ausbildungsbetrieb und kann potenzielle Lernende dadurch animieren, sich auf eine freie Stelle zu bewerben. Durch die **gesammelten E-Mail-Adressen** hat das Unternehmen einen direkten und vor allem sehr persönlichen Kommunikationsdraht. Das Beispiel zeigt, dass insbesondere im Bereich Lehrstellen der Weg zu passenden Lernenden über unkonventionelle Wege führt: Es geht darum, als Unternehmen die Jugendlichen und deren Lebenswelt zu verstehen, um entsprechend an sie heranzukommen. Und nicht umgekehrt. Dies gelingt dann, wenn man in der ihnen verständlichen Sprache und mit den für sie interessanten Themen kommuniziert.

Resultate

Die Resultate auf einen Blick:

- 770'000 Impressions auf Facebook, YouTube und Instagram
- ca. 1'000 teilnehmende Jugendliche an 5 Messetagen der Berufsschau
- 60 teilnehmende Jugendliche am Meet & Greet mit dem Influencer Fixx

Wenn Sie ebenfalls Lehlingsmarketing betreiben und auf der Suche nach kreativen Möglichkeiten sind, um Ihre Zielgruppe anzusprechen, zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren.

Kunden-Feedback

«Der Transfer der Interessenten zum Tag der offenen Tür war für uns eine Herausforderung – aber es hat geklappt.»

Project Manager Lehlingskampagne 2019

Ihre Kontaktperson



Andrea Iltgen

Managing Partner

+41 44 240 15 07

andrea.iltgen@xeit.ch

www.xeit.ch

Unsere Dienstleistungen



Gerne unterstützen wir Sie mit unseren Erfahrungen bei der Entwicklung und Optimierung Ihrer User Experience. Wenn Sie Fragen haben, dann rufen Sie uns unverbindlich an **044 240 15 00** oder schreiben Sie uns auf info@xeit.ch.

Online-Marketing-Angebot

- Suchmaschinen-Werbung (SEA)
- SEA-Kampagnen Audit / Check
- Online Werbung & Mediaplanung
- Viral-Marketing
- Werbung bei Streamingdiensten
- Marketing-Automation
- E-Mail- & Newsletter-Marketing

Social-Media-Marketing-Angebot

- Social-Media-Beratung
- Social Media Check / Audit
- Social-Media-Strategie-Workshop
- Social Media Krisentraining & Simulation
- Content Marketing & Production
- Online Videos & Viral Video Seeding
- Community Management 24/7
- Corporate Blog Marketing
- Online-PR
- Inbound Marketing
- Social Network-Marketing
- Facebook Marketing
- Influencer Marketing

Workshop Influencer Marketing Websites & Apps-Angebot

- Websites
- WordPress Websites
- Online-Shops
- Landingpages
- Microsites
- Web Analyse mit Google Analytics
- Usability Testing
- Conversion Tracking
- Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- Link-Building
- Online-Reputation-Management
- Apps
- Chatbots und Social Bots
- Online-Games

Beratung & Second Opinion

- Strategie-Workshops
- Positionierungs-Workshop
- Innovations-Workshop
- Kreativ-Workshops
- Workshop Kreativ-Technik
- Content Ideen für Social Media
- Ideen für Online-Werbekampagnen
- Content-Werkstatt
- Online Recruiting
- Online Stellen-Inserate

Kontakt

Herausgeber

xeit GmbH
Limmatstrasse 291
8005 Zürich
E-Mail: info@xeit.ch
Tel.: +41 44 240 15 00

www.xeit.ch
blog.xeit.ch
www.facebook.com/xeitgmbh
www.instagram.com/xeitgmbh

Nachdruck

Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck, auch nur auszugsweise,
nur mit Genehmigung
der xeit GmbH.

WWW.XEIT.CH