

33.089 så filmen, da Miralix søgte it-lærlinge

Job-opslag i levende billeder mere end fordoblede ansørgertallet

Næsten 100.000 så annoncen med firmanavn og logo, og en tredjedel af dem valgte at se hele filmen, da Miralix besluttede at benytte joblinsen.dk's levende jobannonce, som blev præsenteret i to uger på Facebooks nyhedsfeed. Det resulterede i 83 ekstra ansøgere til de to job som it-lærlinge.

"Ren win-win. Heavy branding for nu at blive i det engelske. Antallet af ansøgninger nåede langt ud over, hvad vi normalt får", konstaterer Preben Kirkeby, ejer af og adm. direktør for Miralix.

It-virksomheden med hovedkvarter i Hedensted sælger kommunikationsløsninger til firmaer og søgte to it-lærlinge ad de vanlige veje: Egen Facebook-side, LinkedIn, Jobnet, Jobcentret og Jobindex, som er Danmarks største job-portal. Der var kommet 47 ansøgninger, da Preben Kirkeby blev opmærksom på muligheden for levende jobannoncer på film via joblinsen.dk.

"Det må vi da prøve, tænkte jeg, og vi fik lavet en film, som blev sendt ud på Joblinsens annonceringskanaler på Facebook kort før ansøgningsfristens udløb", fortæller Preben Kirkeby.

33.089 så den levende jobannonce, som efter visningen er Miralix' ejendom og således kan bruges næste gang, firmaet søger it-lærlinge – eller måske i helt andre sammenhænge, for filmen er også en miniprofil af virksomheden.

"Den film var mange flere penge værd, end vi investerede i den", vurderer Miralix-direktøren, som understreger, at branding-værdien ikke må undervurderes:

"Ingen andre steder, jeg kender til, vil vi kunne få vores navn og logo ud til så mange mennesker", mener Preben Kirkeby.

Fordelene ved joblinsen.dk og annonceringen på Facebook og andre sociale medier er dels, at joblinsen.dk altid laver en totalløsning fra optagelsesstart til slutannoncering, dels at det er muligt at selektere, hvor annoncen bringes og hvilke søgeord, der matcher jobbet. Det kan være i Østjylland, på Fyn eller i hele Danmark – og det kan være i udlandet, hvis man mener, det er der, den kvalificerede arbejdskraft findes. For på en film er det let at sætte undertekster med oversættelse af budskabet fra Danmark, forklarer Bo Bonde Wulff, indehaver af joblinsen.dk.

"Vi har ikke prøvet det på udenlandsk endnu, men jeg er sikker på, at det kommer", siger Bo Bonde Wulff, der efter godt et år med joblinsen.dk har en række private og enkelte offentlige virksomheder i kundekartoteket.