

MAAK JIJ STRAKS NAAM.NL

CAMPAGNE

Client: Reed Business

## Opdracht

Multimediabedrijf Reed Business, onderdeel van Reed Elsevier, wil in 2007 ca. 350 vacatures vervullen. Het gaat met name om salesfuncties op HBO- en WO-niveau. Leeftijd 20–35 jaar. Wij worden in juli benaderd omdat er nog veel vacatures openstaan.

## Probleem

De (arbeids)markt kent Reed Business niet of nauwelijks. Daartentegen kent men wel de merken die concern voert (tijdschriften, sites). Verder heerst er grote krapte op de Nederlandse arbeidsmarkt. Dus hoe vinden we in no-time geschikte kandidaten?

## Showcase

Eén ding staat vast: salesmensen vinden scoren belangrijk. Ze zijn uit op persoonlijk succes. De tagline van Reed Business luidt: Supporting your Success. Dat bracht ons op het idee om een instituut in het leven te roepen dat aan naamonderzoek doet. Oprichter is de Oostenrijker Ferdinand von Rigtenstein die in 1937 naar Nederland is geëmigreerd. Sinds kort is men in staat – dankzij een samenwerking met een Amerikaans IT-bedrijf – om online te onderzoeken wat de invloed van iemands naam is op het succes dat je krijgt in het leven. Via serieuze radiocommercials en advertorials roept het Wetenschappelijk Onomastisch Instituut Rigtenstein de bevolking op om deel te nemen aan een online onderzoek dat binnen een paar minuten de succesfactor van je naam bepaalt. De reacties zijn overweldigend. De radiocampagne wordt voortijdig stopgezet, want inmiddels werkt de viral op volle toeren. De actie krijgt ook volop free publicity. TV, radio en vooral ook weblogs maken van de actie een hype. Binnen enkele weken staat de site van het Instituut Rigtenstein op de tweede plaats van de Internet Top 100. Meer dan een miljoen mensen zien de site. Samen goed voor meer dan 3,5 miljoen pageviews. De viral wordt 140.000 keer doorgestuurd en Reed Business ontvangt meer dan 1.000 cv's. Ruim een vijfde daarvan is interessant tot zeer interessant voor het mediabedrijf. Niet alleen voor de invulling van de vacante salesfuncties overigens: de actie levert ook open sollicitaties van kandidaten op die geïnteresseerd zijn in andere functies – redactie, marketing. De campagne zorgt ervoor dat Reed Business alle vacante salesfuncties op kan vullen, en een interessant cv-bestand kan opbouwen voor toekomstige vacatures. Hoewel in de actie de naam Reed Business nauwelijks aan bod komt, blijkt het concern plotseling een aantrekkelijke werkgever te zijn.