

Digital imagekampagne for øget rekruttering til social- og sundhedsuddannelserne

Baggrund

Samfundet står over for en kæmpe opgave med at sikre flere social- og sundhedshjælpere og -assistenter i de kommende år. Derfor har KL, Danske Regioner, FOA og Danske SOSU-skoler udviklet en digital rekrutteringskampagne. Kampagnen kører fra nu og frem til marts 2020 og er finansieret af puljemidler fra Børne- og Undervisningsministeriet som en del af finansloven fra 2018. Kampagnen er udarbejdet af mediebyureauet CompanYoung, der er specialiseret i kampagner rettet mod unge uddannelsessøgende.

Formål og budskab

Kernen i kampagnen og dens budskaber, indhold og design er at synliggøre den faglighed, som kræves for at udføre jobbet som social- og sundhedshjælper og -assistent og hvor meget den faglighed betyder – både for den fagprofessionelle og borgere og patienter. En uddannelse og karriere inden for social- og sundhedssektoren skal italesættes som et tilvalg på alle parametre. Derfor er titlen på kampagnen "Social+Sundhed" med *pay off*et "Faglighed gør en forskel".

Ambassadører i front

Kampagnen benytter sig af en række forskellige ambassadører, både elever og uddannede. De fortæller om og viser hver især med stolthed deres faglighed, hvordan de hver dag gør en forskel og hvad der driver dem i uddannelsen og faget. Kampagnen sætter også spot på mulighederne for job og karriere i branchen.

Målgrupper

Strategien er at eksponere de rette modtagere for de rette budskaber på de rigtige kanaler. Kampagnens elementer er således målrettet potentielle elever med parametrene: mænd og kvinder, 14-30 år, uddannelsesbaggrund: 8.-10. klasse, i gang med eller har afsluttet ungdomsuddannelse. En anden målgruppe er forældre med børn i alderen 14-22 år (influenter). Valget af målgrupper tager afsæt i en række målgruppeprofiler, som er udviklet på baggrund af mediebyureauets imageanalyse og fokusgruppe med den relevante målgruppe.

Eksponering

Kampagnen findes her: socialsundhed.dk (med blandt andet *live chat* og *sign up* til nyhedsbrev), [Facebook-siden Social+Sundhed](#), [Instagram-profilen SocialxSundhed](#) og Youtube (to sidstnævnte er under opbygning). Dertil annonceres målrettet via *dark post* på Instagram, Snapchat og Facebook samt på Google, studentum.dk og elevplads.dk. Målet er 5.000.000 visninger i målgruppen, 500.000 filmafspilninger, 45.000 klik på annoncerne, 30.000 besøg på kampagnesitet og 1.000 dialoger via *live chat* på kampagnesitet.