



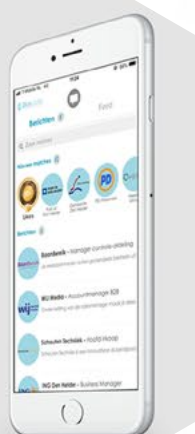
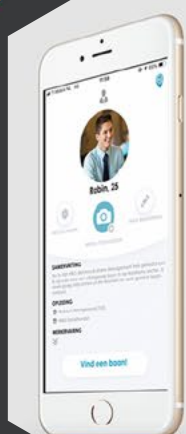
BlueJobs app.

De applicatie voor jongeren die op zoek zijn naar een nieuwe uitdaging.

De BlueJobs app.

Het concept BlueJobs is ontwikkeld om de strategie van Blue Growth te realiseren: meer jongvolwassenen naar de kop van Noord-Holland halen vanwege de vele kansen op het gebied van toerisme en werkgelegenheid. BlueJobs is een applicatie die de werkgelegenheid in Den Helder een boost zal geven.

In de applicatie kunnen zowel werkgevers als werkzoekenden zich aanmelden. Kandidaten kunnen 'swipen' om op zoek te gaan naar de perfecte werkgever! Als de wensen en behoeften van de werkgever en werknemer met elkaar overeenkomen ontstaat er een 'match'. Vervolgens kan er worden gechat. Tijdens het 'swipen' wordt er meer bedrijfsinformatie weergegeven in de applicatie. De applicatie zal te downloaden zijn in zowel de 'Google Play Store' als de 'App Store'.



Jij en Port of Den Helder
zijn een match!

1 minuut geleden



Promotie van de app?

Om van de applicatie een groot succes te maken is er een bijpassende campagne ontwikkeld. Door de inzet van de campagne zullen jongvolwassenen worden gewezen op het ruime en uitgebreide aanbod van banen in de maritieme sector in de kop van Noord-Holland.

Deze boodschap zal de wereld in worden gebracht door middel van flyers, abri's en posters in zowel het online als offline landschap. De insteek van de campagne is om écht contact met de potentiële gebruiker te maken middels een figuurlijke en persoonlijke boodschap.



Ik ging jou voor!

De pay off 'ik ging jou voor!' staat centraal in de campagne. Zo appelleert 'Ik ging jou voor!' op enige competitiviteit en het verlangen naar een nieuwe uitdaging of baan. Hiermee wordt de boodschap duidelijk; de gebruiker wordt door de app snel geholpen bij het vinden van een nieuwe baan. Tegerlijkertijd wordt ook de nadruk gelegd op de effectiviteit van de applicatie. Het aanbod is dusdanig groot dat hier nieuwe kansen liggen. Na het zien van de campagne-uitingen zal de vraag worden opgewekt: "Hoezo ging hij mij voor? Met wat?".

Beeldmateriaal

Voor de campagne is gekozen voor beeldmateriaal dat past in het thema 'recruitment' en beeld dat duidelijk interactie zoekt met doelgroep. Zo is er gekozen voor een persoon met een bepaalde functie in een passende werkomgeving bij een interessant bedrijf. In de selectiekeuze voor de foto's is er vooral gekeken naar de mate waarop de persoon geluk, voldoening en warmte uitstraalt, zodat de doelgroep zich hiermee kan identificeren.

Typografie

De typografie die wordt gebruikt is 'Acumin Variable'. Dit lettertype is opvallend maar toch neutraal. Acumin Variable is een lettertype dat modern en jeugdig wordt bevonden. Naast dat deze typografie goed past bij de campagne, sluit deze ook aan op de huisstijl van Blue Growth.



Kleurgebruik

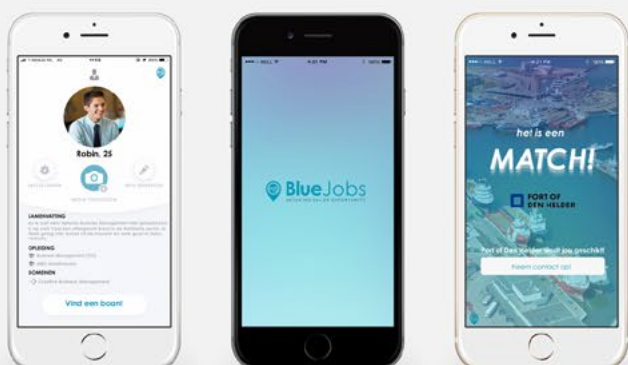
Voor de campagne is gekozen voor een felle en helderdere variant van de primaire kleur blauw (Hemelsblauw #75BBFD). In de mode-industrie wordt bijvoorbeeld gekozen voor deze kleur omdat het minder conservatief overkomt. De associaties die men hierbij legt zijn tolerant, toegankelijk, vriendelijk, kalme en rust. Ook kan door de kleur de link met de organisatie BlueGrowth en de maritieme sector snel worden gelegd. Het is een kleur die ook staat voor professionaliteit en betrouwbaarheid. De kleur blauw is daarom complementair voor de vacature applicatie 'Blue Jobs'

Tone of voice

De campagne richt zich voornamelijk op net afgestudeerden en young professionals. Daarom wordt er voor hen gebruik gemaakt van duidelijke, herkenbare taal. Zo spreekt 'Ik ging jou voor!' heel erg tot de persoon. Hier gaat de vraagstelling 'Snel en makkelijk een nieuwe baan?' aan vooraf. Met de tekst 'Wordt mijn collega!' wordt er verbinding gezocht met het publiek. Uiteindelijk wordt er afgesloten met een korte en duidelijke call-to-action.



BlueJobs brengt mensen naar de Kop van Noord-Holland!



Sam Fortuin
Britt Kleinepier
Stefanie Liu
Niels Middelburg