



The Overtime Supper

Bakgrunn

Posten Bring har et stort behov for gode tekniske hoder. Problemet er at de mange innen IT/tech ikke ser på Posten Bring som en aktuell arbeidsplass. De fleste jobber for store konsultantselskaper eller anerkjente tech-miljøer og tenker ikke på Posten som et selskap for dem.

Dette er både en image-utfordring og en utfordring for å få riktige kandidater inn i HR-løpet.

Strategi og mål

Hovedmålsettingen er å tiltrekke seg flere gode IT-kandidater til helt spesifikke stillinger, gjennom å skille seg positivt ut og bygge en sterkere posisjon gjennom tydeliggjøring av hva Posten og Bring faktisk tilbyr. Når vi skal snakke til en målgruppe som er veldig ettertraktet i markedet og vanskelig å nå frem til, må vi finne en måte å få oppmerksomhet og få dem til å se Posten Bring på en ny måte.

Mange i målgruppen jobber i konsultantselskaper med gode lønninger, men bransjen er også preget av dårlig «work-life balance» og utbrenthet.

Posten Bring tilbyr noe annet enn konsultantselskapene. Det er høy teknologisk takhøyde med produkter som brukes av alle, samtidig som dere er et selskap som ser og tar vare på sine ansatte. Og i disse tider er det langt fra hva man kan si om alle.



1. Sliten utvikler jobber overtid

2. Løsningen for den slitne utvikleren



3. Foodtruck som leverer løsningen til den slitne utvikleren

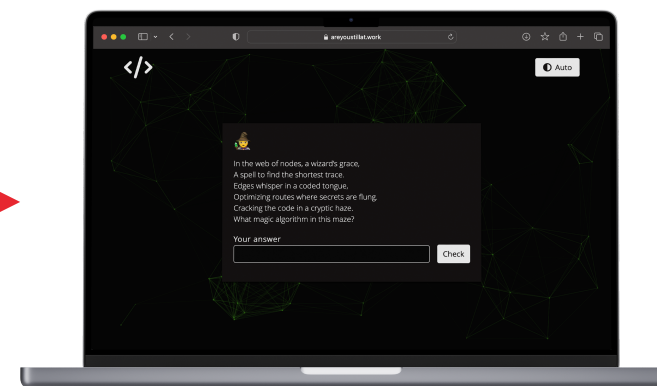


4. Trojansk fortune cookie

In data's journey,
I ensure the way's clear,
Reliable connections,
that's why I'm here.
Three letters represent
the protocol of trust,
What am I in networking,
both robust and just?

areyoustillat.work/<dittsvar>

5. En av tre riddles



6. Easter-egg-nettside



7. Stillingsannonse

Innsikt

IT-bransjen er full av rekrutteringskampanjer. Ofte fristes det med "kule" silicon-valley aktige miljøer, som i realiteten betyr gråsoner mellom fritid og arbeid, og mye overtidsoverarbeid. Posten Bring er langt unna Silicon Valley. Men, de er ekstremt opptatt av logistikk, også den mellom jobb og fritid. For å treffe målgruppen sirklet vi oss inn på det tidspunktet hvor de fleste kan kjenne på en ubalanse med for mye jobb og for lite fritid.

Et tidspunkt mange kan være i tvil om de egentlig har valgt riktig yrke og arbeidsplass: når de jobber overtid. Ofte er de også ganske sultne da.

Kreativ løsning

En undercover foodtruck som serverer hemmelige gåter innbakt i overtidsmaten.

I høstmørket etter arbeidstid, plasserte vi den trojanske hesten rett utenfor utgangen til kontorene vi ønsket å rekruttere fra. Og for å virkelig nå gjennom, måtte vi snakke deres språk: koder. Vi utviklet derfor små riddles: umulig å forstå for vanlige folk, men umulig å ignorere for gode utviklere.

Riddlesene ble bakt inn i overtidsmatens dessert: En fortune cookie. Klarte man å løse en riddle, kom man til en kampanjeside, hvor flere riddles ventet. Hvis man klarte alle, ble endelig avsender og stillingsannonse avslørt.

En trojansk hest med innbakte rømningsveier for slitne, men flinke utviklere som drømmer om mer work life balance.

Resultater

80%

av alle som fikk en fortune cookie til overtidsdessert gikk inn på kampanjesiden.

2 122%

Økning i antall søkere på tilsvarende stillinger sammenlignet med første halvår 2023.

440

søkere på de ledige stillingene i løpet av kampanjeperioden. Posten Bring har aldri opplevd lignende søkertall.

Flere av de utlyste posisjonene har blitt fylt av erfarne utviklere de ikke har klart å nå ved tidligere rekrutteringsforsøk.