



## ARE YOU A SMART NGNEER?

EMPLOYER BRANDING VIA EEN ONLINE GAME

UNILIN – bij het grote publiek vooral bekend van het merk Quick-Step – is het hele jaar door op zoek naar getalenteerde ingenieurs. UNILIN was op zoek naar een nieuwe, creatieve aanpak om jong talent aan te trekken. Young Prozzz ontwikkelde voor hen de Smart NGneer game en voerde campagne naar enkele duizenden jonge ingenieurs.

### UITDAGING

UNILIN maakt deel uit van de internationale beursgenoteerde groep Mohawk en stelt wereldwijd 5000 personen te werk. Naast laminaatvloeren produceert UNILIN ook samengesteld parket, LIVYN, gemelamineerde platen, MDF, HDF, spaanplaten, daksystemen en isolatieplaten.

UNILIN is steeds op zoek naar ingenieurs. Hiervoor investeren zij reeds in klassieke rekruteringskanalen zoals jobposting, advertenties en campusbeurzen. Toch blijft het een uitdaging om voldoende jonge ingenieurs aan te trekken. Hoewel iedereen Quick-Step kent, zowel van de laminaatvloeren als van de wielerploeg, is het merk UNILIN niet top-of-mind bij het brede publiek.

UNILIN sprak Young Prozzz aan voor de ontwikkeling van een employer branding campagne naar jonge ingenieurs om zo de herkenbaarheid en aantrekkelijkheid als werkgever te verhogen.

### BOODSCHAP

UNILIN is een innovatief bedrijf dat veel kansen biedt aan jonge starters. Aangezien ondernemerschap een belangrijke bedrijfswaarde is, krijgen jongeren meteen heel wat verantwoordelijkheden en ruimte voor initiatief. Zij kunnen zichzelf snel ontwikkelen en hun carrière zelf sturen. In de campagne wilden wij die inhoudelijke boodschap in de focus zetten.

### MEDIUM

Als medium werd voor een online game gekozen. Een game heeft een grote aantrekkelijkheid en een laagdrempelige instap wat nodig is om een veel benaderde doelgroep van ingenieurs voldoende te motiveren. Bovendien liet het ons toe om de inhoudelijke boodschap er duidelijk in te verwerken.



In de online challenge namen de deelnemers de rol op van een startende Production Engineer binnen een fictief houtbedrijf. Vier weken lang kregen zij op de virtuele werkvloer verschillende reële uitdagingen voorgeschoteld. Voor de uitwerking van de vragen werd een werkgroep samengesteld, waaronder enkele jonge ingenieurs van UNILIN. Hierdoor sloot de inhoud heel nauw aan bij de werkelijke productieomgeving van UNILIN.

Naast punten scoren, konden de deelnemers doorheen het spel vier badges verzamelen, die elk symbool stonden voor een kernwaarde van een Smart NGneer: entrepreneurship, excellence, passion en respect.

Op die manier werd ook de inhoudelijke boodschap van UNILIN meegegeven.

### COMMUNICATIE

Young Prozzz promootte de Smart NGneer game bij duizenden jonge ingenieurs en afstuderende studenten. Het Young Prozzz-platform en -netwerk werd ingezet om de campagne te lanceren en meer dan 3000 ingenieurs ontvingen een gepersonaliseerde uitnodiging. Daarnaast werd er campagne gevoerd bij scholen, op campusbeurzen en via studentenverenigingen, die met een aparte ranking met elkaar in competitie gingen.



Entrepreneurship



Excellence



Passion

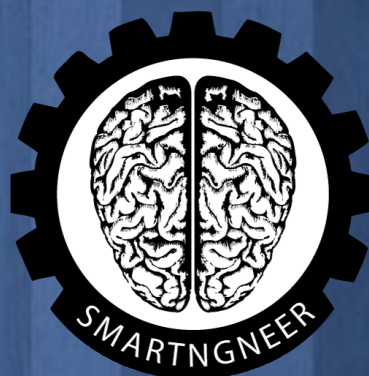


Respect



*"Personen die zich door deze campagne aangesproken voelden en bovendien nog eens goed scoorden, dat zijn de profielen waarnaar we op zoek zijn."*

*Els Anseeuw, Talent Specialist UNILIN*



## SPEEL SLIM EN WORD SMART NGNEER

Young Prozzz en UNILIN gaan op zoek naar de ingenieur van de New Generation, de Smart NGneer. Bezit jij het nodige potentieel om het te maken op de ingenieursmarkt van morgen?

Doe de test, ontdek jouw kwaliteiten en win mooie prijzen!

[WWW.SMARTNGNEER.COM](http://WWW.SMARTNGNEER.COM)



Slotevent met prijsuitreiking

## RESULTATEN

De laagdrempelige instap van een online game zorgde voor brede interesse waardoor bijna 400 jonge ingenieurs deelnamen. De deelnemers vonden het bovendien interessant dat ze direct feedback kregen op hun prestaties. Personen die zich door deze campagne aangesproken voelden en bovendien nog eens goed scoorden, vormen meteen de rekruteringsdoelgroep voor UNILIN.

De campagne eindigde met een slotevent op het hoofdkantoor van UNILIN in Wielsbeke. Naast de bekendmaking van de resultaten en winnaars, konden de 50 aanwezige jonge ingenieurs meteen de sfeer opsnuiven tijdens een rondleiding in de high-tech productieomgeving.



Paul De Cock, president Unilin Flooring, feliciteert de winnaar van 2014



*"UNILIN is steeds op zoek naar ingenieurs. We zetten hiervoor reeds de klassieke rekruteringskanalen in, maar waren op zoek naar een creatieve aanpak. Young Prozzz stond in voor de volledige uitbouw en opvolging van de game en de communicatie naar de doelgroep. Het resultaat zat van bij het begin goed. Young Prozzz had duidelijk perfect begrepen waar UNILIN naar op zoek was. Gedurende het hele traject, van de lancering van de game tot en met het slotevent, konden we rekenen op de professionele begeleiding, het advies en de "full service" van Young Prozzz."*

*Kathy Callens, Internal Communication Specialist UNILIN*





## VRAAG UW CAMPAGNE AAN

De nieuwe generatie kan u het meest overtuigend aanspreken met een creatieve en aantrekkelijke campagne. Young Prozzz werkt volledige employer branding en rekruteringscampagnes uit gericht naar de jonge professionals van vandaag en morgen. Elke campagne wordt volledig op maat ontwikkeld. Zo bent u zeker van een goede fit met uw organisatie en met uw doelstellingen.

### ONZE AANPAK

- Wij bepalen samen met u de boodschap op basis van de (rekruterings)doelstellingen en met focus op de belangrijkste kwaliteiten van uw organisatie als werkgever. Hierbij ook rekening houdend met de typische waarden en attituden van de nieuwe generatie.
- De boodschap verpakken we in een origineel en aantrekkelijk medium (bv. een wedstrijd, een game, een 1-minute questionnaire, een event...) afhankelijk van doelstelling, doelpubliek, timing, budget en boodschap. Een origineel en creatief medium versterkt de boodschap én vergroot het bereik door een viraal effect van de campagne. Met een duidelijke call-to-action worden de deelnemers direct naar uw vacatures geleid.
- Het Young Prozzz-platform, -netwerk en onze activiteiten worden ingezet om uw campagne te lanceren en onder de aandacht te brengen: website, gepersonaliseerde e-mailings, sociale media, Young Prozzz events, jobbeurzen, campusrelaties...

### UW MEERWAARDE

- Verhoogde attractiviteit door uw boodschap af te stemmen op de typische waarden en attituden van de huidige generatie.
- Verhoogde creativiteit door uw boodschap te verpakken in een origineel medium.
- Verhoogde doeltreffendheid door een onmiddellijke call-to-action
- Groot bereik door het Young Prozzz netwerk in te zetten voor de lancering van de campagne en door te mikken op een viraal effect.

### ANDERE PARTNERFORMULES



Campus Recruitment



Community Partnership



Event Partnership



Job Promo

### CONTACT

THOMAS TIELEMANS  
Founder Young Prozzz

09 225 73 65  
0494 887 465  
thomas@youngprozzzz.com



@thomastielemans



be.linkedin.com/in/thomastielemans

