

- Vi behöver någon som kan utveckla Melodifestivalen!

Vi letar efter en kommunikationsledare som kan få ut vårt budskap i framtiden. Någon som vill utnyttja kraften i oprövade idéer. Någon som vet att kommunikation är bäst när den är oväntad.

För att försäkra dig om att vi menar allvar ber vi dig lägga det laddade varumärket Svenska kyrkan åt sidan ett ögonblick och istället berätta för oss hur du, med hjälp av kommunikation, skulle göra för att utveckla den svenska, älskade och hatade Melodifestivalen.

Arbetsprov

För att bli mer angelägen, ännu synligare och nå fram till en bredare publik behöver Melodifestivalen svar på följande frågor:

1. Vilka styrkor och svagheter ser du hos varumärket idag?
2. Hur kan varumärkets grundvärden utvecklas för att nå nya målgrupper?
3. Vilket blir den nya kommunikationens övergripande budskap?
4. Vilka konkreta insatser och aktiviteter föreslår du?
5. Hur använder du Instagram under det första året?
6. Var placerar dina åtgärder Melodifestivalen om två respektive sex år?

Skriv, rita och förklara. Motivera dina svar och var tydlig. Använd max 2 A4-sidor och har riktigt kul när du svarar.

Skicka dina svar till alexandra.furst@source-executive.se

Lycka till!

Ps. På source-executive.se/nyauppdrag hittar du mer information om tjänsten och vad vi vill att du har för erfarenheter.