

Pressmeddelande, 21 juni 2017

# SEMCON SÖKER 500 TALANGER VIA SUCCÉFILM.

- MÅLET: ATT MINSKA TEKNIKFrustrationEN

År 2020 väntas 30 miljarder saker vara uppkopplade. Samtidigt visar en ny undersökning att teknik frustrerar oss mest – mer än telefonköer och försenade tåg. Nu söker Semcon 500 nya medarbetare för att minska teknikpaniken och utveckla smarta produkter med fokus på användarens behov. Till hjälp finns nya succévideon "[The Internet of S\\*\\*t Song](#)".

En ny internationell undersökning [Inizio/Semcon] visar att teknik är det som frustrerar mest i vardagen. Samtidigt omger vi oss allt mer av avancerade produkter. Majoriteten svarar att de känner sig teknikfrustrerade. På sociala medier håller man med. Engagemanget och igenkänningen är stor till nylanserade musikvideon "The Internet of Sh\*\*t Song". I denna humoristiska IoT-dystopi trasslar den naiva marionetten Alex in sig i både uppkopplade katter och brevlådor.

- Vi är glada för den stora uppmärksamhet som filmen väcker. Det stärker oss i att jobba ännu hårdare för att ta fram smart teknik som har användaren i fokus. Men vi behöver också fler medarbetare som vill vara med och utveckla produkter som skapar nytta istället för frustration, säger Per Nilsson, kommunikations- och marknadschef på Semcon.

[Semcon söker nu 500](#) produktutvecklare globalt, inom allt från design till teknisk utveckling och produktinformation. Däribland 50 personer till sin Smart-avdelning i Stockholm med särskilt fokus på att utveckla uppkopplade produkter baserade på mänskliga behov och beteenden.

## Om succéfilmen "[The Internet of S\\*\\*t Song](#)"

Filmen utspelar sig i en nära framtid där marionettdockan Alex trasslar in sig i både prylar och personer på sin väg genom staden – sjungandes på "The Internet of S\*\*t Song". Filmen har redan visats 1,5 miljoner gånger och genererat ett stort engagemang. Filmen ligger också överst på listan för populära reklamfilmer hos engelska [Creativity](#).

Semcon är ett internationellt teknikföretag som utvecklar produkter baserat på mänskliga behov och beteenden. Genom att alltid utgå från slutanvändaren stärks kundernas konkurrenskraft, eftersom den som vet mest om användarens behov skapar bäst produkter och tydligast nytta för människor. Semcon samarbetar främst med företag inom branscherna fordon, industri, energi och life science. Med över 2000 specialiserade medarbetare finns förmåga att ta hand om hela produktutvecklingscykeln. Från strategi och teknikutveckling till design och produktinformation. Semcon grundades 1980 i Sverige och har kontor på fler än 30 platser i åtta olika länder. År 2016 omsatte koncernen 1,8 miljarder kronor. Läs mer på [semcon.com](#)

#### **Kommentarer från YouTube:**

“One of those rare ads you actually watch”

“This is the best commercial, period”

“That probably is the best YouTube ad I've ever seen :)”

“This is honestly the best commercial I've seen this year. Good job you guys”

#### **De saker som frustrerar mest:**

1. Teknik
2. Långsamma bilköer
3. Störande grannar
4. Telefonköer
5. Buss- och tågförseningar

#### **Länkar:**

[Musikvideon "The Internet of S\\*\\*t Song"](#)

[Bakomfilm från inspelningen med intervjuer](#)

[Låten på Spotify](#)

[Komplett pressmapp med stillbilder, undersökning m.m.](#)

[Smarta produkter enligt Semcon](#)

[Länk till Semcons karriärsida](#)

#### **För mer information, vänligen kontakta:**

Per Nilsson, kommunikations- och marknadschef, Semcon

Tel: +46 [0] 739-737 200

Email: [per.nilsson@semcon.com](mailto:per.nilsson@semcon.com)