

Berghselever gömmer logotyper

Sex studenter från Berghs School of Communication har under sitt examensarbete tagit fram ett koncept där företag får konkretisera sina arbetsmiljöer till studenter. Men med en liten twist; de får inte berätta vilka de är. Kampanjen som de tar fram åt Academic Works dotterbolag Communication ska få studenter att släppa fördomar och förutfattade meningar om företag.

Snart är det dags för Berghs School of Communications årliga slututställning som har temat Add Value som specifikt för i år. En av grupperna tilldelades kunden Communication, ett företag som jobbar med arbetsgivarkommunikation. Communication gav gruppen i uppdrag att ta fram en tjänst som skulle matcha ihop rätt företag med rätt personlighet.

Gruppen tog därför fram The Blank Project, en videolösning där en opartisk person beskriver olika arbetsmiljöer, utan att berätta vilket företag som står bakom dem. Inte förrän man har hittat ett företag som känns tilltalande får man reda på vilket företag som står bakom.

-Många arbetssökande stirrar sig idag blinda på logotyper när man söker jobb. Problemet är att när de söker jobb baserat på förutfattade meningar blir de ofta besvikna och byter därför jobb oftare än tidigare generationer. Det här blir inte bara jobbigt för dem, utan också för företagen som får betala mellan 700 000 och 1 000 000 kr för en felrekrytering. Med The Blank Project ville vi skapa något som gör att fler hittar rätt, kanske till och med på en arbetsplats de inte hade en aning om att de skulle passa in på, säger Lisa Wirenfelt, pressansvarig i gruppen.

Genom att dölja logotyperna och lyfta fram varumärkena vill gruppen med The Blank Project öppna upp till en helt ny spelplan, både för studenter som har svårt att hamna på en arbetsplats som passar dem, och för företag som har svårt att locka till sig rätt arbetssökande. En spelplan på lika villkor.

För mer information, kontakta:

Lisa Wirenfelt, Pressansvarig i gruppen
0735-32 94 56

lisa.wirenfelt@student.berghs.se

Om examensgruppen

Jonathan Svärth – Marknadskommunikation, Malin Erkander – Marknadskommunikation, Lisa Wirenfelt – Strategisk kommunikation och PR, Adam Chaszczynski – Produktionsledning, Sara Gärdegård – Interactive Communication, Rachel La Chenardière – Reklam – Copywriter.

Om Berghs slututställning

Slututställningen på Berghs School of Communication drar varje år ca 4000 besökare och äger rum i skolans lokaler på Sveavägen 34. Den 22 maj är avsatt för branschen och den 24-25 maj är det öppet för alla. www.berghsgradshow14.se