

FUTURE SKILLS



Kunde

Haufe Akademie GmbH & Co. KG, Freiburg

Verantwortlich

Marcel Theijs (Bereichsleitung Marketing)

Agentur

REINSCLASSEN GmbH & Co. KG

www.reinsclassen.de

Verantwortlich

Armin Reins (Inhaber)

Georg Fischböck (Creative Direction Art)

Stephanie Désor (Beratung)

AUFGABENSTELLUNG

Berufliche Weiterbildung wieder auf die Agenda bringen

Lockdowns, Budgeteinsparungen bei Unternehmen, die Angst vor Ansteckung und persönlichem Kontakt, mangelnde technologische Ausrüstung und Home-schooling für die Kids statt eigener Weiterbildung. Es gab viele Gründe, warum der Markt der beruflichen Weiterbildung 2020 und 2021 massiv eingebrochen ist. Laut Wuppertaler Kreis, dem Bundesverband betrieblicher Weiterbildung, haben 50 % aller Unternehmen mit über 100 Mitarbeitenden 2020/2021 ihre Ausgaben für Weiterbildung drastisch gekürzt.

Bei der Haufe Akademie, einem der größten privaten Anbieter für berufliche Weiterbildung in Deutschland, ist die Nachfrage daher auch stark eingebrochen. Und das, obwohl man Veranstaltungen zu einem großen Teil bereits auf digitale Formate umgestellt hatte.

Die Haufe Akademie brauchte einen neuen kommunikativen Aufhänger, um die Zurückhaltung der Unternehmen und Beschäftigten bei der Weiterbildung zu überwinden.

ZIELSETZUNG

Den coronabedingten Umsatzeinbruch stoppen

Die berufliche Weiterbildung bei Beschäftigten, Selbstständigen und Unternehmen muss wieder auf die Agenda gebracht werden. Damit der drastische Umsatzeinbruch gestoppt wird. Und wieder mehr Seminare und Veranstaltungen bei der Haufe Akademie gebucht werden.

Die Marketing- und Werbeziele

- Steigerung der Teilnehmerzahlen bei den Haufe Akademie Weiterbildungsveranstaltungen um mindestens 25 %
- Bekanntheit des Themas „Future Skills“ in der Zielgruppe Beschäftigte schaffen: mindestens 13 Mio. Impressions
- Generierung von Leads mindestens auf Benchmark-Niveau der Haufe Akademie
- Mindestens 5 Mio. Videoaufrufe generieren
- Erhöhung des Traffics auf der Landing Page: 20 % über Benchmark

STRATEGIE

Zeit für Veränderung – Zeit für neue Kompetenzen

Corona hat allen gezeigt: Video Calls, Kollaborations-Software und digitale Präsentationen sind das neue Normal der Arbeitswelt. Eine sich rapide ändernde Arbeitswelt hat einen hohen Bedarf an zukunftsorientierten Kompetenzen. Zeit für Veränderung in der Weiterbildung. Und Zeit für Veränderung in der Zielgruppenansprache.

Statt der bisherigen breiten Themenpalette werden gezielt diese Zukunftskompetenzen in den Fokus gestellt. Die Kampagne adressiert hauptsächlich die Beschäftigten. Und zeigt ihnen ganz konkret und emotional auf, wie wichtig neue Zukunftskompetenzen für sie ganz persönlich sind. Sie geben ihren dringenden Bedarf an Weiterbildungen an die Personalabteilungen der Unternehmen weiter. Und sorgen so für einen Nachfrage-Push bei den Personalern.

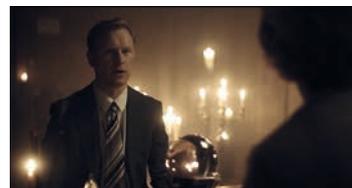
Zeit für eine positive Zukunft – mit Future Skills beruflich weiterkommen

Die Kampagne spricht die Zielgruppe Beschäftigte emotional an und stellt das trockene Thema Weiterbildung unterhaltsam dar. Sie will nicht den Zeigefinger heben, sondern für Weiterbildung begeistern. Außerdem soll die Kampagne schnell klarmachen, dass es hier um genau die zukunftsorientierten Kompetenzen geht, die die Beschäftigten heutzutage brauchen.

Die kreative Umsetzung: Ein Blick in die Glaskugel einer Wahrsagerin

Wer möchte nicht gern wissen, wie seine berufliche Zukunft aussieht? Die Glaskugel einer Wahrsagerin zeigt die Zukunft eines Beschäftigten – ohne und mit „Future Skills“.

Das Kernmedium ist ein Video und ein starkes Key Visual, das auch in Social Media und digitalen Kanälen wie Native Ads, Newslettern und E-Mailings zum Einsatz kommt.



Die Kampagne hat 3 Phasen:

- Awareness schaffen durch Video Ads, Google Ads und Native Ads. Außerdem wird das Video in begrenztem Umfang in Pay TV und Addressable TV geschaltet
- Traffic generieren auf der Landing Page der Kampagne durch Links und URL-Integration in Video Ads und Newsletter. Auf der Landing Page gibt es weiterführende Infos und konkrete Weiterbildungsangebote zum Thema „Future Skills“.
- Leads bei Personalern generieren mithilfe von Whitepapers zu den notwendigen Zukunftskompetenzen

ERGEBNISSE

Come back stronger

Die Strategie, sich auf die Beschäftigten und ihre notwendigen Zukunftskompetenzen zu konzentrieren, hat den Unterschied im Markt gemacht. Der drastische Umsatzrückgang konnte nicht nur gestoppt werden, die Anmeldungen für Seminare und Veranstaltungen haben 2022 sogar noch das Vor-Corona-Niveau übertraffen.

Während Wettbewerber aufgeben mussten oder insolvent gingen, konnte sich die Haufe Akademie erfolgreich für die Zukunft aufstellen. Und das, obwohl das dritte Corona-Jahr, der Ukraine-Krieg und ein zunehmender Wettbewerb durch Coaches und Berater das Geschäft weiter erschwert haben.

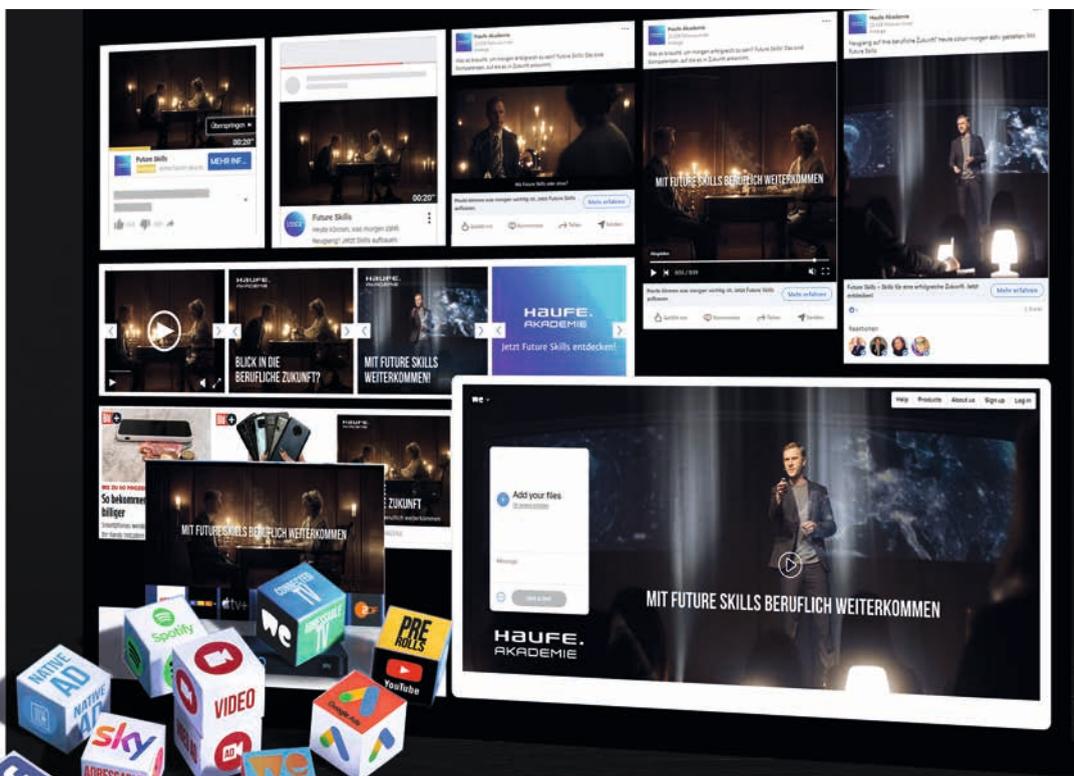
Die Kampagne hat dabei für mehr Videoaufrufe und mehr Traffic als jemals zuvor gesorgt.

Hier gehts zum Film:



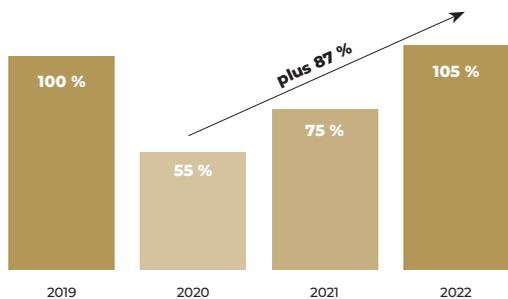
CASE SUMMARY

Mit „Future Skills“ hat die Haufe Akademie ein furioses Comeback hingelegt. Der Umsatzeinbruch wurde gestoppt. Es wurden sogar mehr Teilnehmer gewonnen als vor Corona. Und Beschäftigte und Unternehmen darauf aufmerksam gemacht, wie wichtig Zukunftskompetenzen heute sind.



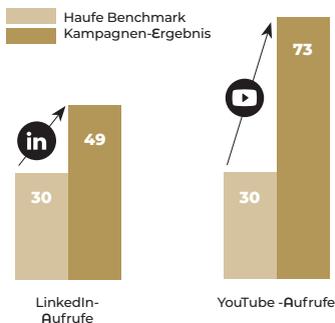
Awareness, Traffic und Leads über einen breiten Kanal-Mix

Das Comeback der Teilnehmer: +87 % GEGENÜBER KRISENJAHR 2020



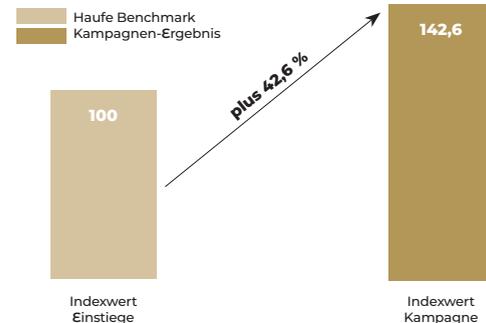
Quelle: Haufe Akademie, Vertriebsstatistik, 2019-2022

Die Video-Aufrufe über-treffen alle Erwartungen: 49 % AUFRUFE BEI LINKEDIN 73 % AUFRUFE BEI YOUTUBE



Quelle: LinkedIn, YouTube, Auswertung 2022

„Future Skills“ sorgt für ordentlich Traffic: 42,6 % MEHR EINSTIEGE AUF LANDINGPAGE ALS ERWARTET



Quelle: Econda, Kampagnen-Auswertung 2022