



Cruz Roja

Oportunidades que  
**cambian vidas**  
Plan de Empleo de Cruz Roja

**SOMOS GO**  
EMPLEO JOVEN

# INFORME CAMPAÑA SOMOS GO

*“Cada generación tiene que tener la oportunidad de escribir su propia historia”*



PROGRAMA OPERATIVO DE  
EMPLEO JUVENIL  
(POEJ) (CCI 2014ES05M9OP001)



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Social Europeo  
Iniciativa de Empleo Juvenil  
El FSE invierte en tu futuro

15 junio 2021-15 agosto 2023

# Una campaña de información y sensibilización dirigida a **jóvenes y empresas**

Para motivar a participar en las iniciativas de empleo juvenil a jóvenes alejados del mercado laboral y sensibilizar a las empresas para que ofrezcan oportunidades formativas y de empleo.

## Historias cruzadas de jóvenes y empresas

12 historias de jóvenes y empresas que se cruzan en el camino del empleo. Las empresas cuentan su experiencia positiva con un joven que ha participado en iniciativas de empleo juvenil de CRE y este mismo joven nos cuenta su experiencia y cómo ha ganado empleabilidad y/o empleo.



# Una campaña de información y sensibilización dirigida a **jóvenes**.

Para motivar a participar en las iniciativas de empleo.

Utilizando canales digitales.

Creando mensajes y llamadas a la acción.



# Una campaña de información y sensibilización dirigida a **empresas**, en medios digitales.

Para motivar a participar e implicarse en las iniciativas de empleo.

Utilizando canales digitales.

Creando mensajes y llamadas a la acción.



GENERACIÓN TIENE QUE TENER  
OPORTUNIDAD  
DE ESCRIBIR SU PROPIA  
HISTORIA

Cada generación  
tiene que tener la  
oportunidad de  
escribir su propia  
historia





A mi no me para  
nada- #Yo me preparo  
Que nada pare tu  
empresa- #Talento joven  
empresas





# Impacto de campaña



+ 20 millones

Impresiones/visualizaciones  
de la campaña



+230.000

Visitas a la Web de  
campaña

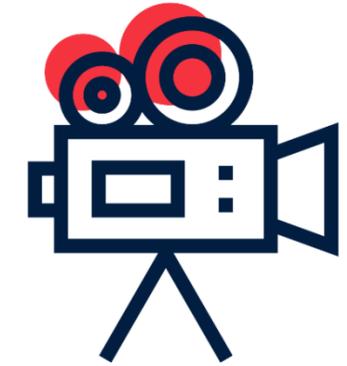
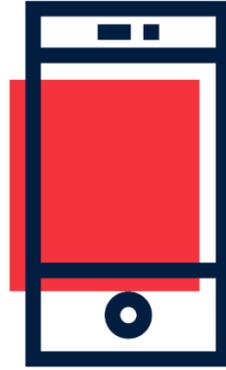


+18.000

Jóvenes se informan y/o  
solicitan participar en  
proyectos de empleo  
joven de CRE



# ↓ Productos de campaña: Web/Redes



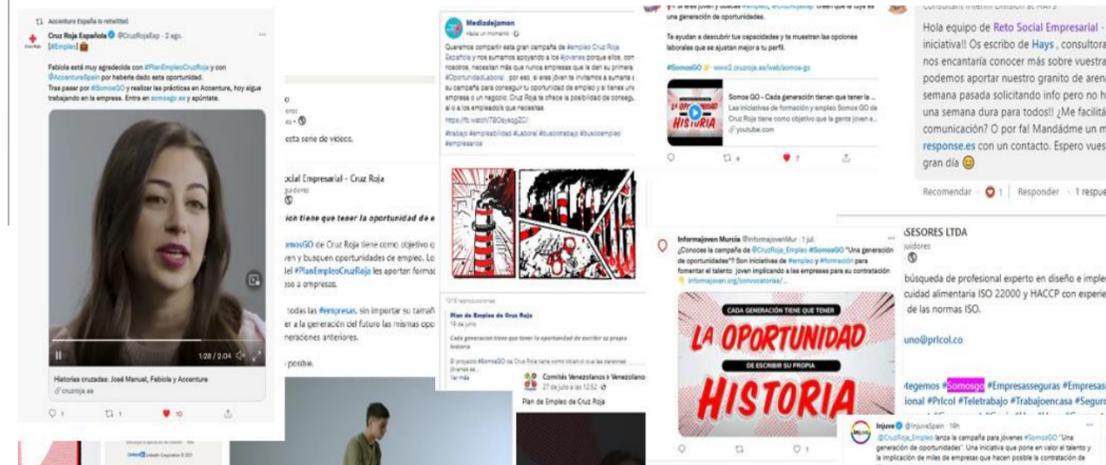
## WEB CAMPAÑA

## + 430 PUBLICACIONES

## + 100 PIEZAS PARA REDES

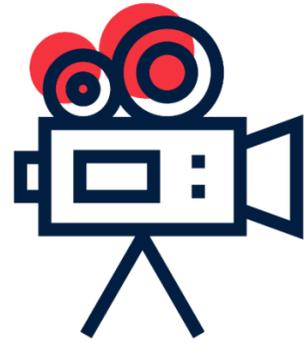
en redes sociales

Infografías, carteles, creatividades tráiler videos y visual Key





# Productos de campaña videos/soportes



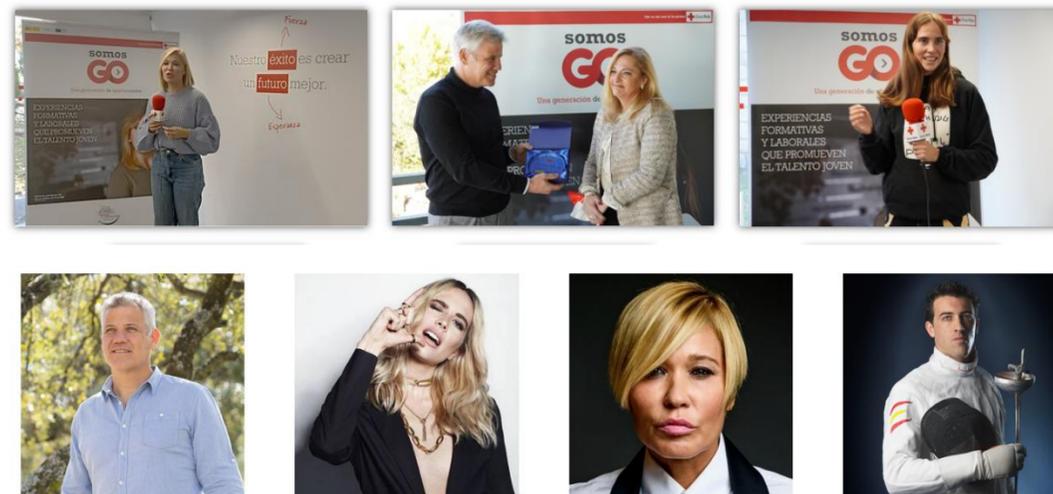
## 26 VIDEOS

Playlist de Youtube con vídeos campaña



## VIDEOS DE APOYO

Apoyo de personas reconocidas



## 10.000 SOPORTES

Soporte móvil eco friendly con códigos QR

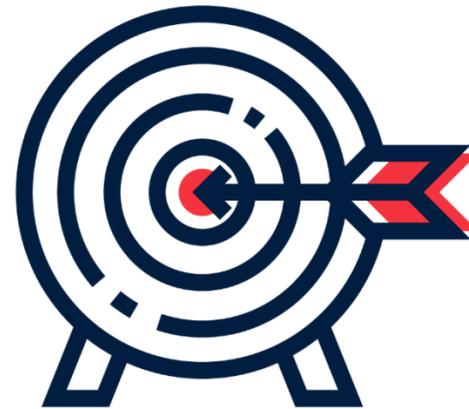


# ↓ Productos de campaña: informes



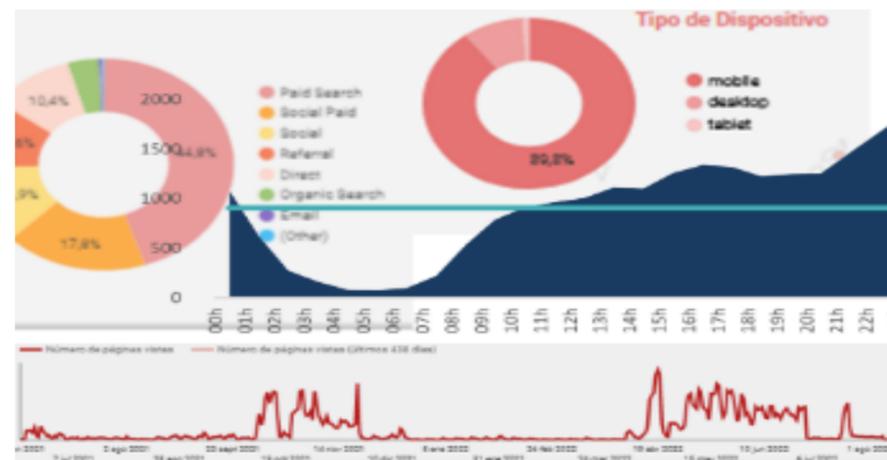
## INFORME Y ENTREVISTA FOCUS GROUP

Entrevistas a empresas y jóvenes.  
Informe sociológico.



## INFORMES DE RESULTADOS

- ✓ Informe 2021 – 2022-2023
- ✓ Informe final de todo el periodo



## DOSSIER EMPRESAS

Dossier que anima a empresas a sumarse al reto del empleo juvenil





# Valoración y aprendizajes



# Aprendizajes

## ❖ Diseño participativo de campaña

Fundamental disponer de herramientas para contrastar y ajustar la idea de campaña. En el caso de Somos GO, se utilizaron Focus Group con jóvenes y empresas.

## ❖ La potencia de las historias cruzadas-

12 historias reales de jóvenes y empresas que se cruzan de forma positiva en el camino del empleo. Storytelling funciona bien, uniendo en el empleo a jóvenes y empresas.

## ❖ Target campaña.

El doble target de campaña ha funcionado mucho mejor con jóvenes que con empresas. Preferible focalizar un único target.

## ❖ Implicación territorial

Decisiva la implicación de las OOTT en la movilización de la campaña desde sus áreas de marca y comunicación, empresas, entidades, asociaciones juveniles...de múltiples formas: Focus Group, grabación de las historias cruzadas, actos de reconocimiento, recepción y respuesta a cuestionarios, contacto con empresas, publicaciones, nuevas, apoyo a las realizadas etc..

## ❖ La transversalidad en la campaña

La implicación y comunicación entre áreas de conocimiento de CRE es imprescindible para el diseño y difusión de campaña, en Somos GO, ha sido clave el trabajo conjunto con CRJ, marca y comunicación y sistemas.

## ❖ Apoyo influencer

El apoyo desinteresado de influencer para difundir campañas es complicado. En caso de utilizar esta estrategia requiere contar con recurso económico específico.



## ❖ Marketing digital

Imprescindible incorporar modelos mixtos de marketing digital; orgánico, Social Paid, Search Paid y otras acciones en la estrategia de medios.

## ❖ Posicionamiento digital

Imprescindible posicionarse en las redes sociales que utilizan los jóvenes. Además de las que utilizamos, es clave incorporar y aprender uso de Tik-Tok, Instagram y/o twitch, tal y como han realizado algunas campañas propias de diferentes OO.TT.

## ❖ Medición de impacto

Fundamental incluir KPI,s que permitan hacer mediciones. Incorporar indicadores para establecer relación entre la inversión realizada y alcance obtenido.

## ❖ Productos abiertos/reutilizables

Los materiales de campaña abiertos y disponibles para su utilización o reutilización.. Compartir, comunicar y utilizar.

## ❖ Formularios.

Siguiendo recomendaciones de marketing se diseñaron formularios rápidos y extensos, su rendimiento ha sido muy parecido. El formulario rápido, en empleo joven, es preferible no utilizarlo, dejando un único formulario largo. En caso de utilizar formulario rápido, solo enviar [información laboral](#).





Para más información  
por favor contacta con:

**Area Empleo- Jóvenes**

Federico García Sacido: [fgsacido@cuzroja.es](mailto:fgsacido@cuzroja.es)

Rosa San Andrés: [rsd@cuzroja.es](mailto:rsd@cuzroja.es)



¡GRACIAS!