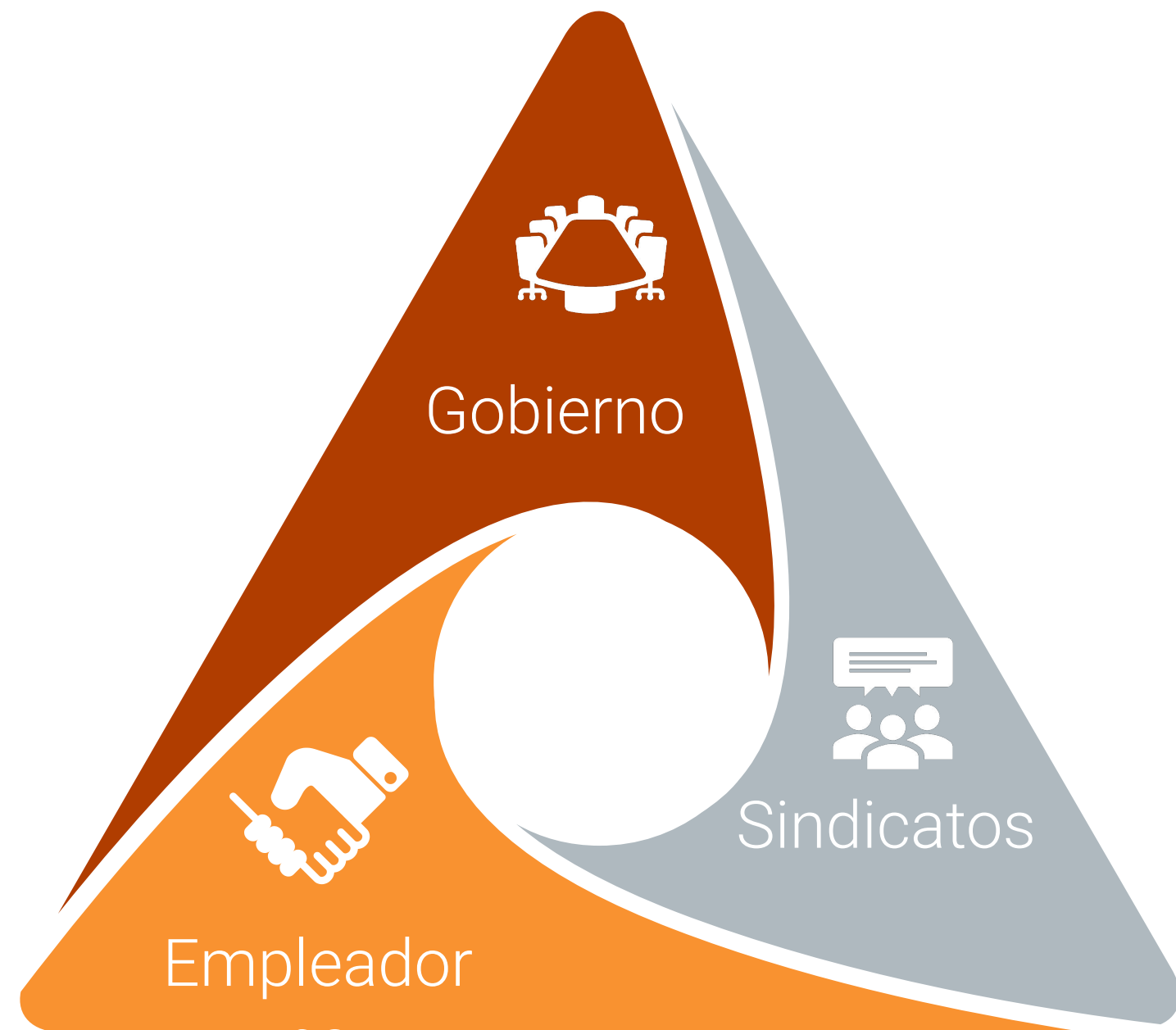


Una institución del mercado
laboral fiable y eficaz



Fondo del Seguro de Desempleo de Estonia: ¿quiénes somos y qué hacemos?

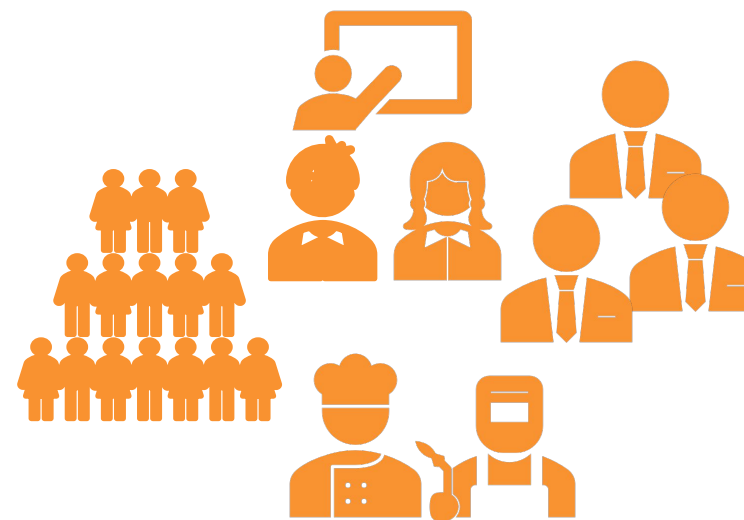


Organismo público
independiente con una **gestión**
tripartita



**Puntos de servicio en
toda Estonia**

~1000 empleados



Nuestros clientes:

- Demandantes de empleo
- Personas con trabajo
- Jóvenes/estudiantes
- Empleadores



¿Cómo generamos fiabilidad e impacto?

EI SPE

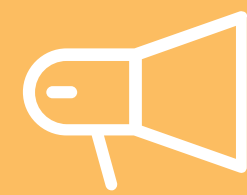
- Marca del empleador
- Comunicación interna
- Creación conjunta con las partes interesadas



Grupos destinatarios de la comunicación

El público

- Comunicación externa
- Campañas de marketing



Clientes

- Asesoramiento profesional
- Servicios pertinentes y de alta calidad
- Buen servicio de atención al cliente

Socios

- Cooperación
- Implicación
- Información



Objetivos y actividades

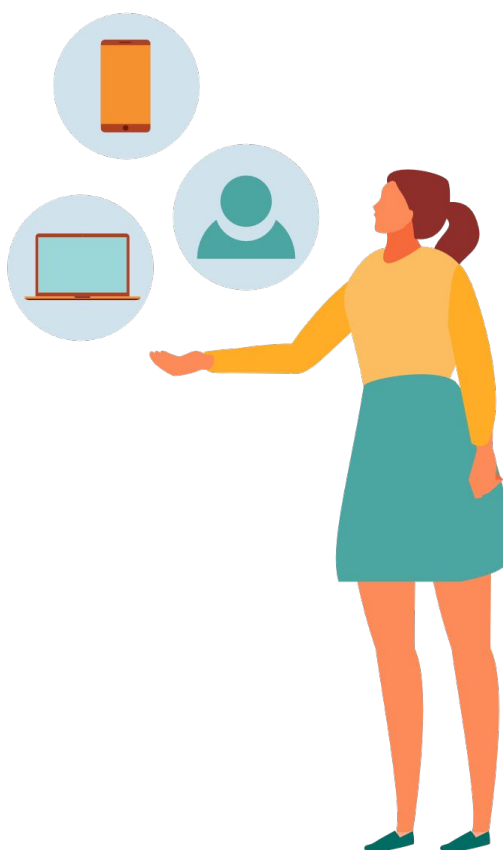
Calidad y disponibilidad
del asesoramiento y de
las Políticas Activas de
Empleo (PAE)
Soluciones de TI
Buen servicio de atención
al cliente
Cooperación con los
socios
Artículos
Sitio web
Redes sociales
Discursos en radio y
televisión
Eventos
Cooperación con la
radiotelevisión nacional

Mantener la
buena reputación
y la fiabilidad del
SPE de Estonia

Presentación al
público del SPE
de Estonia y de
las
oportunidades
que ofrece

Incrementar el uso de medidas de
prevención del desempleo; animar a la
personas a trabajar y estudiar

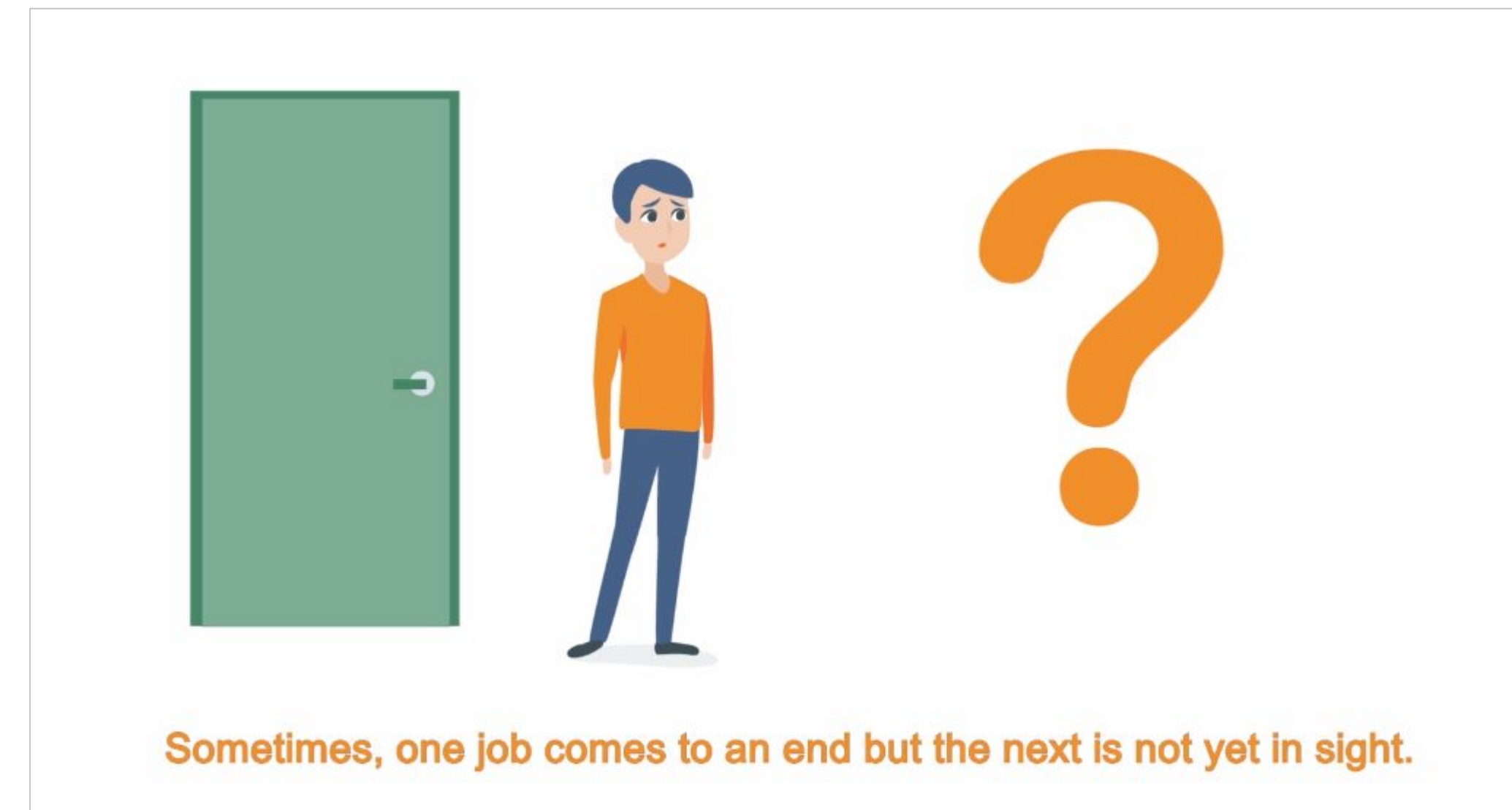
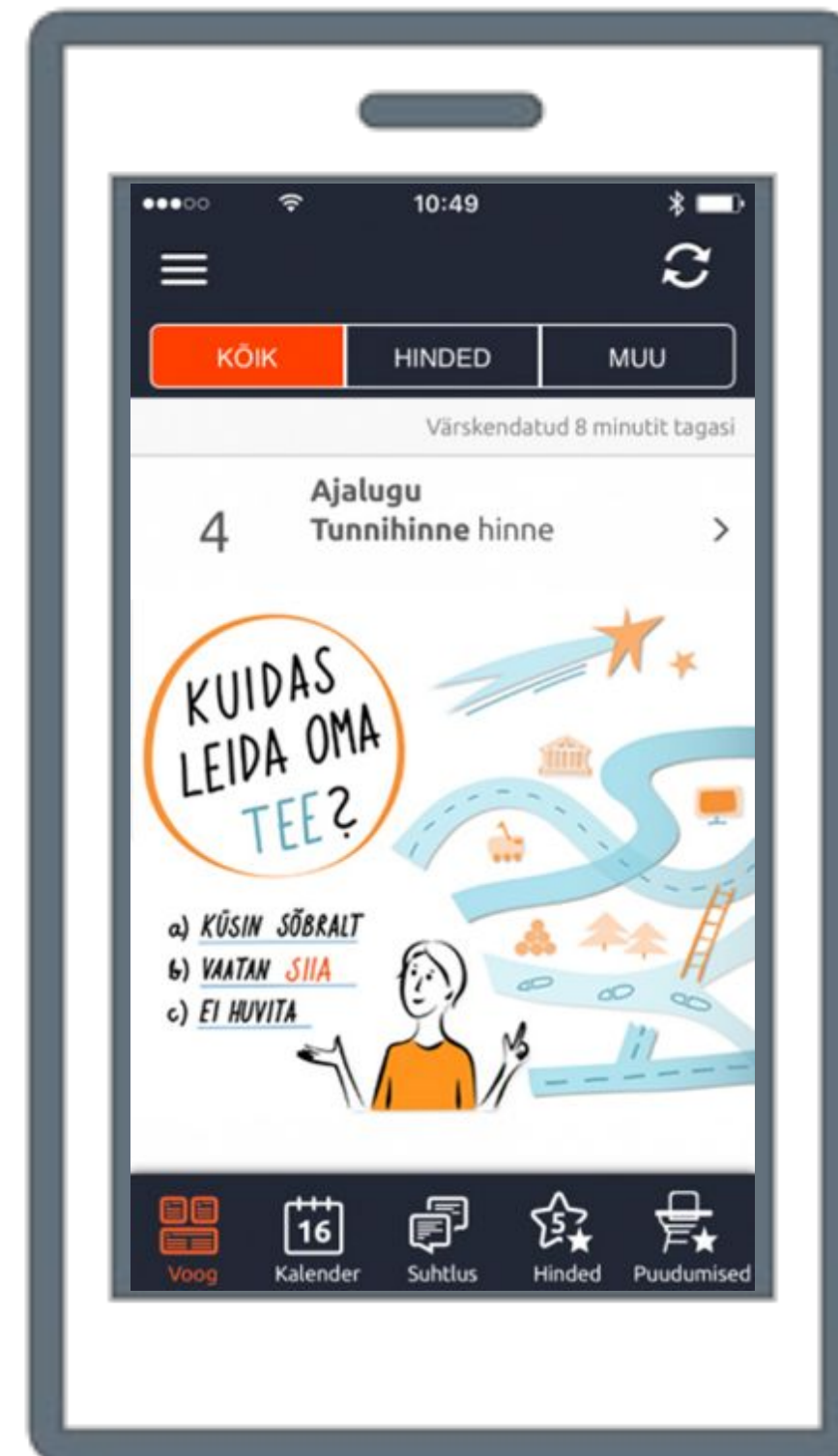
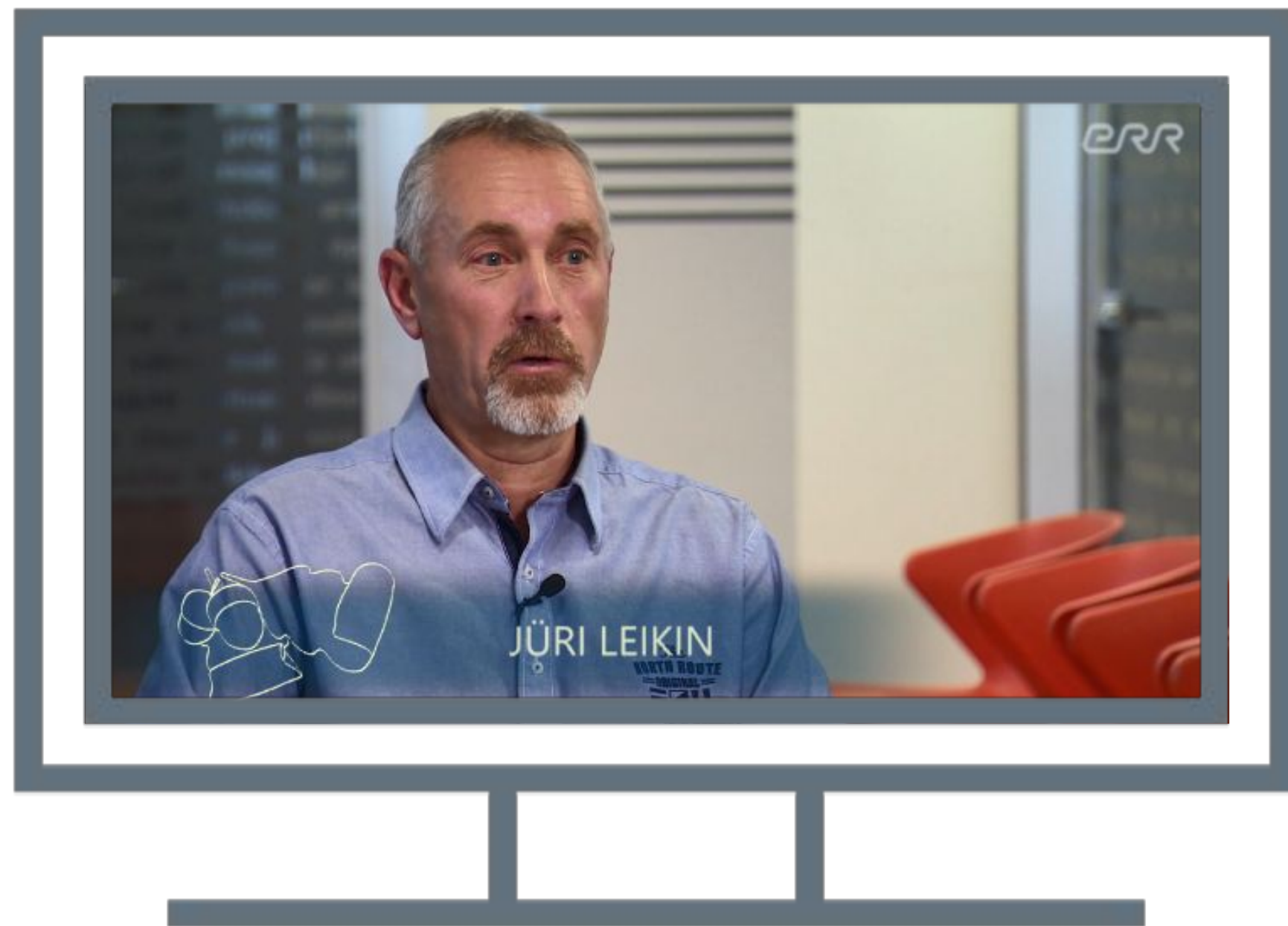
Campañas de marketing
Marketing de contenidos
(TV, web, periódicos)
Combinación de las
posibilidades de los
medios tradicionales y los
nuevos medios de
comunicación en cuanto al
marketing (redes sociales)
Creación y uso de una
marca especial



No todos los canales y mensajes funcionan para todos los grupos destinatarios

1 Elegir los mensajes y canales adecuados para llegar al público correcto

2 Demostrar sencillez y humanidad



Atreverse a ser valiente



Llegar hasta los
clientes



Ser más divertido y sorprender a
su público



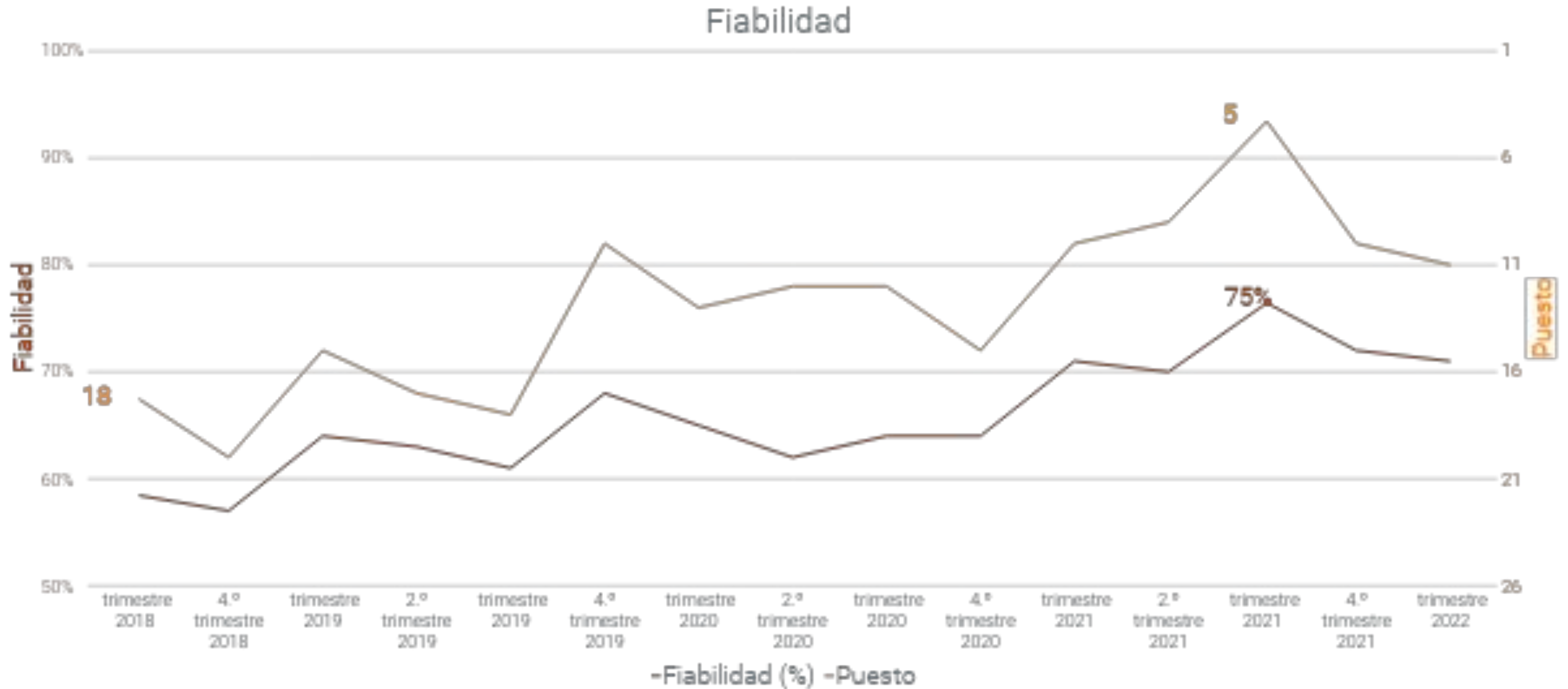
Analizar, actuar, medir y realizar cambios

Herramientas principales para medir los resultados de su trabajo:

- Seguimiento regular de los medios de comunicación (resúmenes diarios, mensuales y anuales)
- Clics en la página de inicio y en la página de aterrizaje de la campaña
- Participación en los servicios (tras la campaña, se produce un aumento)
- Estudio de sensibilización (cada dos años)
- Estudio de fiabilidad (una vez al trimestre)



Resultados





iGracias!

Kerstin Holland

Kerstin.Holland@tootukassa.ee

27/04/2022