



ruko.de

INFORMACIÓN DE PRENSA

En busca de candidatos con Bodo, el taladrador: cómo RUKO llegó a nuevos grupos de candidatos gracias a su presencia regional y su perfil claro

La escasez de trabajadores cualificados plantea grandes retos a una amplia gama de sectores, entre ellos el de la región de Böblingen y Tübingen. RUKO GmbH Präzisionswerkzeuge, con sede en Holzgerlingen, abordó esta cuestión en la primavera de 2025 con una campaña de contratación centrada en la región. El objetivo era dar a conocer la empresa como un empleador atractivo y, al mismo tiempo, atraer a diversos grupos destinatarios: desde aprendices, becarios y estudiantes de formación dual hasta trabajadores cualificados y personal administrativo para áreas como la fabricación, el almacenamiento, la logística y las ventas.

Una figura popular con conexión técnica: Bodo, el hombre taladro

El motivo central de la campaña era «Bodo, el hombre taladro». Diseñado específicamente para esta campaña, está compuesto por productos como taladros huecos, avellanadores y punzones para tornillos de la gama de productos RUKO. De una manera encantadora, Bodo encarna lo que RUKO representa en el sentido más auténtico de la palabra: precisión técnica, identificación con la gama de productos de la empresa, conexión con su propia producción y, por supuesto, con los propios productos. Al mismo tiempo, aporta emotividad e independencia a la marca del empleador, como una imagen clave agradable que acompaña a todos los canales de comunicación de la campaña.

Primero, las bases digitales: modernización de la sección de empleo y optimización del proceso de solicitud

En el periodo previo a la campaña, se rediseñó por completo la página de empleo del sitio web de RUKO. El nuevo sitio es ahora mucho más estructurado, atractivo y fácil de usar para los solicitantes, con información clara sobre las oportunidades de acceso, las ventajas y la cultura corporativa.

El proceso de solicitud es completamente digital gracias a una herramienta de reclutamiento integrada que permite una solicitud sencilla, fácil de usar y transparente. Los solicitantes introducen sus datos de contacto en la interfaz y suben sus documentos de solicitud, como su currículum y referencias, a RUKO HR.



ruko.de

Presencia en la vida cotidiana del grupo objetivo: regional y accesible

Con el fin de llegar al mayor número posible de personas de la región en su vida cotidiana, RUKO apostó por una combinación bien pensada de medidas analógicas y digitales. Entre abril y junio de 2025 se utilizaron diversos medios de comunicación.

Entre ellos se encontraban carteles a gran escala en estaciones de tren suburbanas y estaciones de tren en Böblingen y Tübingen, donde RUKO era visible durante las horas punta, es decir, exactamente donde los posibles candidatos viajan habitualmente y, lo que es muy importante, también pasan más tiempo.

Bodo también era visible en la parte trasera de los autobuses regionales de la zona de Böblingen. El espacio publicitario rodante garantizó una movilidad adicional para el mensaje de la campaña en las zonas urbanas y rurales.

Pero la estrategia mediática también pensó fuera de lo convencional.

En 48 000 bolsas de pan impresas para 16 panaderías diferentes de la zona de Böblingen, Bodo animaba a los posibles candidatos a conseguir el mejor trabajo. Se trataba de una medida cotidiana muy relevante que ponía a la empresa en contacto directo con ciudadanos de todas las edades. Una ubicación de comunicación original que se percibe de forma sutil y llega a la cocina o la mesa del comedor de los hogares.

Además de la visibilidad física, se reprodujeron cuatro vídeos cortos y llamativos en Instagram, específicamente para llegar a grupos objetivo jóvenes y con conocimientos digitales. Los vídeos individuales estaban dirigidos a estudiantes, jóvenes profesionales y profesionales con experiencia, y se reprodujeron en consecuencia en la aplicación, también en la región.

Implementación estratégica con apoyo profesional

La campaña se diseñó y llevó a cabo en estrecha colaboración con una agencia especializada en publicidad de reclutamiento para empresas medianas. Junto con el equipo de RUKO, se desarrolló un paquete de medidas específicas, rentables y eficaces a nivel local.

Éxito cuantificable: más solicitudes con un mejor ajuste

La respuesta a la campaña fue muy positiva, tanto a nivel interno como externo. Fue especialmente satisfactorio observar un notable aumento en el número de solicitudes durante el periodo de la campaña, incluso en el ámbito de las prácticas y los puestos de formación. Al mismo tiempo, se produjo una mejora



ruko.de

significativa en la calidad de las solicitudes, lo que demuestra que el mensaje no solo era visible, sino también creíble.

La campaña demuestra que, si se quiere competir por trabajadores cualificados, no basta con ser un buen empleador, sino que hay que ser percibido como tal. Con creatividad, infraestructura digital y un enfoque regional, RUKO ha logrado dar forma a esta percepción.

Acerca del Grupo RUKO

Desde su fundación en 1974, RUKO ha sido sinónimo de máxima precisión y calidad en la fabricación de herramientas de perforación y corte. Con un claro enfoque en la innovación y el progreso tecnológico, la empresa se ha establecido un lugar firme en la industria de las herramientas. Ya sea en la industria, en el comercio o en aplicaciones especializadas, los productos de alta calidad de RUKO se utilizan en todo el mundo e impresionan por su durabilidad y rendimiento.

Contacto de prensa

Nora Schönhöffer

RUKO GmbH Präzisionswerkzeuge

Prensa y relaciones públicas

Robert-Bosch-Str. 7-11

Tel: +49 (0) 7031 / 68 00 - 903

71088 Holzgerlingen

E-Mail: nora.schoenhoeffer@ruko.de

ruko.de/es