



INFORAKADEMIA

www.inforakademia.pl

Znajdź, zainteresuj i przyciągnij kandydata – czyli marketing rekrutacyjny w pigułce

Maciej Czerwonka

Business Development Manager

InterviewMe.pl

Agenda

1. Poznajmy się!
2. Pojęcie marketingu rekrutacyjnego
3. Przygotowania
4. Działania on-line
5. Działania off-line
6. Case study



1. Miło mi Cię poznać!

Nazywam się Maciej Czerwonka.

Od 2011 roku jestem związany z branżą HR.

Pracowałem w HR wewnętrznym, outsourcingu IT, agencji rekrutacyjnej i reklamowej, specjalizującej się w reklamie online.

Od ponad 3 lat w InterviewMe, gdzie aktualnie pomagam pracodawcom zadbać o swój wizerunek i przyciągnąć kandydatów.



2. Pojęcie marketingu rekrutacyjnego

- *Marketing rekrutacyjny odnosi się do strategii i taktyk używanych przez organizację w celu znalezienia, przyciągnięcia, zaangażowania i pielęgnowania talentów, zanim one zaaplikują, zwany również wstępną fazą pozyskiwania talentów.*
- *Jest pod wieloma względami analogiczny do marketingu korporacyjnego i ekstremalnie podobny do Employer Brandingu...*



2. Pojęcie marketingu rekrutacyjnego

- *Marketing rekrutacyjny to wykorzystanie wszystkich możliwych narzędzi on-line i off-line do promocji pracodawcy w celu znalezienia, zainteresowania i przyciągnięcia kandydata.*



2. Pojęcie marketingu rekrutacyjnego



3. Przygotowania

- *W dużym skrócie **EVP** (ang. Employee Value Proposition) to zestaw wyróżników, wartości, unikalnej oferty jaką dany pracodawca oferuje swoim pracownikom. To odpowiedź na nieśmiertelne pytania, które zadaje sobie każdy kandydat, a później każdy pracownik:*
 - *Dlaczego miałbym dołączyć do właśnie tej organizacji?*
 - *Dlaczego mam w niej zostać dłużej?*
 - *Dlaczego mam starać się i ciężko pracować każdego dnia?*
 - *Dlaczego mam polecać tę firmę swoim znajomym?*

Simon Sinek - https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA



3. Przygotowania



EVP



Docelowe profile odbiorców



Dedykowane treści



3. Przygotowania



Google Analytics

hotjar

crazyegg 



INFORAKADEMIA

4. Działania on-line

- Analityka ogłoszeń rekrutacyjnych



- 7 narzędzi marketingowych:

<https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/talent-analytics/2018/recruitment-marketing-tools-and-how-to-use-them>



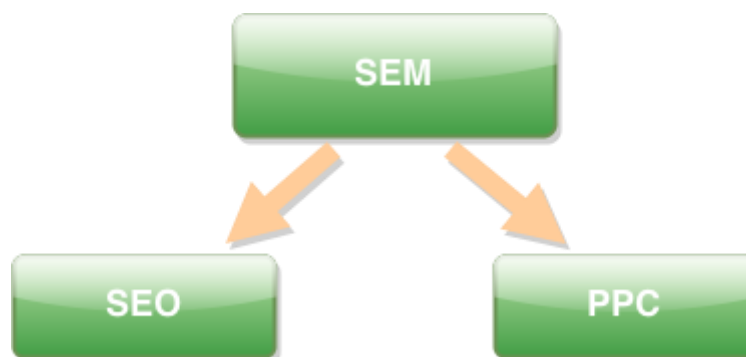
4. Działania on-line

- **SEM** (ang. *Search Engine Marketing* – marketing w wyszukiwarkach) to grupa działań promocyjnych, takich jak na przykład przeprowadzanie kampanii linków sponsorowanych, optymalizacja stron internetowych i pozycjonowanie, których celem jest osiągnięcie widoczności danego serwisu czy strony internetowej w wynikach wyszukiwania
- **SEM = SEO + PPC**, gdzie **SEO** (ang. *Search Engine Optimization*) odnosi się do pozycjonowania strony, natomiast **PPC** (ang. *Pay Per Click*) wiąże się z płatnymi kliknięciami w link do strony.



4. Działania on-line

- **SEM** (ang. *Search Engine Marketing* – marketing w wyszukiwarkach) to grupa działań promocyjnych, takich jak na przykład przeprowadzanie kampanii linków sponsorowanych, optymalizacja stron internetowych i pozycjonowanie, których celem jest osiągnięcie widoczności danego serwisu czy strony internetowej w wynikach wyszukiwania



4. Działania on-line

Zróbmy mały test...

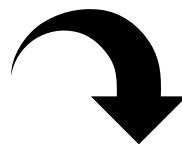


- **Przykłady:**

McDonalds praca dla nieletnich

Netguru praca

Artykuł w linku 😊



4. Działania on-line

Przepis na skuteczną zakładkę kariera:

- Przedstaw firmę kandydatowi
- Pokaż, jak przebiega proces rekrutacji
- Zapewnij aktualne ogłoszenia o pracę
- Upewnij się, że Twoja zakładka jest mobilna



4. Działania on-line

Przykłady

- <https://kariera.eurocash.pl/>
- <https://praca.mcdonalds.pl/#>
- <http://www.rozwojwrozmiarzeventi.pl/strona-glowna/>
- <https://join.incredible6000.com/>
- <https://www.netguru.co/career>



4. Działania on-line

Social Media



Instagram



https://www.facebook.com/ConnectisPL/?ref=br_rs

<https://www.linkedin.com/company/neuca-sa/>

[https://www.youtube.com/channel/UCeZJZMwwxm3qvt_CV3D4uAw/
videos](https://www.youtube.com/channel/UCeZJZMwwxm3qvt_CV3D4uAw/videos)



INFORAKADEMIA

4. Działania on-line

Filmy rekrutacyjne

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6470564352180125696>

<https://www.facebook.com/interviewmepl/videos/262313377658292/>

<https://www.youtube.com/watch?v=18eOE44j9qw>

<https://www.youtube.com/watch?v=a9JLJ4cm3W8>



5. Działania off-line

Targi pracy

- **Model AIDA** to 4 elementy:

A – Attention – czyli przyciągnij uczestnika targów do stoiska,

I – Interest – wzbudź zainteresowanie kandydata pracodawcą,

D – Desire – przekonaj kandydata, że Twoja firma jest dla niego idealnym miejscem,

A – Action – nakłoń uczestnika do działania – przesłania aplikacji, wypełnienia formularza rekrutacyjnego, poinformowania o ofertach pracy znajomych.

Jak mierzyć?

Wyróżnij się!



5. Działania off-line

Stáže i praktyki

<https://kariera.eurocash.pl/student>

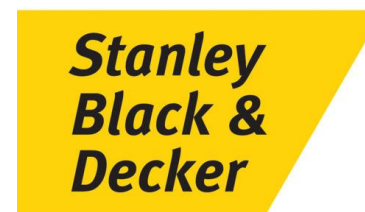
- Program Menadżerski
- Menadżerski Program Operacyjny
- Program Praktyk Letnich
- Ambasador Eurocash



5. Działania off-line

Media tradycyjne

Telewizja, radio, gazety i magazyny, ulotki, billboardy.



6. Case study

Badanie kandydatów

Skąd czerpią najczęściej informacje o firmach?

- dla 72% kandydatów najważniejszym źródłem informacji o firmie jest ogłoszenie o pracę;
- aż 68% szuka informacji na stronach internetowych i forach internetowych;
- 65% poszukuje informacji o firmie na oficjalnych stronach internetowych pracodawcy;
- Opinie od znajomych zajęły 4 miejsce (48%) i wyprzedziły oficjalne media społecznościowe pracodawcy (35%).



6. Case study

Sprawdźmy, jak to działa:

Praca bricomana opinie

Netguru zarobki

praca w dpd

Co zyskują przez to firmy?

- zewnętrzną wizytówkę firmową
- wysoką pozycję w wynikach wyszukiwania na zewnętrznej stronie
- statystyki ruchu i pozycji
- linkowanie do mediów społecznościowych, zakładki kariera
- darmowy ruch wpływający na możliwość pozyskania nowych kandydatów



6. Case study

Przykłady najchętniej odwiedzanych profili to:

- Poczta Polska 3400 UU,
- DPD Polska 1437 UU,
- KFC 1029 UU

oraz mniejsze firmy np.

- Netguru 481 UU,
- Enel-Med 285 UU.



6. Case study

Przykład: Freedom Nieruchomości (specyficzna branża)

Problem z pozyskaniem kandydatów na agentów nieruchomości. Duża rotacja, niska frekwencja na szkoleniach.

- 102 UU w drugim miesiącu funkcjonowania
- Pozyskane 17 CV
- 11 kandydatów na szkoleniu i rozpoczynających pracę



6. Case study

Przykład: Bricoman

Wyzwanie związane z rotacją pracowników na stanowiskach Doradców Klienta w całej Polsce.

- 727 UU na profilu firmy
- 227 kliknięć w ogłoszenia
- 12 pozyskanych CV



6. Case study

Przykład: KMD Poland

Wyzwanie związane z zatrudnieniem programistów.

- Projekt „Shall we have a ride?”
- KMD Poland zostało wyróżnione w konkursie Siła Przyciągania.



Dziękuję za uwagę

Jeśli masz jakieś pytania lub chciałbyś po prostu porozmawiać:

Napisz: maciej@interviewme.pl

Lub zadzwoń: 530 375 904





INFORAKADEMIA

www.inforakademia.pl

Zapraszamy
na kolejne webinaria