

ONLINE KAMPAŇ NA NÁBOR ZAMĚSTNANCŮ



Je český výrobce a dodavatel rozsáhlého sortimentu pro převod pohonu. Působí na trhu již více než 17 let. Hlavní aktivitou společnosti je původní výroba řetězových převodů, řetězů, zejména válečkových a dopravních řetězů, řetězových kol a ozubených kol a ozubených převodů obecně. Kromě výroby ve vlastním technologickém parku zastupuje významné světové výrobce.

ZADÁNÍ

- Mnoho společností má v dnešní době problém nalézt zaměstnance na kvalifikované i méně kvalifikované pozice. Na seznamovací schůzce jsme zjistili, že se s tímto problémem potýká i firma Moravia řetězy. Na základě vstupních informací jsme klientovi navrhli realizovat náborovou kampaň přes sociální sítě, zejména na Facebooku.

PROCES

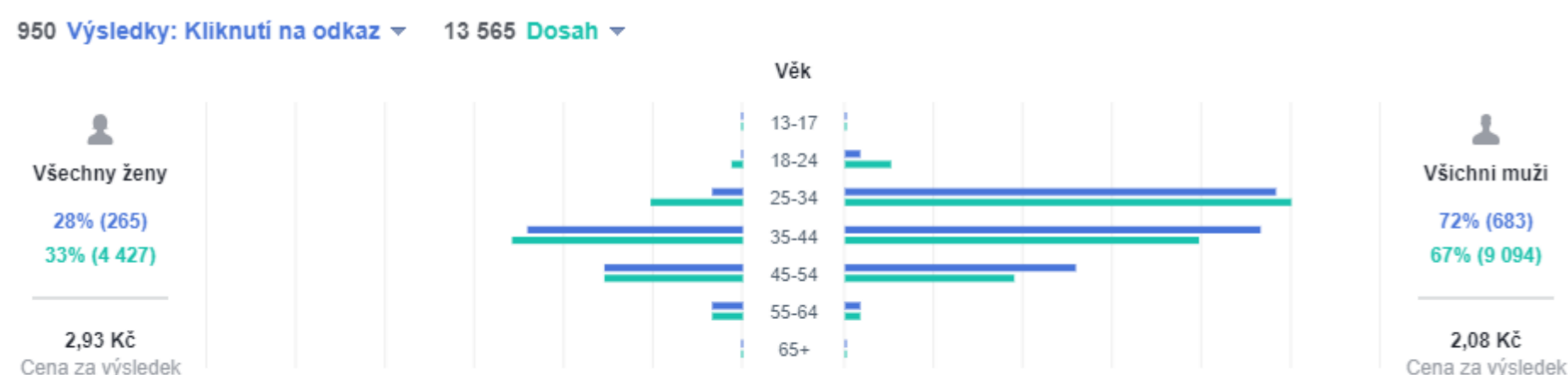
- S klientem jsme si vyměnili informace o pozicích, které jsou aktuálně potřeba obsadit. Marketingová pracovnice nám poskytla přesné informace a zadání pro nastavení kampaně. Reklamní kampaně lze na Facebooku nastavit pro efektivní oslovení cílové skupiny. Jelikož se jednalo o technické obory, náborovou kampaň jsme nasměřovali na muže v aktivním věku 20 - 50 let s bydlištěm v okruhu cca 20km od sídla společnosti. Pro lepší oslovení potenciálních uchazečů jsme po konzultaci s klientem vytvořili náborovou grafiku.

VÝSLEDEK

- Cílem kampaně bylo oslovit uživatele sociální sítě s nabídkou nového zaměstnání. Po spuštění kampaní klient získal životopisy uchazečů, ze kterých vzešli noví zaměstnanci společnosti. S klientem jsme vyhodnotili tento kanál jako úspěšný a od podzimu roku 2017 v kampaních kontinuálně pokračuje.

NÁHLED VYHODNOCENÍ KAMPAŇ

- Dosah (oslovenost lidí): 13 565
- Kliknutí na web: 950**
- Cena za kliknutí na odkaz: 2,32 Kč

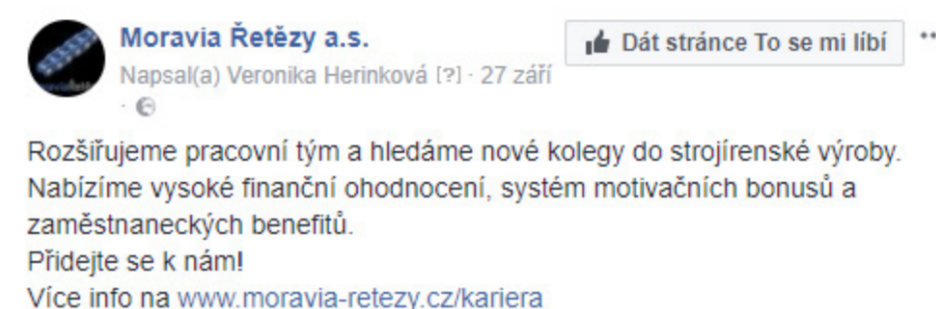


CO JSME UDĚLALI NAVÍC

- Díky tomu, že jsme společnost Moravia řetězy kvalitně prezentovali na sociálních sítích, podařilo se nám sekundárním efektem zvýšit povědomí o firmě v místě působení. Zvýšil se také počet návštěv webové prezentace klienta.

✓ SUMMARY

- ✓ 7 náborových kampaní během 1 roku
 - ✓ Rychlý nástroj pro nasazení pozice, která „hoří“
- Na základě zaslanych životopisů obsazení pozice



PÍSEMNÁ REFERENCE OD KLIENTA

„Inzerce přes FCB se ukázala jako velmi efektivní z pohledu reakcí a příchodů životopisů. Samozřejmě, protože je to médium sociální, ozvou se i takoví, co si potřebují rejpnout nebo naplivat (např. bývalí nespokojení zaměstnanci) a kdyby viděli ten samý inzerát někde jinde (noviny), tak by nikdo nic nekomentoval....Nicméně to je riziko tohoto kanálu a s tím se musí počítat. FCB k náboru budeme využívat i nadále, jak v placeném módu, tak i na nesponzorované posty, byť ty se samozřejmě šíří hůře.“

Ing. Jitka VAŠINOVÁ, Marketing & HR

