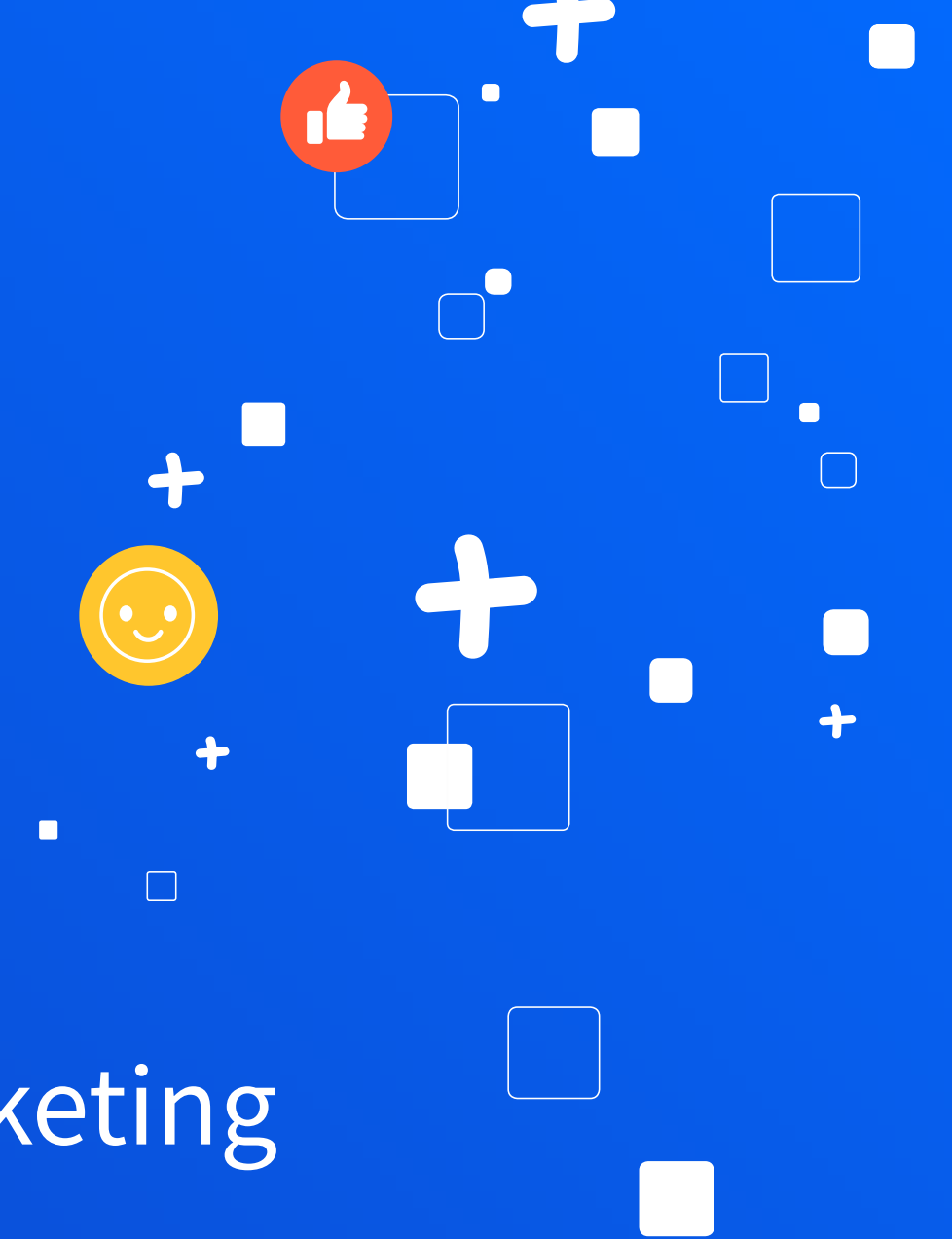


E-Book

Het stappenplan voor succesvolle
recruitment marketing

RECRUITMENT MARKETING GUIDE



Deze guide helpt je bij het vormgeven van jouw recruitment marketing strategie.

Een simpel stappenplan dat je eenvoudig kunt toepassen op jouw organisatie.

Let's get started!

Stap 1: Doelgroep analyse



Hoe groot is jouw doelgroep? Waar bevinden jouw potentiële kandidaten zich en hoe bewegen ze online?



Welke interesses heeft je doelgroep? Van welke onderwerpen en content worden ze enthousiast?



Haal waardevolle input van mensen uit jouw doelgroep die nu al in jouw onderneming werken.
mensen uit de doelgroep werken er nu al bij

Stap 2: Zet je verhaal neer

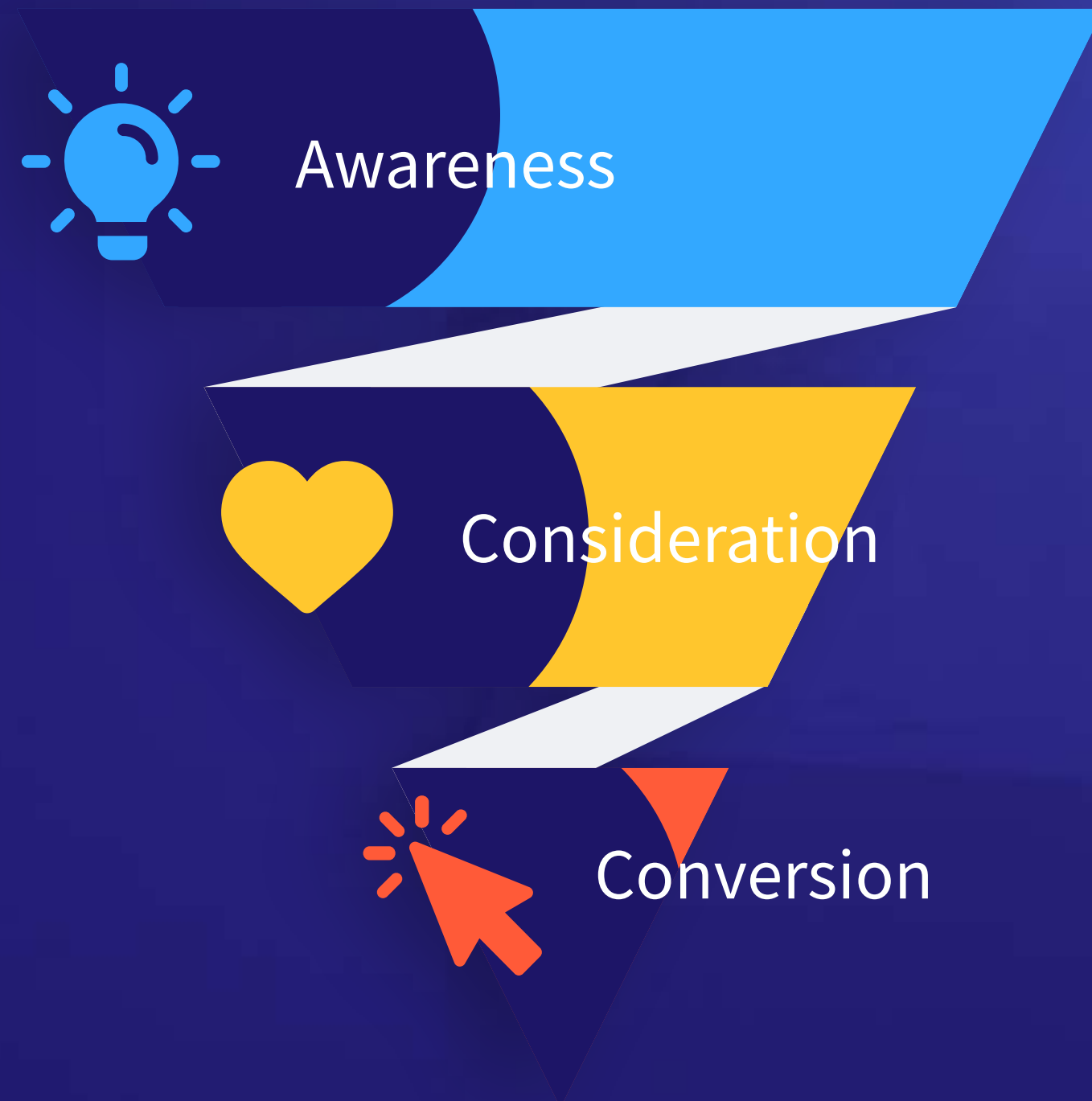
Om een goed verhaal neer te zetten heb je het antwoord op een aantal vragen nodig:

- **Wat is er uniek aan het werken bij jouw organisatie?**
- **Welke USP's hebben jullie als bedrijf?**
- **Hoe past bovenstaande op jouw doelgroep en hoe maak je hier een mooi verhaal van?**

Een bureau dat gespecialiseerd is in employer branding kan uitkomst bieden bij het uitwerken van een creatief concept.

Stap 3: Activatieplan

Het is tijd om een plan te maken voor het benaderen van je doelgroep.



Aanpak

Als je een schaarse doelgroep wilt aantrekken, zul je waarschijnlijk uitkomen op een full-funnel aanpak (links). Hierbij verleid je je doelgroep gaandeweg om te solliciteren dankzij een inkijkje in je cultuur, waardes en verhaal.

Mediaplan

Je mediaplan stem je af op je doelgroep en aanpak. Afhankelijk hiervan kun je meer of minder focus leggen op Social Media campagnes, Google ads en retargeting van je huidige websiteverkeer.

Activatie medewerkers

Medewerkers zijn een essentieel onderdeel van het uitdragen van je employer brand. Als je je medewerkers kunt activeren om hun (sociale) netwerken in te zetten heeft dit vaak een positief effect op zowel sollicitaties als interne trots.

Stap 4: Contentontwikkeling

Nu je mediaplan klaar is, weet je ook welke content je nodig hebt voor het benaderen van je doelgroep. Onder de eerder gecreëerde creatieve paraplu kan nu de juiste content ontwikkeld worden. Vaak gebeurt dit in de vorm van storylines.

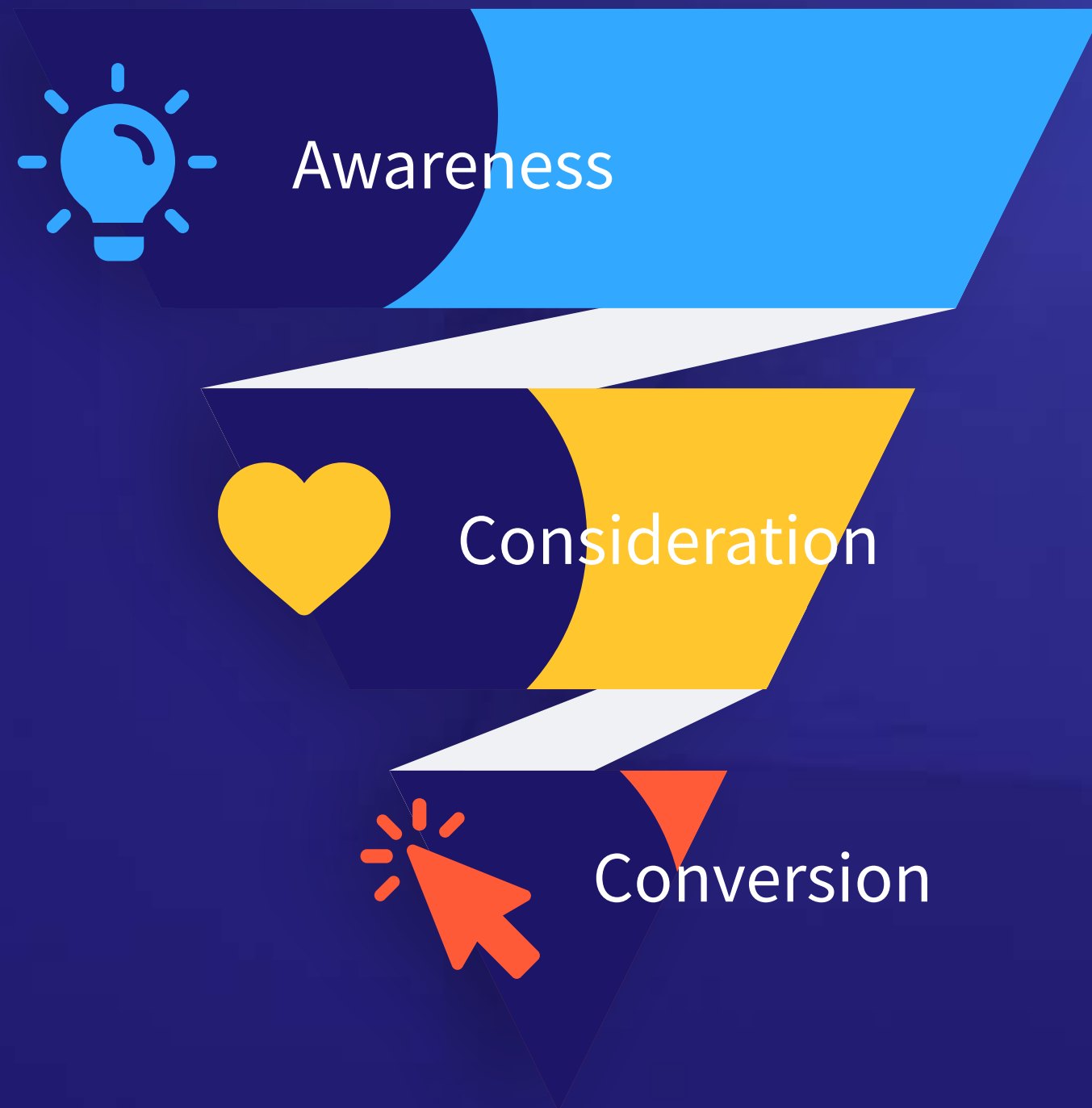


E-book: Content checklist voor
recruitment marketing

Lees 'm



Om je strategie te analyseren, is het belangrijk om je resultaten structureel door te meten.



KPI Framework

Maak een framework voor het doormeten van je strategie. Welke cijfers zijn belangrijk in welke fase van de funnel? In de awareness fase hebben cijfers over het bereik van je campagnes meer waarde, waar dit later in de funnel meer zal gaan over verkeer, kwaliteit van verkeer en conversie.

Learning loop

Om de ontwikkeling van je resultaten goed te kunnen volgen is het belangrijk om altijd dezelfde periodes tegen elkaar af te zetten. Op die manier ontstaat een learning loop waarmee je voortdurend kunt optimaliseren. Over het algemeen hanteren we bij MrWork een learning loop van 2 maanden.



You're ready to go!
Nog 1x de stappen:

- 1. Doelgroep analyse**
- 2. Zet je verhaal neer**
- 3. Activatieplan**
- 4. Contentontwikkeling**
- 5. Maak het meetbaar**

Succes!



MrWork: Jouw complete recruitment marketing oplossing

Volgende E-book: Een framework voor het ideale recruitment marketing mediaplan

Hou me op de hoogte

Ontdek de recruitment marketing technologie van MrWork

Boek een demo





MrWork

Jouw complete recruitment marketing oplossing