

CASE STUDY

JAK SKONSTRUOWAĆ
SKUTECZNĄ
KAMPANIĘ
REKRUTACYJNĄ

dla lidera w branży usług przemysłowych?





EKSPERCI OD USŁUG PRZEMYSŁOWYCH

Multiserwis to firma o ponad 30-letnim doświadczeniu, której filarami działalności są izolacje przemysłowe, rusztowania przemysłowe, usługi montażowe i montaż mechaniczny.

Multiserwis stanowi polską spółkę światowego koncernu Bilfinger SE. Jest międzynarodowym przedsiębiorstwem, które zatrudnia **ponad 3 700 pracowników**.

Podjęliśmy współpracę w zakresie kampanii rekrutacyjnych Google Ads i Facebook Ads



KONKRETNE CELE SOLIDNA ANALIZA

Celem naszego Klienta było pozyskiwanie z kampanii płatnych aplikacji na różne stanowiska poprzez stronę internetową.

01

Koszt pozyskania CV musiał kształtować się poniżej wyznaczonego poziomu.

02

Promowane miały być wybrane oferty na stanowiska na różnym szczeblu.

03

Klient oczekiwał raportowania, które pozwoliłoby mu porównywać efekty naszych kampanii z efektami np. publikacji ofert na portalach rekrutacyjnych.

FUNDAMENTY PROJEKTU

Kluczową kwestią było dostosowanie **rozwiązań analitycznych** do procesu pozyskiwania aplikacji online przez Klienta oraz zaprojektowanie **kampanii zgodnych z restrykcjami platform reklamowych** w zakresie promowania rekrutacji.



Mierzenie i analiza danych

Proces rekrutacji odbywał się częściowo na zewnętrznej platformie - zależało nam, aby nie utracić cennych danych o skuteczności kampanii.

Wymogi dot. promowania rekrutacji

Zarówno systemy Google Ads, jak i Facebook Ads mają ograniczenia dot. reklam ofert pracy - potrzebowaliśmy się do nich dostosować, a jednocześnie zrealizować cele projektu.



MONTUJEMY KAMPANIE



Google Ads

Rozpoczęliśmy działania od **kampanii w wyszukiwarce** oraz od zbierania **list remarketingowych**, aby móc je wykorzystać w kampaniach **Discovery** i jeszcze skuteczniej docierać do potencjalnych klientów.



Facebook Ads

Uruchomiliśmy reklamy ofert pracy w formie karuzeli i pojedynczych grafik, **kierując odbiorców na stronę www**. Wsparliśmy je kampanią **wideo i remarketingiem**, a następnie przeszliśmy na **kampanie z celem konwersje**.



Listy niestandardowe

W kampaniach Klienta zostały także wykorzystane listy niestandardowe odbiorców, czyli kierowanie reklam w sieci reklamowej do użytkowników, którzy **odwiedzali strony konkurencji** oraz którzy **szukali konkretnych ofert pracy w wyszukiwarce**.



Grupy docelowe

W związku z ograniczeniami dot. reklam ofert pracy musieliśmy opracować pomysł na dotarcie do monterów, inżynierów, majstrów itp. **za pomocą samych zainteresowań i zawężeń**, by efektywnie wydać budżety.



POMIARY NIE NA OKO!

Proces rekrutacyjny odbywał się częściowo w domenie Klienta, a częściowo na zewnętrznej platformie. Bardzo ważne było precyzyjne analizowanie wyników (pozyskanych CV) dla różnych źródeł/kanalów.

Po wielu spotkaniach, w tym także z dostawcą platformy, zaproponowaliśmy **czytelny model raportów** wykorzystujący nie tylko import danych z Google Analytics, Facebook Ads i Google Ads, ale także **dotatkowe formuły i automatyczne szacunki**.

FACHOWA ROBOTA

Stawki

Jednym z celów było **pozyskiwanie CV poniżej określonego kosztu**. Dzięki optymalizacji stawka była niższa od wyznaczonej przez Klienta o

45%

Wyniki

Nasze kampanie pozyskały ponad **30% wszystkich CV**, a jakość ruchu (wsp. odrzuceń, czas trwania sesji, strony/sesja) była lepsza niż w poprzednim okresie średnio niemal

2X





PODSUMOWANIE

TRWAŁA WSPÓŁPRACA

Dzięki **nieszablonowemu myśleniu i doświadczeniu** naszego zespołu oraz **zaangażowaniu i świetnej komunikacji** ze strony Klienta, projekt okazał się sukcesem. To dla nas źródło satysfakcji i motywacji do budowania jeszcze lepszych kampanii!