

In 5 Maanden tijd 44 nieuwe collega's en naamsbekendheid voor Avoord

Van traditionele werving naar een Full-Funnel mediastrategie

VONQ helpt Avoord om met een op maat gemaakte recruitment-strategie hun wervingsdoelen te bereiken en de naamsbekendheid in de regio te vergroten. Dankzij deskundig advies van onze specialisten werd de campagne voortdurend geoptimaliseerd, wat resulteerde in verbeterde resultaten en hogere kwaliteit van de sollicitaties.

Gelukkig wonen en werken

Elke dag zetten meer dan 1.200 toegewijde medewerkers en 600 vrijwilligers van Avoord zich in om levensgeluk te brengen aan kwetsbare ouderen en hun naasten. Ze geloven sterk in het motto: thuis wonen zolang het kan, en anders op een van de Avoord locaties in Etten-Leur, Rijsbergen of Zundert. Avoord streeft naar kleine geluismomenten voor zowel cliënten als collega's.

Opgericht:

2001

Industrie:

Ouderenzorg

Faciliteiten:

1.200 werknemers,
600 vrijwilligers,
3 locaties in Nederland

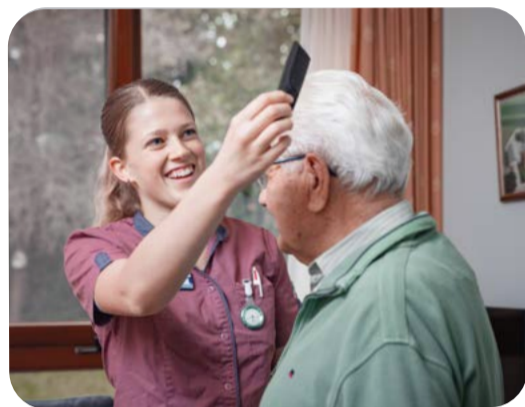
Websites:

www.avoord.nl
www.werkenbij-avoord.nl

De uitdaging: Partners in crime

Voordat Avoord bij ons aanklopte, verliep hun werving traditioneel via online vacatures op hun eigen website, diverse jobboards en posts op Facebook en Instagram. Deze aanpak leverde echter te weinig sollicitaties op voor belangrijke functies zoals helpende en verzorgende individuele gezondheidszorg (IG), mede door een lage naamsbekendheid in de regio.

Dat moet en kan anders, dus zocht Avoord een externe partner om hun recruitment-marketingstrategie te optimaliseren. Met een inspirerende kennismakingsessie legden we behoeften en wervingsdoelen bloot. Het streven? In nog geen zes maanden tijd 35 nieuwe, kwalitatieve zorgcollega's aantrekken vanuit de regio's Etten-Leur, Rijsbergen, Zundert en Breda.



„De resultaten zijn ongekend; ik heb nog niet eerder zo'n hoge instroom gezien op deze vacatures,“ – aldus senior recruiter Gabrielle Haslinghuis, verantwoordelijk voor de medewerkersinstroom bij Avoord.

De oplossing: De kracht achter de campagne

Van Traditioneel naar Full-Funnel

Bij Avoord staat de werknemer centraal. Dit moest dan ook terugkomen in het proces. We ontwikkelden een full-funnel mediastrategie, gericht op verschillende stadia van de kandidaatreis: awareness, consideration en action. Binnen een radius van 30 kilometer rondom Breda, Etten-Leur, Rijsbergen en Zundert richtten we ons op het aantrekken van kandidaten voor de functies van helpende en verzorgende IG. Met gericht marktonderzoek naar de doelgroep verfijnden we de campagnestrategie, wat zorgde voor een persoonlijker aanpak en een groter bereik.

Online platforms zoals Google Search, Google Display, YouTube, Facebook en Instagram zorgden voor een integrale campagne. Bedoeld om Avoords zichtbaarheid op de competitieve arbeidsmarkt te vergroten en de juiste kandidaten aan te trekken. Ook haalden we een veelvoorkomende sollicitatiedrempel weg. Zo hoefden sollicitanten bij interesse alleen hun naam, telefoonnummer of e-mailadres achter te laten. Binnen twee dagen nam Avoord contact met ze op om een gesprek in te plannen.



Real-Time inzichten, directe acties


Transparantie was tijdens de campagne cruciaal. Een dashboard zorgde voor real-time inzichten in de prestaties op verschillende media, zoals het websitegedrag en via welk platform sollicitanten binnenkwamen. Dankzij continue monitoring konden we verbeteringen direct of in vervolgstappen doorvoeren.




Alle cijfers op een rij

In slechts vijf maanden leidde Avoords op maat gemaakte recruitmentmarketing-campagne tot geweldige resultaten. De campagne trok 9.343 gebruikers aan, die samen 13.666 sessies en 31.554 paginaweergaves genereerden.

De vacatures werden 5.813 keer bekeken, 381 gebruikers begonnen aan het sollicitatieproces en 152 ronden hun sollicitatie succesvol af. Na twee gespreksrondes werden uiteindelijk 44 nieuwe collega's aangenomen, waarvan 14 helpende en 30 verzorgende IG. Branded zoekwoorden zorgden voor 5.000 impressies en 3.400 klikken.

 Facebook & Instagram:
Verhoogde zichtbaarheid

 Google: Verantwoordelijk
voor 87% van de sollicitaties



9.343

gebruikers



152

afgeronde sollicitaties



44

nieuwe collega's

31.554

paginaweergaves

9.343

gebruikers

5.813

eenmaal bekeken

381

gestarte sollicitaties

152

afgeronde sollicitaties

44

nieuwe collega's

Blik op de toekomst

Door het veranderende zorglandschap kreeg Avoord tijdens de campagneperiode naast instroom ook met uitstroom te maken. Dankzij de succesvolle campagne en de goede samenwerking heeft Avoord besloten de campagne te verlengen. Zo behouden we de online zichtbaarheid en blijven we kwalitatieve kandidaten werven. Daarnaast richten we ons de komende tijd op meer inhoudelijke content over Avoord als werkgever. Een succesvolle campagne en een sterke samenwerking zorgen voor blijvend positieve resultaten voor Avoord. Bij VONQ zijn we trots op de resultaten en onze samenwerking met Avoord.

**+15 Jaar Marktervaring
& 1.000 tevreden klanten**


OBI
AIRBUS

BNP PARIBAS
Microsoft
BASF
We create chemistry

randstad
KfW
Staatssparbank

Bent u op zoek naar
de juiste oplossing?
Wij geven u graag advies.

hello@vonq.com