"Nienudna agencja pracy"

CZYLI KREATYWNY MARKETING DLA BRANŻY HR



SOCIAL MEDIA DLA AGENCJI PRACY

DOWIEDZ SIĘ JAK TO ROBIĆ DOBRZE

Wstęp

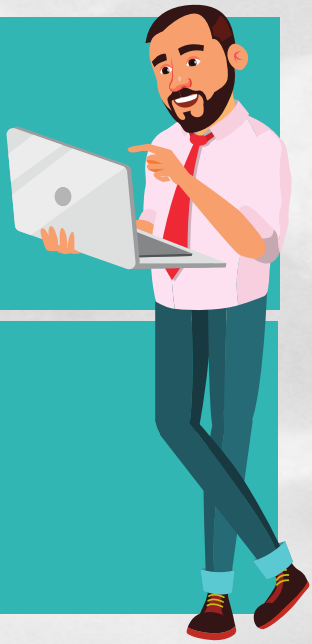
O CZYM JEST TA OPOWIEŚĆ?

Cześć. Jesteśmy małą agencją marketingową, która zajmuje się prowadzeniem mediów społecznościowych dla firm. Specjalizujemy się w agencjach pracy i dbamy o to, aby ich profile były nie tylko efektywne, ale też po prostu kreatywne. To po prostu fajny wizerunek w mediach społecznościowych.

Kolejne rozdziały pokażą Ci jak to robić w sposób interesujący i odpowiemy na pytanie po co to robić. Możesz oczywiście od razu przejść na koniec tego ebooka i zobaczyć naszą ofertę, wraz z ceną, ale może warto przeczytać całość?

Bo szczęśliwi czasu nie liczą, a ta opowieść na uszczęśliwić Twoje "kreatywne Ja", szczególnie jeśli pracujesz w branży HR.

Miłego czytania!



Rozdział 1

PO CO MI TE MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE?



Mam mieć media społecznościowe, bo wszyscy mają? Albo prowadzić je byle były, bo jak firmy nie ma w social mediach to w mózgu potencjalnego klienta krąży myśl "coś jest nie tak"? A może mam stworzyć fanpage, bo mój dział marketingu się nudzi i trzeba powrzucać jakieś memy? Cóż, powody są różne, ale...

Media społecznościowe generalnie istnieją w kilku celach, niezależnie od branży:

- mają budować pozytywny wizerunek Twojej marki
- mają wyróżniać, a jednocześnie korzystać ze sprawdzonych metod
- mają dawać Ci miejsce na prezentację oferty
- mają tworzyć więź na linii firma - potencjalny klient
- mają bawić, animować obserwujących
- mają ułatwiać kontakt z marką
- mają budować zaufanie

Jak te "mają" przekłada się na agencję pracy? O tym przeczytasz za chwilę. Dalsza część tej opowieści wyjaśni Ci bowiem jak media społecznościowe naprawdę mogą pomóc agencji pracy.



Rozdział 2

FAJNA AGENCJA PRACY, CZYLI POZYTYWNY WIZERUNEK



To taka agencja pracy, której się kibicuje. Jeśli użylibyśmy porównania do drużyny piłkarskiej. Z jednej strony wymagasz dobrych wyników, a z drugiej strony sympatyzujesz z marką na dobre i na złe. Śledzisz jej wyniki, nawet jak nie możesz oglądać meczu, bo po prostu z tą drużyną sympatyzujesz.

W kategorii wyników, agencja pracy dostarcza Ci jasne korzyści:

- dobre oferty pracy
- postów, które "da się lubić"
- ciekawostek branżowych

Sympatyzowanie z agencją pracy "na dobre i na złe" oznacza to, że trzymamy się jej blisko nawet, jeśli w tym momencie nie są nam potrzebne jej usługi. Czyli nie chcemy zmieniać pracy. Gdy jednak pojawi się "potrzeba" poszukania nowego miejsca zatrudnienia to najpierw nasze oczy zwrócą się w kierunku, któremu ufamy i marki, którą znamy i pamiętamy o niej. Dlatego warto reklamować się cały rok, nawet jeśli ludzi do pracy dana agencja wysyła np. tylko w wakacje.

Pamiętajmy też, że nie tylko my możemy szukać pracy, ale i nasi znajomi. Polecisz komuś agencję, której nie znasz? Której nie ufasz? Której zwyczajnie nie lubisz?
Nie sądzę.

Pozytywny wizerunek agencji pracy buduje się nie tylko na sukcesach, ale i... potknięciach. Może się bowiem zdarzyć, że komuś coś się komuś na wyjeździe nie spodobało, były jakieś trudności lub inna sytuacje budząca frustrację w pracowniku.

Lepiej żeby ktoś taki wygłosił swój problem na naszym fanpejdżu lub gdzieś gdzie nie możemy się do tego odnieść. Nie ma co chować głowy w piasek, trzeba odpowiedzieć lub wygłosić oświadczenie. Twój fanpage jest do tego doskonałym miejscem. Pozytywny wizerunek agencji pracy buduje się też na szczerości.

Rozdział 3

ŁATWIEJSZY KONTAKT Z MARKĄ



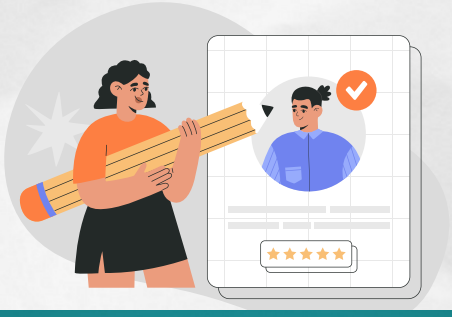
Skoro oferujesz ludziom pracę to mogą pojawić się pytania. Zarówno przed wyjazdem, jak i w trakcie czy już po (np. jak coś rozliczyć itd.) Media społecznościowe to dobre miejsce, aby po prostu do firmy napisać. Obsługa klienta jest jednym z filarów mediów społecznościowych, tak jak i agencji pracy.

We wcześniejszym rozdziale wspomnieliśmy o miejsce na krytyczne uwagi (nie mówimy o hejcie). Jeśli najpierw ktoś napisze do nas pretensje w wiadomości prywatnej to może uda się to załagodzić "w cztery oczy". Jeśli nie będziemy odpowiadać na te wiadomości, frustracja może przelać się na forum publiczne, nasze posty itd.

Będziesz także publikować oferty pracy, prawda? Zatem łatwiej zadać pytanie na fanpejdżu marki (w komentarzu, w wiadomości prywatnej, można zadzwonić).

Łatwiejszy kontakt z marką to budowanie zaufania, tworzenie więzi na linii firma/klient, czyli to coś co niebagatelnie wpływa na ten cały "pozytywny wizerunek firmy".
Chętniej wrócisz przecież do sprzedawcy, który jest sympatyczny (szczególnie jeśli oferuje niegorszy produkt niż ten ktoś mniej sympatyczny). Tak już mamy, że marketing i obsługa klienta wchodzą we wszystkie dziedziny życia.

Poza tym, Twój fanpage to też dobre miejsce na zostawienie pozytywnej opinii o Twojej agencji pracy.



Rozdział 4

WYRÓŻNIJ SIĘ ALBO GIŃ W TŁUMIE



Fanpage agencji pracy na Facebooku posłuży też oczywiście agencji pracy jakie miejsce do publikowania klasycznych ofert pracy lub też jako sposób na kierowanie potencjalnych pracowników na stronę www.

Ale czy publikować tylko oferty? NIE. Wspominaliśmy, że nie każdy fan Twojej marki szuka w tej chwili pracy. Np. student czy maturzysta wyjedzie tylko w wakacje.
Nie może zapomnieć o Twojej firmie. Dlaczego?

Bo gdy nadejdzie czas wyjazdów będziesz przebijać się przez konkurencję od nowa. Znów będziesz przebijać się przez opory fana, a przecież lepiej żeby Cię znał i do Ciebie zwrócił się zanim w ogóle pomyśli o konkurencji. Jeśli zadowolisz go dobrą ofertą pracy to do innych już może nawet nie pójdzie.

Ale tak, nie samymi ofertami pracy agencja pracy żyje. Zatem publikować można na różne tematy, choć najlepiej trzymać się tematu HR lub branż, w których zatrudniasz. W przypadku, gdy wysyłasz ludzi do pracy za granicę możesz sięgać po ciekawostki na temat danego kraju. Ale pisać możesz o wszystkim, choć pamiętać trzeba o jednym:

ZAWSZE STARAJ SIĘ WPISAĆ W KONTEKST "PRACY"

Na następnej stronie znajdziesz kilka przykładów.



Można było napisać zwykłe życzenia na Dzień Kobiet, ale można też ciut inaczej. Tak, aby życzeniami wpisać się w walkę kobiet o równość wynagrodzeń.



Nie sprzedajesz pizzy, ale na świecie jest DZIEŃ PIZZY. Wpis temat w Twoją branżę.



Piłkarska reprezentacja Polski zagra pierwszy mecz pod wodzą nowego trenera. To też da się wpisać w kontekst nowej pracy itd.



Rozdział 5
CO PUBLIKOWAĆ NA FANPEJDŻU AGENCJI PRACY?



Wspomnieliśmy, że należy publikować oferty pracy, ciekawostki ze świata pracy (różnych branż), odpowiedzi na często pojawiające pytania lub w specjalnych sytuacjach oświadczenia kryzysowe. Warto jednak być generalnie "na czasie", jak widać po rozdziale 4. To sprawdzone rozwiązania, ale też można łamać schematy bez oglądania na to co się dzieje. Przykłady poniżej. Warto bawić się słowem (jak my:)











Podobne powyższym posty możesz tworzyć z wyprzedzeniem, są dość uniwersalne, ale mamy jeszcze kilka uwag na temat tego co publikować na fanpejdżu agencji pracy.

- Twoi pracownicy (ludzie lubią wiedzieć kto im pomaga)
- jubileusze (firma, która ma 20 lat może budzić większe zaufanie niż taka 2-letnia)
- infografiki z podsumowaniem (np. rocznym, czasochłonne, ale też warte wysiłku)
- sięgaj po popkulturę, to kopalnia pomysłów (np. przebój kinowy, premiera nowej książki znanego autora, coś o czym wszyscy mówią)
- głosowanie reakcjami (zadawaj różne pytania)
- można brać udział w wyzwaniach lub stawić je konkurencji
- (nie udawaj, że nie istnieje:)

Agencja pracy nie musi być tylko słupem reklamowym z ofertami pracy. Może mieć swoją tożsamość, fanów i ludzkie oblicze (bo ludziom błędy wybaczyć jest łatwiej niż bezosobowemu szyldowi).

Powyższe to tylko kilka pomysłów na posty, chodzi o to by wymieszać standardowe, sprawdzone rozwiązania z zagraniami nieszablonowymi. My możemy pomóc Ci zarówno z tym bardziej standardowym podejściem (bo mamy doświadczenie) i tym kreatywnym (bo kreatywność mamy i nie wahamy się jej użyć).



TO JESZCZE NIE KONIEC

Rozdział 6

MIEJSCE NA KREATYWNOŚĆ. A KONKRETY?



Tak, czas na konkrety. Na przykład kampanie reklamowe na Facebooku czy Instagramie. Nie zdradzimy oczywiście na jakich budżetach pracują agencje zatrudnienia, których mediami społecznościowymi się zajmujemy.
Są zróżnicowane i to już ustalamy indywidualnie.

Facebook działa tak, że ile mu dasz tyle zazwyczaj wyda. Sztuką jest powiedzieć mu na co ma być. Są wydatki na zasięgi, na aktywność fanów, pozyskanie nowych itd.

Ale jest też LeadAds. Na czym to polega?

Wyobraź sobie, że idziesz ulicą. Podchodzi do Ciebie obcy człowiek i prosi Cię o adres e-mail lub numer telefonu. Bo chce zadzwonić z ofertą. Raczej tych danych nie dasz prawda?

Natomiast w Internecie krąży sobie taka reklama LeadAds, gdzie np. za jeden pozyskany kontakt płacisz Facebookowi 3-4 zł. Możesz to sobie skalować, ale sednem jest konkret: osoby zainteresowane Twoimi usługami.

Media społecznościowe to oczywiście stawianie na wizerunek i animację fanów, aby utrzymać ich blisko lub budzić zaufanie, które skłoni do polecania nas przez innych. Jednocześnie to jednak konkret w postaci reklam sponsorowanych (np. LeadAds).
Pamiętaj, nawet najfajniejsze posty mogą zginąć w tłumie jeśli nie będziesz ich promować.

Nie chcielibyśmy też, aby Twoja agencja pracy w takim tłumie zginęła. Zatem pomożemy Ci się wyróżnić, a jednocześnie dotrzymać kroku innym, którzy już w tych socialach są. Mamy nadzieję, że czas spędzony nad tym ebookiem nie był stracony i odezwiesz sie do nas w temacie współpracy. Zapraszamy do zapoznania się z konkretną ofertą.

OFERTA WSPÓŁPRACY.
PAKIETY I ZAKRES USŁUG.

PAKIET 1

Koszt: 980 zł netto / miesięcznie

Facebook

- analiza obecnego profilu na Facebooku lub stworzenie nowego fanpage
- strategia rozwoju i ustalenie celów
- dedykowany opiekun fanpage
- 8 postów miesięcznie (grafika + tekst)
- 2 relacje lub 2 reelsy lub 2 inne animacje
- kampanie reklamowe FacebookAds (nie więcej niż 8, z wyłączeniem LeadAds)
- comiesięczne raporty z działań

PAKIET 2

Koszt: 1580 zł netto / miesięcznie

Facebook, Instagram

- analiza profili na Facebooku i Instagramie lub stworzenie nowych
- strategia rozwoju i ustalenie celów
- dedykowany opiekun kont (Instagram i Facebook)
- 10 postów miesięcznie na Facebook (grafika + tekst)
- 4 posty miesięcznie na Instagram (grafika + tekst)
- 2 relacje lub 2 reelsy lub 2 inne animacje (do wyboru Instagram czy Facebook)
- kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie (nie więcej niż 10 na profil, z włączeniem LeadAds)
- comiesięczne raporty z działań
- udostępnianie postów na grupach

PAKIET 3

Koszt: 2680 zł netto / miesięcznie

Facebook, Instagram, LinkedIn

- analiza profili na Facebooku, Instagramie i LinkedIn lub stworzenie nowych
- strategia rozwoju i ustalenie celów
- dedykowany opiekun kont (Instagram, Facebook, LinkedIn)
- 12 postów miesięcznie na Facebook (grafika + tekst)
- 4 posty miesięcznie na Instagram (grafika + tekst)
- 4 posty miesięcznie na LinkedIn (grafika + tekst)
- 2 relacje lub 2 reelsy lub 2 inne animacje (do wyboru Instagram czy Facebook)
- kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie (nie więcej niż 10 na profil, z włączeniem LeadAds)
- comiesięczne raporty z działań
- udostępnianie postów na grupach
- moderacja komentarzy
- implementacja Pixela na stronie www
- przygotowanie propozycji brand hero

Kontakt

E-MAIL: ADVERTISING@ITDESK.EU

