

De vier succesvolle campagnes van ERC: meer merkbekendheid én 87 interessante kandidaten

De European Resuscitation Council (ERC) is een organisatie met een **levensreddende missie**, echter is deze nog niet zo bekend bij het grotere publiek. En dat maakt het invullen van vacatures ook lastiger, helemaal als het gaat om moeilijke en specifieke functies. ERC stond dus voor een uitdaging. Er was een gerichtere aanpak nodig waarmee **de juiste doelgroep** wel aangesproken zou worden. Met behulp van sympl konden ze die juiste doelgroep bereiken én hun merkbekendheid vergroten op **sociale media**. Dubbel voordeel, dus!

[Download deze case →](#)



87

SOLLICITANTEN



1.1 mln

IMPRESSIES



3.98%

SOLLICITATIEPERCENTAGE

Over ERC

De European Resuscitation Council wil naties van levensredders creëren, gemeenschappen die er klaar voor zijn om te reageren op een hartstilstand. Om dit te bereiken, creëren ze *evidence-based* richtlijnen, training en opleiding. Ze werken met gemotiveerde mensen die harten én hoofden willen veranderen.

Bedrijfsomvang: 5 - 10 werknemers

Sector: Informatie, communicatie en professionele educatie

Een gerichtere aanpak mét bereik

ERC maakte vooral gebruik van **rekruteringsbureaus** en mond-tot-mondreclame, echter had dit niet het gewenste effect. Als kleine organisatie met een heel specifiek doel maar weinig mogelijkheid om dit te communiceren, hadden ze een meer **gerichte** en **digitale** aanpak nodig. En zo kwamen ze uit bij sympl: "Met de sociale media campagnes konden we onze missie breed uitdragen aan de mensen die zich hierdoor echt aangesproken zouden voelen", aldus ons contact bij ERC. En dat leidde tot "een goede eerste ervaring met veel **potentiële kandidaten** voor een wat moeilijker profiel", aldus ERC.

Vier succesvolle campagnes

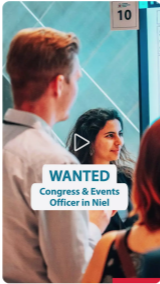
ERC had verschillende **specifieke** (en dus lastige) functies om in te vullen: van Course Coordinator Assistant, Congress & Events Officer tot Marketing and Communications Officer. Sympl zette hiervoor de campagnes op, zo werd een **catchy vacaturetekst** geschreven, **speciale video's** gemaakt en het succes van de campagnes getest (met automatische A/B testing). De campagnes werden ook continu **geoptimaliseerd** en bijgestuurd met een **speciaal algoritme**. Zo werd altijd de best werkende advertentie aan de juiste doelgroep op het gepaste kanaal getoond. En dit leverde goede resultaten op: 1,1 miljoen impressies, 2182 bezoekers op de vacaturepagina's en 87 kandidaten voor vier verschillende vacatures (met een hoog sollicitatie percentage van 3,98%).

De succesvolle "Course Coordinator Assistant"-campagne

Om dit succes nog beter te begrijpen, duiken we in de cijfers van de Course Coordinator Assistant vacature: deze campagne kreeg maar liefst **301.232 impressies** op sociale media, waarna 0,32% doorklikte van de advertentie naar vacaturepagina (oftewel de *click-through-rate*). Dit leidde tot 489 bezoeken aan de vacaturepagina en **38 sollicitaties**. Deze campagne had dan ook een zeer hoog sollicitatie percentage: 7,77% van alle bezoekers op de vacaturepagina solliciteerde ook daadwerkelijk, wat het driedubbele is van het gemiddelde van sympl (2,1%).



Course Coordinator



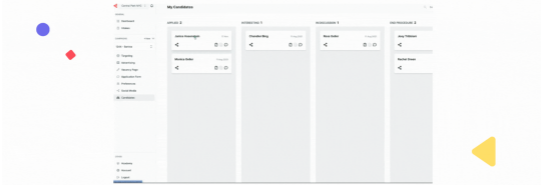
Congress & Events Officer



Marketing and Communications Officer

Een snel en efficiënt wervingsproces

En de hulp van sympl gaat verder dan alleen het werven van sollicitaties, de **87 kandidaten** konden daarna ook gerangschikt en opgevolgd worden in het systeem. "Ik was positief verrast over het **gebruiksgemak** van de sympl software", aldus ERC. Zo konden ze met de e-mail templates de kandidaten gemakkelijk contacteren. Daarnaast had ERC ook de mogelijkheid om via WhatsApp een bericht te sturen naar de sollicitanten, bijvoorbeeld om een sollicitatiegesprek op te volgen. Dit maakte het hele wervingsproces een stuk **snel**er en **efficiënt**er, voor de rekruteerders én sollicitanten.



Voor ERC is sympl: "Eenvoudig, efficiënt en krijg je waar voor je geld". En ook sympl blikt tevreden terug op een geslaagde samenwerking.

Het bereiken van de juiste kandidaten is **cruciaal**, dat begrijpt sympl als de beste. Wij je graag het bereik en de succesfactor van je vacatures vergroten? [Plan hier een online meeting in](#), zodat we samen kunnen bekijken wat sympl voor jouw bedrijf kan betekenen.



Jan van Dooren
CEO

ERC - EUROPEAN RESUSCITATION COUNCIL

“Door de campagne van sympl kreeg onze organisatie veel meer aandacht op sociale media en ontvingen we 87 interessante kandidaten.”

[Download deze case →](#)