



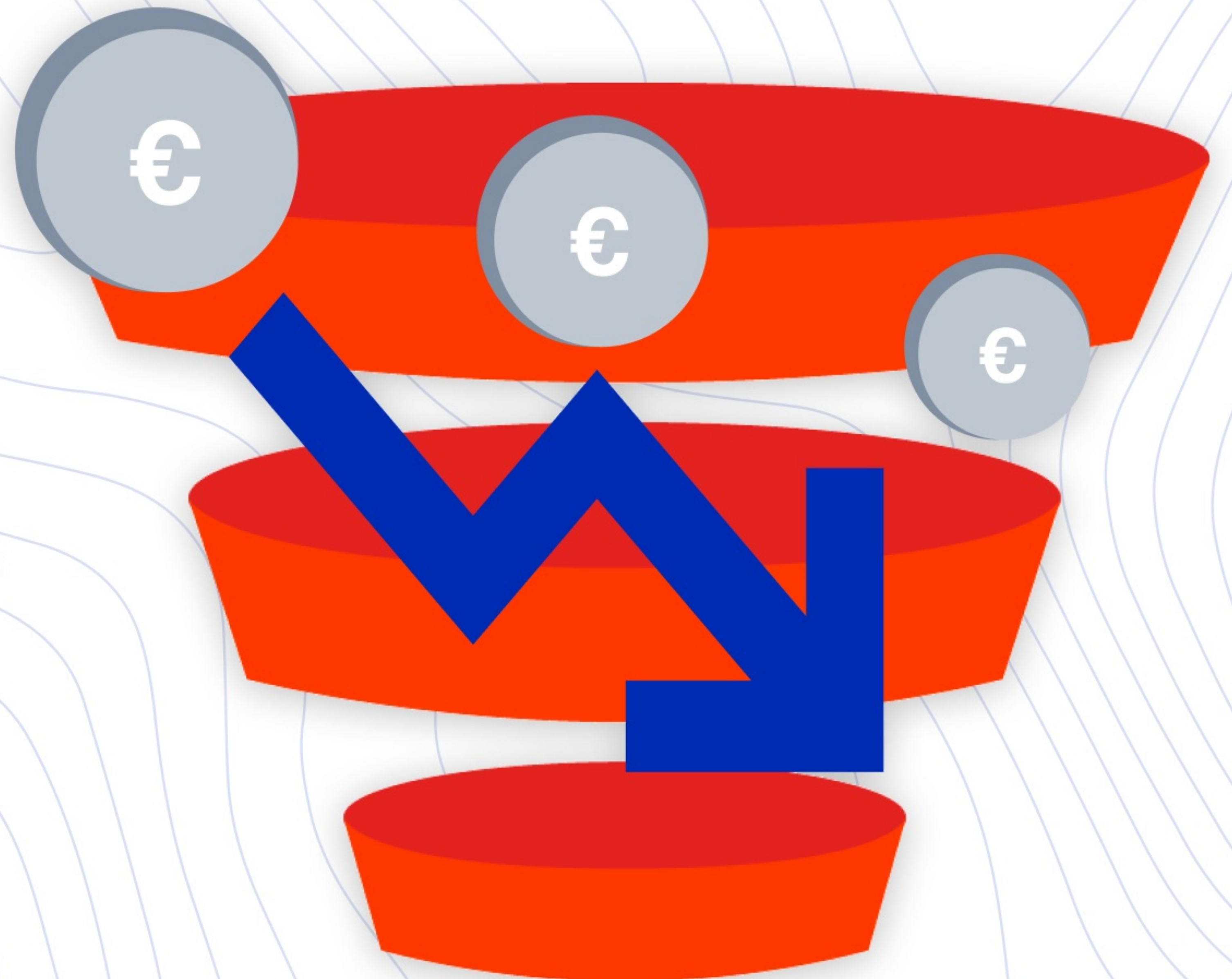
Transformation des Krankenhaus- Recruitings im Jahr 2024

Optimierte Ads, datengesteuerte
Strategie, **131 % mehr** Conversions

Herausforderungen im Gesundheitswesen überwinden

Kritisches Problem

Die Gesundheitsbranche in Deutschland steht vor einem kritischen Problem: einem erheblichen Mangel an medizinischen Fachkräften. Für Krankenhäuser bedeutet das weniger Leads, stark steigende Rekrutierungskosten und große Herausforderungen bei der Besetzung wichtiger Positionen. Im Jahr 2023 war einer unserer Krankenhauskunden genau mit diesen Schwierigkeiten konfrontiert. Seine Rekrutierungskampagnen erzielten nicht die gewünschten Ergebnisse – sie litten unter hohen Kosten pro Conversion und einer geringen Anzahl an Leads.



Frische Perspektive

Im Jahr 2024 übernahmen wir ihr digitales Marketing, brachten eine frische Perspektive ein und überarbeiteten die Strategie grundlegend. Durch die Beseitigung von Ineffizienzen, die Optimierung der Anzeigenleistung und den Einsatz datengesteuerter Taktiken erzielten wir herausragende Ergebnisse, die nicht nur die Erwartungen übertrafen, sondern auch einen neuen Maßstab für das Recruiting-Marketing im Gesundheitssektor setzten. Dieses Whitepaper beschreibt die Schritte, die wir unternommen haben, um ihre Rekrutierungskampagnen zu transformieren.

Unsere Strategie: Wie wir bahnbrechende Ergebnisse erzielt haben

Neudefinition des Kampagnenrahmens

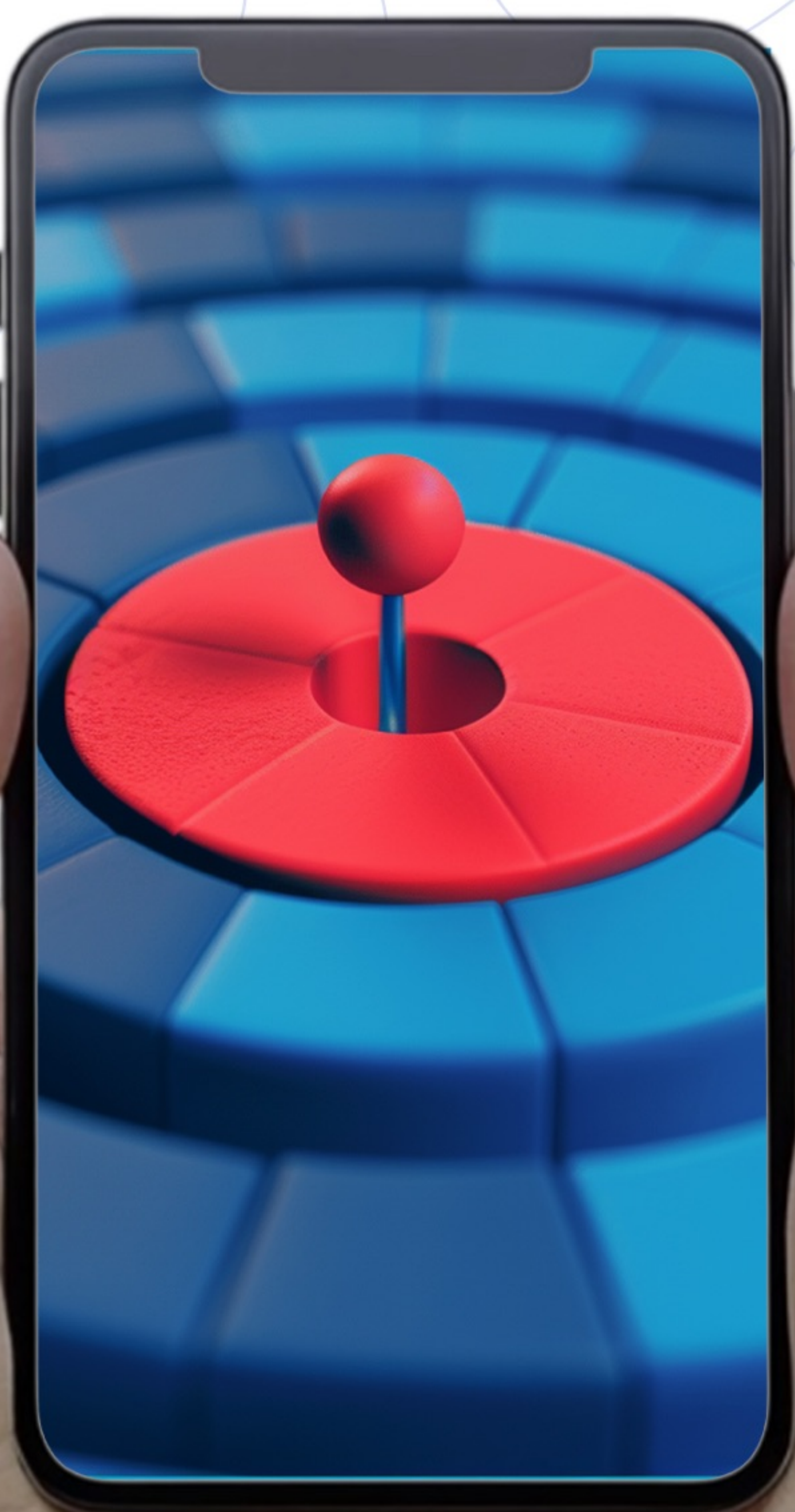
Wir begannen damit, die gesamte digitale Werbestrategie des Krankenhauses von Grund auf neu zu gestalten. Dies umfasste:

Gezielte Zielgruppensegmentierung

Wir analysierten die vergangenen Kampagnendaten des Krankenhauses, um die Zielgruppe besser zu verstehen, und erstellten hochpräzise Zielgruppensegmente. Diese Segmente konzentrierten sich darauf, medizinische Fachkräfte zu erreichen, die aktiv nach Jobmöglichkeiten suchen, sowie passive Kandidaten, die an einem Karrierewechsel interessiert sein könnten.

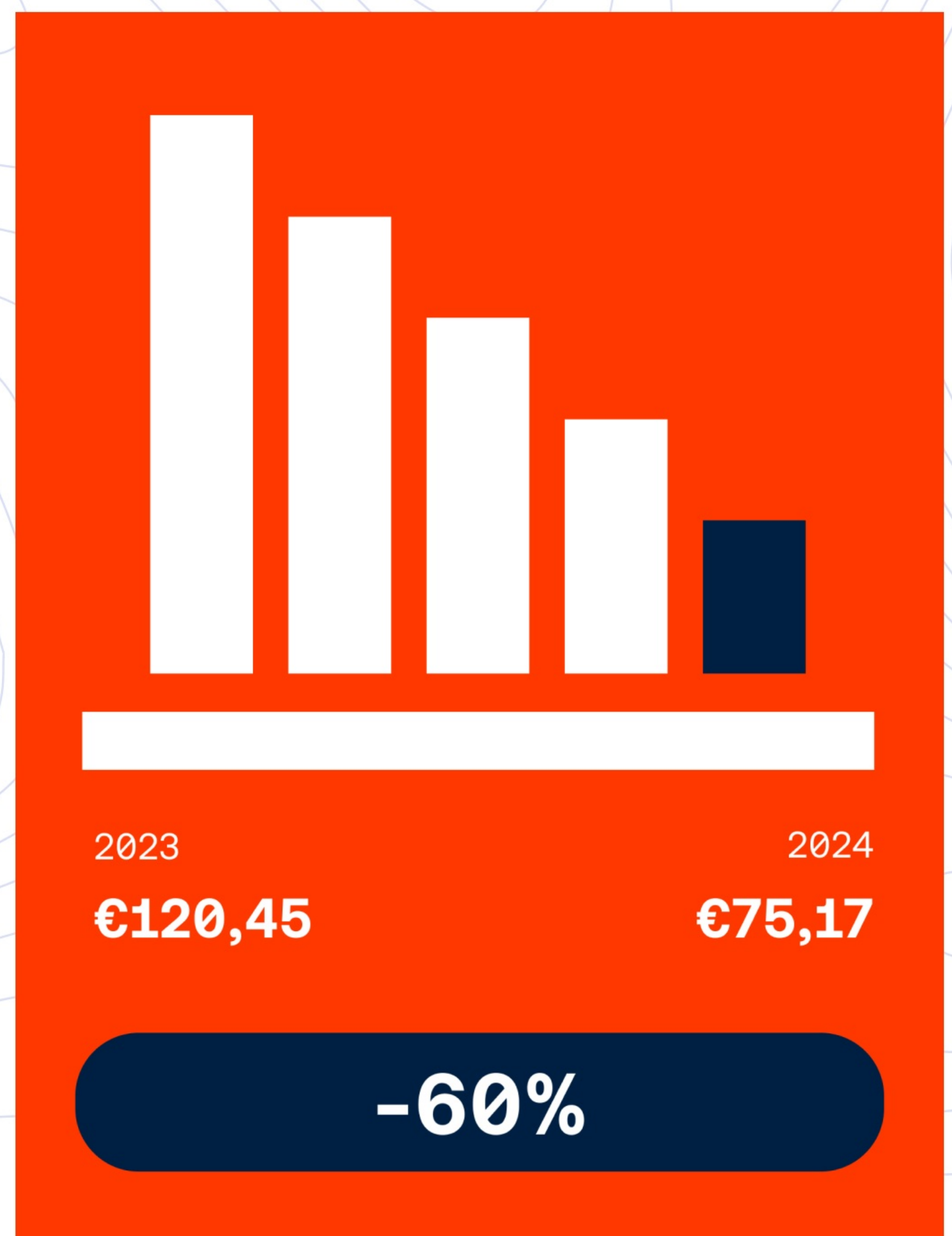
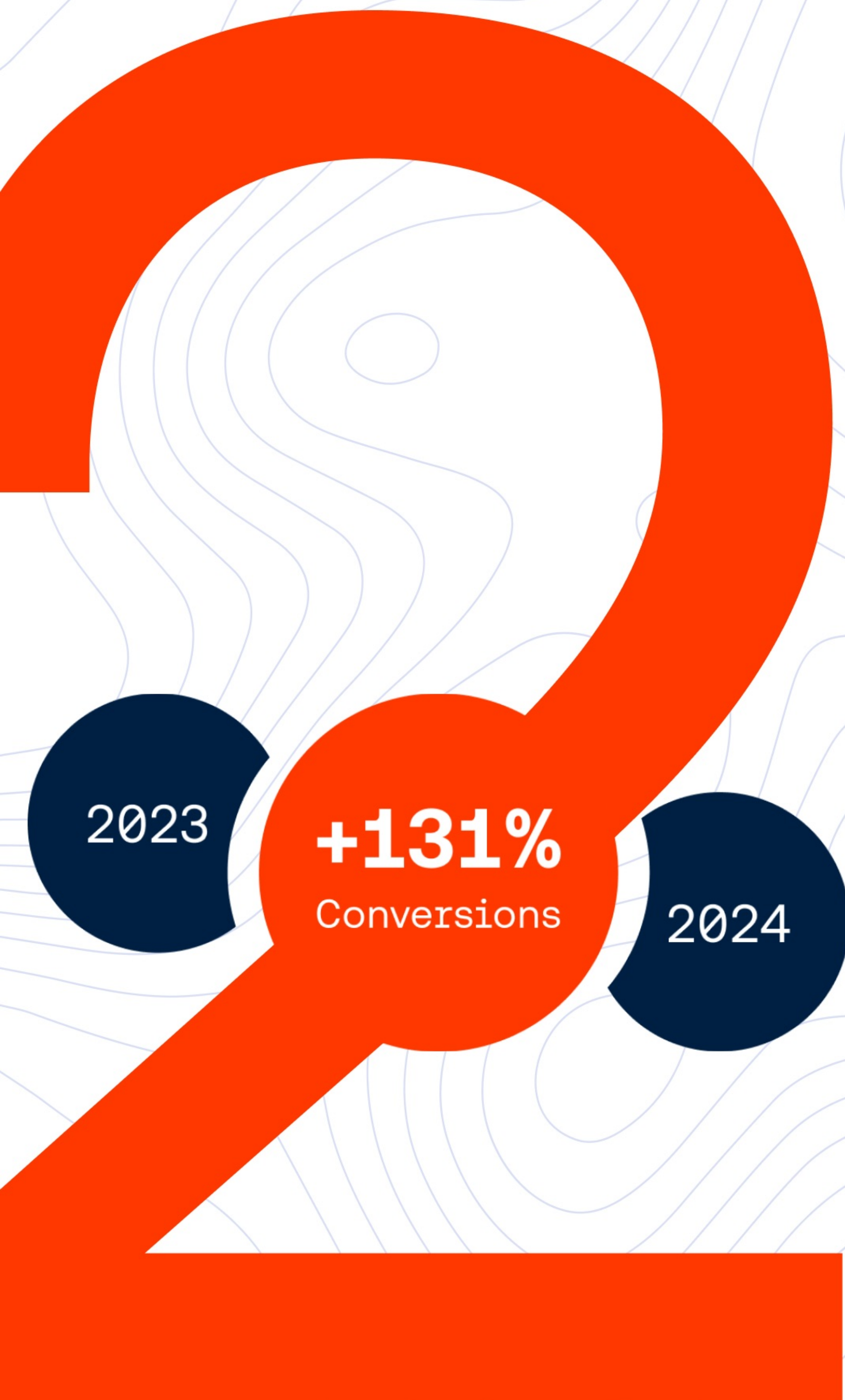
Kanäle priorisieren

Basierend auf historischen Daten verlagerten wir den Fokus auf Google Ads aufgrund seiner zielgerichteten Nutzerbasis und nutzten Meta Ads als ergänzenden Kanal, um die Reichweite zu erweitern.



Optimierung der Google Ads-Leistung

Google Ads wurde zum zentralen Element der Strategie und erzielte beeindruckende Ergebnisse:



Wir erzielten diese Ergebnisse durch:

Keyword-Strategie

Wir optimierten auf leistungsstarke, nicht markenbezogene Keywords, wodurch die Kampagnen breiteren, relevanten Traffic anziehen konnten.

Verbesserte Qualität

Wir haben die Anzeigentexte neu formuliert, um die einzigartigen Vorteile einer Tätigkeit im Krankenhaus hervorzuheben, wie z. B. die Work-Life-Balance, Karrieremöglichkeiten und wettbewerbsfähige Vergütung.

A/B-Testing

Regelmäßiges A/B-Testing der Anzeigengestaltungen sorgte für eine kontinuierliche Verbesserung der Klickrate und der Conversion-Raten.

Steigerung der Effektivität von Meta Ads

Während Google Ads den Großteil der Conversions erzielte, spielte Meta Ads eine wichtige unterstützende Rolle:

2023

+210%
Conversions

2024

Wir gingen bei Meta Ads mit Präzision vor:

- ◆ +210 % Meta Ads Conversions im Vergleich zu 2023, trotz kürzerer Aktivitätsdauer.
- ◆ Fokussierte Content-Strategien, die sich auf medizinische Fachkräfte auf Plattformen wie Facebook und Instagram konzentrierten.

Visuelle First-Kampagnen

Wir entwickelten visuell ansprechende Anzeigengestaltungen, einschließlich Videoinhalten, um Aufmerksamkeit in überfüllten sozialen Feeds zu erregen.

Zielgruppen-Remarketing

Wir nutzten die fortschrittlichen Remarketing-Funktionen von Meta, um Website-Besucher und potenzielle Leads erneut anzusprechen, die noch nicht konvertiert waren.

4

Datengetriebenes Kampagnenmanagement

Kontinuierliche Analyse und Optimierung waren entscheidend für unseren Erfolg:

Leistungsüberwachung

Wöchentliche Überprüfungen der wichtigsten Leistungskennzahlen (KPIs) ermöglichten es uns, Trends zu identifizieren und Budgets in Echtzeit anzupassen.

Saisonale Einblicke

Das Verständnis und die Antizipation von Perioden mit niedrigen Conversions halfen uns, die Ausgaben in den schwächeren Monaten zu optimieren und sicherzustellen, dass kein Budget verschwendet wurde.

Nutzung von Top-Performing Kampagnen

Unter den verschiedenen Kampagnen stachen unsere PMAX (Performance Max) Kampagnen als die effektivsten hervor:

- ◆ Die PMAX-Kampagnen erzielten konstant Conversions in allen Monaten außer Juli.
 - ◆ Die Kampagnen mit nicht markenbezogenen Keywords belegten den dritten Platz und zeigten das Potenzial von generischen, aber hochrelevanten Begriffen, um breitere Zielgruppen anzusprechen.
- # 5

Ergebnisse: Ein Rekordjahr

Unsere Strategie erzielte greifbare, messbare Ergebnisse:

1.

+131%

Google

+210%

Meta

Conversions: +131 % (Google Ads) und +210 % (Meta Ads) im Vergleich zu 2023.

Kosten-Effizienz: Reduzierung der Kosten pro Conversion um 60 %.

-60%

.2

3.



Verbesserter ROI: Ein signifikanter Anstieg hochwertiger Leads ermöglichte es dem Krankenhaus, wichtige Positionen schneller und effektiver zu besetzen.

Diese Ergebnisse lösten nicht nur ihre unmittelbaren Rekrutierungsherausforderungen, sondern positionierten das Krankenhaus auch als wettbewerbsfähigen Arbeitgeber in der Gesundheitsbranche.

Was kommt als Nächstes: Skalierung des Erfolgs im Jahr 2025

Wenn wir auf 2025 blicken, ist unser Plan, diesen Schwung auszubauen mit:

Erweiterte Video-Kampagnen

Erstellung von ansprechendem Videoinhalt, um die Anzeigengestaltung sowohl bei Google als auch bei Meta weiter zu optimieren.

Awareness-Kampagnen

Testen von Kampagnen wie DGEN, um die Markenbekanntheit zu steigern und passive Kandidaten anzusprechen.

Saisonale Kampagnen-Assets

Entwicklung maßgeschneiderter Kreativen für Hoch- und Nebensaison, um über das ganze Jahr hinweg konsistente Ergebnisse zu erzielen.

Ihr Krankenhaus könnte das nächste sein

Wenn Ihr Krankenhaus Schwierigkeiten hat, qualifizierte medizinische Fachkräfte zu rekrutieren, können wir helfen. Mit unseren bewährten Strategien, datengestützten Erkenntnissen und praxisorientierter Expertise werden wir Ihre Rekrutierungsmaßnahmen in messbaren Erfolg verwandeln.





**Kontaktieren Sie
uns noch heute, um
eine erfolgreiche
Strategie für 2025
zu entwickeln.**



Unsere
Business-
Direktorin,
Chiara
Hoffmann, freut
sich auf Ihre
Anfrage.

info@brandung.de



www.brandung.de