



מראה שעל הקיר עמוד הקריירה הכי טוב בעיר

נתחיל מהסוף, התוצאות הן:

עליה של 9% בכמות העוקבים 

עליה של 28% במקור גיוס חמ"ח 

עליה של 18% בהגשת מועמדות 

מעורבות עובדים ששברה שיאים 

מעל 300 שיתופים 

עלייה של 300% במעורבות וחשיפות עובדים 

במה פומבית לכל ההטבות לפי בחירת העובד שמפרסם 

גאווה במותג 

חיזוק המותג והשייכות פנים וחוץ 

איך כל זה קרה בפעילות אחת שנמשכה 40 יום בעמוד הקריירה?

או! טוב ששאלתם!

מתוך הבנה שאנו נדרשים לגיוס מסיבי של מעל 600 נציגי מוקדים בשנה, מזמן אנחנו רואים בנכסים הדיגיטליים שלנו בפייסבוק ובאינסטגרם כפלטפורמה משמעותית לגיוס עובדים. הבנו כי מועמדים מחפשים לעבוד במקום עבודה שהם יכולים להזדהות עם הערכים שלו, עם האנשים שעובדים בו ודומים להם, חשבנו איך לצאת בקמפיין חבר מביא חבר חדשני, שונה בנוף מיתוג המעסיק, בולט ובעל ערך בעמודי מיתוג המעסיק שלנו.

מה אנחנו עושים באופן קבוע בעמודי הקריירה שלנו?

אנו מקפידים לספק לעוקבים שלנו תוכן רלוונטי המתאים לקהל המשתמשים שלנו, תוכן מעניין ונגיש ליעד ולמטרה אליה אנו מכוונים. בין אם זה בעדכון שוטף של ההייליטס מעניין ומושך את עיני המשתמש או בהוספת תכנים חדשים באופן רציף הנקבעים מראש.

בנוסף, אנו מקפידים מדי חודש לשמר את האסטרטגיה איתה יצאנו לדרך בכך שאנו מעלים תכנים קבועים ב- 4 פינות שונות: פינת קריירה, פינת הטבות, יותר אווירה וסיפורי הצלחות.

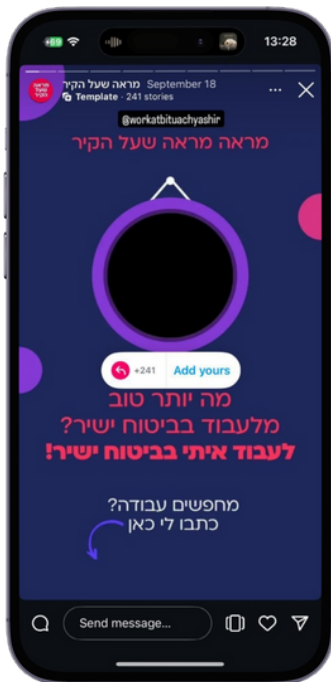
מדי חודש אנו מנתחים את הנתונים ואת ביצועי העמודים, מבינים מה עובד יותר ומה פחות, מבצעים התאמות ומשפרים במידת הצורך תכנים. כמו כן, אנו שומרים על אינטראקציה ישירה ועונים למשתמשים על שאלות/תגובות בהודעות הפרטיות בזמן אמת.



העמודים שלנו ברשתות החברתיות



בנוסף העמוד שלנו מזוהה עם השפה והויזואל של הארגון- שפה ישירה ובגובה העיניים, ולכן למשתמש הרבה יותר קל למצוא את המידע הרלוונטי אותו הוא מחפש "בואו לעבוד איתי", "עושים טוב", "כיף אצלנו" ועוד.



מתוך הבנה שהעובדים שלנו הם הפרזנטורים הכי טובים יצאנו בקמפיין **מראה של הקיר** כאשר ההנחיה היא לשתף לסטורי שלהם, גריד שיצרנו ולהליבש עליו תמונה שמייצגת הכי טוב את הערך המוסף בעבודה בביטוח ישיר.

גם בקמפיין זה, העובדים שלנו מובילים ומחליטים מה לצלם, לשתף ואיך – זה הכי ישיר, משקף את האמת ובגובה העיניים. וזה בסוף מה שמועמדים מבחוצ רוצים לראות – את המציאות ואיך ייראה יום עבודה שגנתי.

כך תקשרו את הפעילות לעובדים



בעמוד המיתוג
באינסטגרם



בווטסאפ פנים
ארגוני - מחוברים
ישיר



העמודים שלנו ברשתות החברתיות



בפלזמות, לובי,
מעליות ובמילים

רוצים שהסטורי הבא יהיה מאיפון חדש?
את זה לא תרצו לפספס!

iPhone 15 Pro Max
יכול להיות שלכם!

שלושה צעדים פשוטים ואתם בהגרלה!

1. עוקבים אחריו @לעבוד בביטוח ישיר
2. עושים לייק ❤️ לפוסט התחרות
3. נכנסים להילייט מראה שעל הקיר

לוחצים על Add Yours
ומשתפים בסטורי את הדבר שהכי
אהב עליכם בביטוח ישיר

זה הכל! אתם בפנים!

הפעילות פתוחה להשתתפות עד לתאריך 1.10.24 | בכפוף לתנאי התקנון - לחצו/י לצפייה

ביטוח ישיר

מתוך הקו המנחה הזה נולדה פעילות שהתוצאות שלה הפתיעו גם אותנו...

זה למעשה הפך לקמפיין עם המעורבות הגבוהה ביותר גם בפייסבוק וגם באינסטגרם. בסופ"ש הראשון לפעילות, כבר הבנו שזה סיפור הצלחה, כאשר הרשתות החברתיות נצבעו בסטורי של העובדים שלנו עם התמונה שהם בחרו לשתף. בפעולה פשוטה אחת של שיתוף תמונה שמייצגת הכי טוב עבורם את הסיבה הכי טובה לעבוד בביטוח ישיר, ובמעטפת של טמפלט אחיד שיעודד את חבריהם להגיש מועמדות למשרה בארגון.

מצד העובד מדובר פעולה פשוטה אחת בה הוא מרוויח כמה פעמים:

- מגדיל את הסיכוי להביא חבר ולהרוויח תגמול חמ"ח מפנק
- כל שיתוף הוא כניסה להגרלה על איפון 15 פרו מקס
- הזדמנות נוספת להשוויץ פומבית בהטבות / האווירה במקום העבודה שלו – דבר שהוא עושה ביומיום, עם או בלי פעילות

ומה אנחנו הרווחנו?

פתחנו עם זה אבל קבלו שוב כי אנחנו מזה גאים בזה:

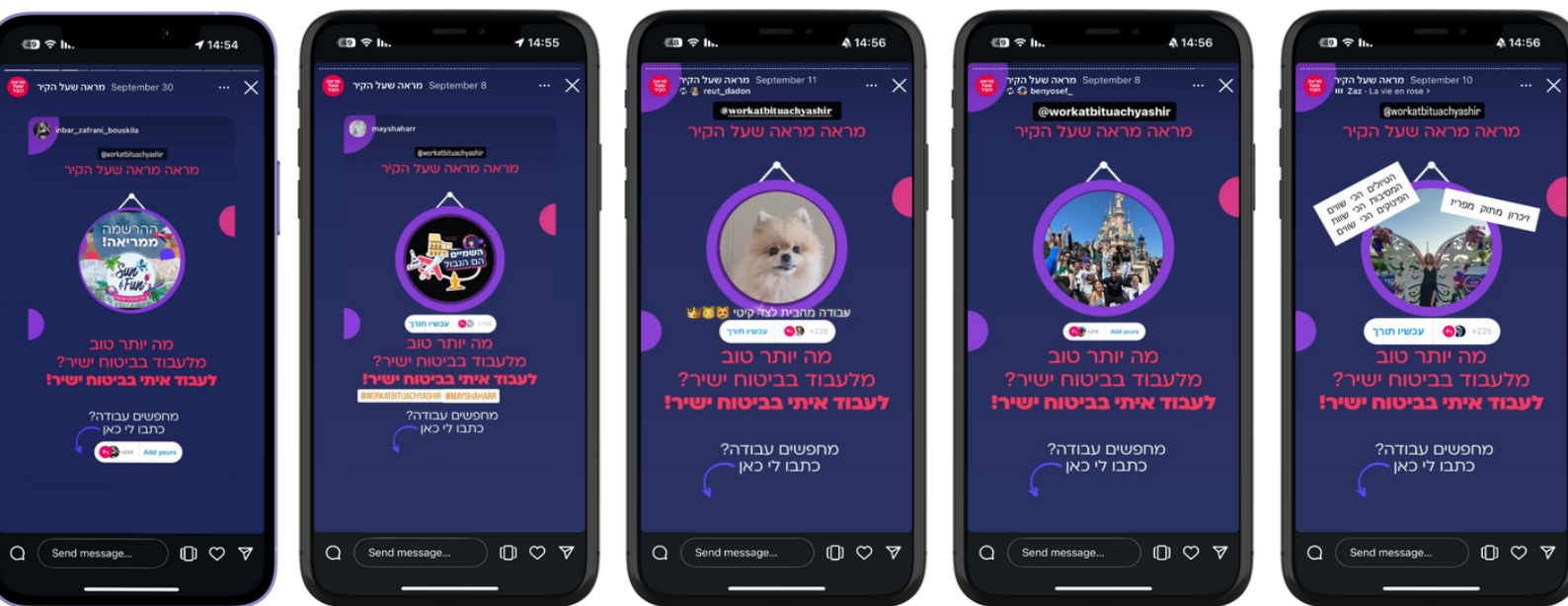
- עליה של 18% הגשת מועמדות
- עליה של 28% במקור גיוס חמ"ח של
- מעורבות עובדים ששברה שיאים
- גאווה במותג
- במה פומבית לכל ההטבות – לפי בחירת העובד שמפרסם
- מעל 300 שיתופים
- עלייה של 300% במעורבות וחשיפות עובדים
- עליה של 9% בכמות העוקבים
- חיזוק המותג והשייכות פנים וחוץ



העמודים שלנו ברשתות החברתיות



בין התחושות וההטבות שקיבלו במה פומבית בבחירתם של העובדים עצמם, היו הזכייה שלנו במקום 6 בדירוג BDI ל-100 החברות שהיה טוב לעבוד בהן, נופש חברה הקרוב בתאילנד, נופש מצטיינים שנתי בחו"ל, הטבת חמישי שמח (יום עבודה מקוצר בימי חמישי), רכב מצטיינים, עבודה מהבית ועוד.



היילייט אחד לא הספיק. פתחנו כמה שהתפוצצו בתכנים ששותפו ע"י העובדים

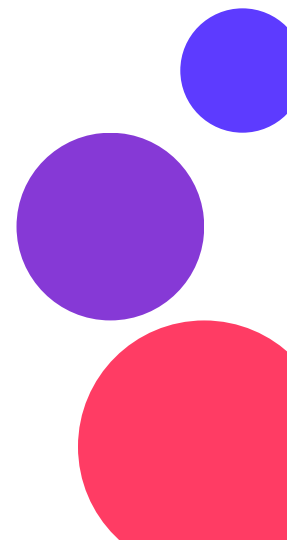
https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDM5ODE2NDI1MjgzMDY3story_media_id=3459848119224883266&igsh=c2pyeWl2ZmRkaXh5

https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDM5ODE2NDI1MjgzMDY3story_media_id=3459848119224883266&igsh=c2pyeWl2ZmRkaXh5

<https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3OTUzOTYyNTU3ODE2NjE0igsh=MWwxN3BnbXB4Z240eQ%3D%3D>



העמודים שלנו ברשתות החברתיות





"אם תזכו ל 50 שיתופים, תוכלו להגיד שהקמפיין הצליח"

(ת.י, מנהלת פרסום בביטוח ישיר)

כשיצאנו לדרך עם הקמפיין, הגדרנו לעצמנו מדדי הצלחה. בשיתוף עם אגף השיווק, מנהלת הפרסום (יוצאת ישרכארט), אמרה כי מבחינתה אם יהיו 50 שיתופים זה לגמרי ייחשב כהצלחה.

אנחנו הרגשנו את העובדים שלנו, מה יניע אותם לפעולה והגדרנו יעד הרבה יותר גבוה. לשמחתנו, בזמן קצר הקמפיין זכה למעל 300 שיתופים שונים והשאיר הרבה פיות פעורים. תוך זמן קצר התוצאות שצויינו למעלה הורגשו בשטח עם עלייה מהותית בכמות פניות דרך חבר מביא חבר וכמות פניות מועמדים דרך עמודי הקריירה שלנו במיתוג מעסיק. היה לנו חשוב שגם את פרסום העובדת שזכתה בפעילות זו באייפון, נעשה בדרך לא שגרתית, אלא חדשנית ויצירתית. לצפייה: <https://www.instagram.com/reel/DAIVK9IKVH3/?igsh=eWg0bTNyaG8zeHBu>

**אז החלטנו ללכת על זה. וכבר בא לנו שוב...
אז ברור שאנחנו מבשלים את הדבר הגדול הבא!
Stay tune מה שנקרא...**

