

**Rzeczy niemożliwe robimy od ręki,
na cuda trzeba trochę poczekać**



**MAMY
SUPERMOCE!**

Zespół



Agnieszka Niedziela

Dyrektor Marketingu Grupy Promedica24

20 lat doświadczenia zawodowego (m.in. Provident, Vision Express), absolwentka CIM. Skromna, lecz ambitna liderka, która swoim pozytywnym podejściem inspirowa każdego do zdobywania szczytów kariery. Inspiratorka wielu działań z obszarów CX, CSR, innowacji i wielu innych. Prywatnie domatorka, która lubi spędzać czas z rodziną.



Piotr Częścik

Head of Digital

Od 20 lat łączy swoje umiejętności technologiczne z marketingowymi z mindsetem biznesowym. Doświadczenie zdobywał m.in. w TUI i Proama, gdzie odpowiadał za Digital i E-commerce. W Promedica24 Po pracy: uwielbia konsumować i samemu odtwarzać klasyki kuchni włoskiej.



**Maciej
Szczepański**

Digital Solutions Developer

Człowiek od realizacji rzeczy niemożliwych w nadzwyczajnym czasie. Czasami nawet nie zdąży się powiedzieć, co jest potrzebne, a rozwiązanie za chwilę jest już gotowe. Po pracy: rowery, deska (bynajmniej do prasowania).



**Adam
Koziński**

Marketing Manager

Który w jednej osobie łączy role min. 5 specjalistów. Samodzielnie prowadzi setki aktywności marketingowych w rozproszonej strukturze regionalnej Promedica24. Po pracy: pasjonat górskich wyzwań.



Ołena Cikuj

Content & Social Media
Specialist

Artystyczna dusza i lekkie pióro, to jej nasze ulubione atrybuty. Ołena nadaje naszym projektom piękny i ludzki charakter, zarówno w postaci obrazu jak i treści. Po pracy pasjonatka dobrej literatury.



**Michał
Baczyński,**

Marketing Specialist

Wielozadaniowość to z pewnością jego z najważniejszych zalet. Sprawnie koordynuje Trade Marketingiem i administracją dla kilkudziesięciu oddziałów Promedica24 w całej Polsce. Prywatnie: fan planszówek.



**Agnieszka
Niedziela**
Dyrektor Marketingu

“W zespole mam wybitnych specjalistów, którym daję przestrzeń do działania i kreatywności, w takiej przestrzeni rodzą się wspaniałe pomysły.”

“Dział marketingu to sześć różnych osobowości, sześć totalnie różnych energii życiowych, ale połączeni w jeden team tworzą dobrze naoliwioną maszynkę, która wspiera firmę w różnych unitach biznesowych.”



**Piotr
Częścik**
Head of Digital

“Zespół marketingu ma wiodącą rolę w organizacji. Pro-aktywność, innowacyjne działania, rozumienie biznesu, dobra komunikacja na każdym szczeblu, a przede wszystkim realizowane wyniki pozwoliły nam wytworzyć wewnętrzne zaufanie z czego jesteśmy niezwykle dumni.”

Grupa **Promedica24** jest liderem w Europie na rynku usług opiekuńczych dla osób starszych w Niemczech, Anglii i Polsce. Od 2004 roku z dumą wyznaczamy standardy w branży, konsekwentnie realizując naszą misję.

- Opiekujemy się ponad **2500** klientami miesięcznie.
- Aby to realizować potrzebujemy sprawdzonej kadry opiekuńczej
- Co miesiąc pozyskujemy około **350** nowych opiekunów

To nie lada wyzwanie w obecnych czasach!

Dlatego dla nas rekrutacja kandydatów to biznes, do którego podeszliśmy tak jak do typowych wyzwań sprzedażowych.



Business as usual

Z powodzeniem prowadzimy kampanie w dobrze znanych kanałach marketingowych, takich jak: GAds, FBAds, Affiliate Marketing, SEO, e-mail marketing, kooperacje i współprace z jon portalami, działania na olx.pl czy pracuj.pl. Nie są nam obce również działania offline: targi pracy, wydarzenia w urzędach pracy itp.

Za nami kampanie prasowe, outdoorowe i radiowe; możemy śmiało powiedzieć, że byliśmy/jesteśmy wszędzie, gdzie jest nasza grupa docelowa.

Tego typu działania prowadzimy od wielu lat, ucząc się i wyciągając wnioski na bieżąco.

Kampanie GAds i FBAds
prowadzimy we współpracy z

bluerank

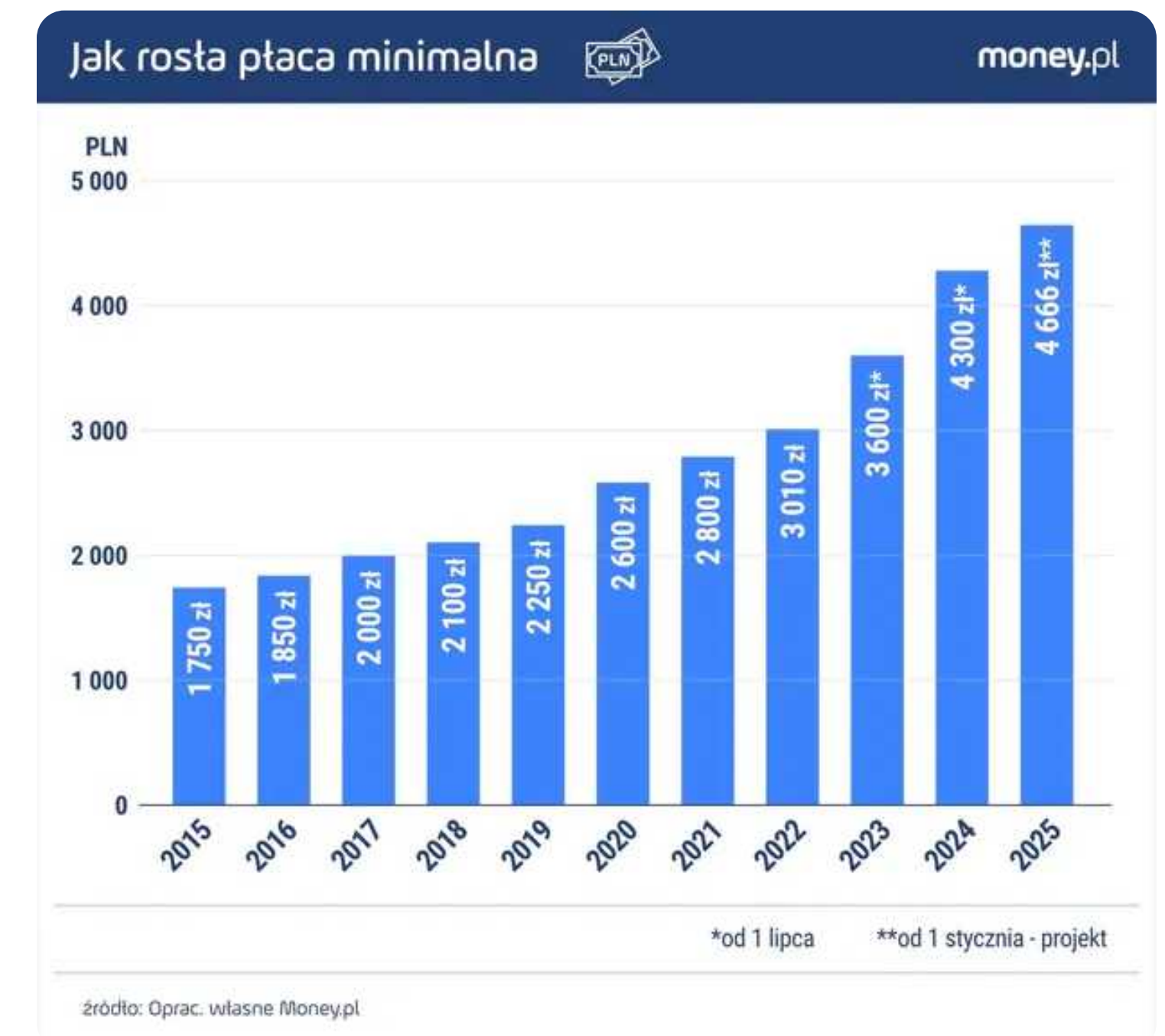
Wyzwania

Każdy kolejny rok stawia przed branżą rekrutacyjną w segmencie opieki senioralnej coraz to nowe wyzwania – w Promedica24 potrzebowaliśmy i wciąż potrzebujemy szybkich zmian.



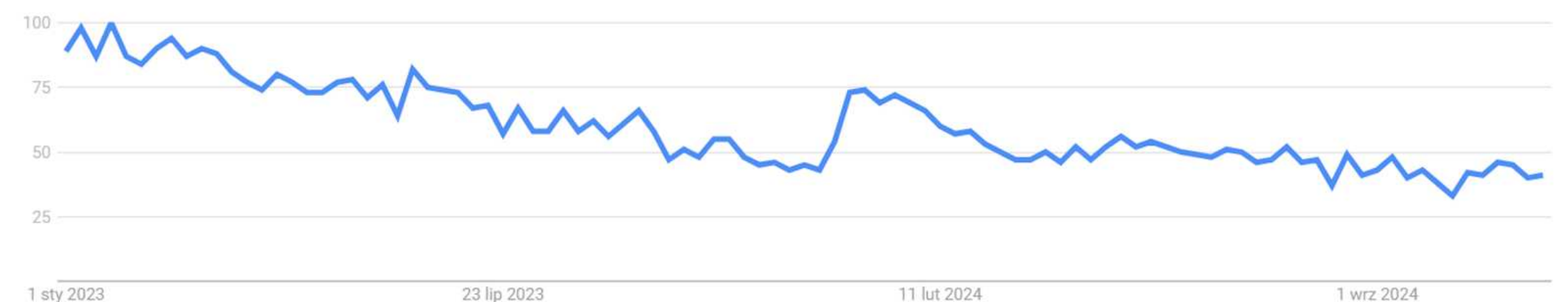
Sytuacja gospodarcza

- spadek zainteresowania pracą w charakterze opiekuna osób starszych w Niemczech
- wzrost płacy minimalnej i świadczeń socjalnych w Polsce - praca w zawodzie opiekuna seniora nie jest już tak bardzo atrakcyjna
- duża konkurencja w rekrutacji kandydatów o niskich kwalifikacjach (np. Amazon, Biedronka itp.). Każdego dnia pojawiają się liczne oferty pracy z atrakcyjnymi dodatkami pozafinansowymi
- duża bariera wejścia w zawód opiekuna z uwagi na barierę językową oraz emocjonalną związaną z rozłąką z rodziną



Wyszukiwania po haśle "praca opieka Niemcy"

Zainteresowanie w ujęciu czasowym ?



źródło: Google Analytics

Otoczenie rynkowe

- prawie **100** agencji działających na rynku rekrutacyjnym
- rosnący czarny rynek usług opiekuńczych w erze po COVIDowej
- wojna cenowa w branży opiekuńczej - liczy się tylko wynagrodzenie opiekuna, agencje sztucznie zawyżają kwotę wynagrodzenia komunikowaną w reklamach
- brak Unique Selling Proposition - brak unikalnej oferty, wszyscy mają to samo



Challenge marketingowy/biznesowy:

- utrzymanie celów rekrutacyjnych rok do roku
- wzrost liczby kwalifikowanych leadów marketingowych per rekruter
- a wszystko, co powyżej przy zmniejszonym o **25%** budżecie marketingowym



Nasze cele:

1 Leady: wzrost liczby leadów rekrutacyjnych (liczba, cena)

2 MQL leads, czyli liczba umówionych spotkań

3 Liczba umów per rekruter



Rozwiązania

Na co postawić przy niewielkich zasobach finansowych i kadrowych?
Jak być smartnym w tej sytuacji?





**MAMY
SUPERMOCE!**

Digital Transformation

Digitalizacja procesów

Jak przedsiębiorstwo ma rosnać, przy ograniczonej liczbie zasobów? Automatyzacja jest kluczem niby oczywistym, ale jak znaleźć obszary do automatyzacji? Nasz skromny, ale zwinny zespół Digital, przyszedł z wieloma rozwiązaniami, które zmniejszyły nakład manualnej pracy.

Szybkość i czas reakcji

Stawiamy na szybkość – w myśl idei, „kto pierwszy ten wygrawa”, postanowiliśmy skupić się na optymalizacji procesu obsługi zgłoszeń od kandydatów.



✓ Automatyzacja procesów

WYZWANIE:

Współpracując z sześcioma niezależnymi job-portalami, z których każdy dostarczał nam informacje o kandydatach w swoim indywidualnym formacie, co wymagało manualnego przetwarzania danych kandydatów w CRM. To wydłużało czas kontaktu i obniżało konwersję.

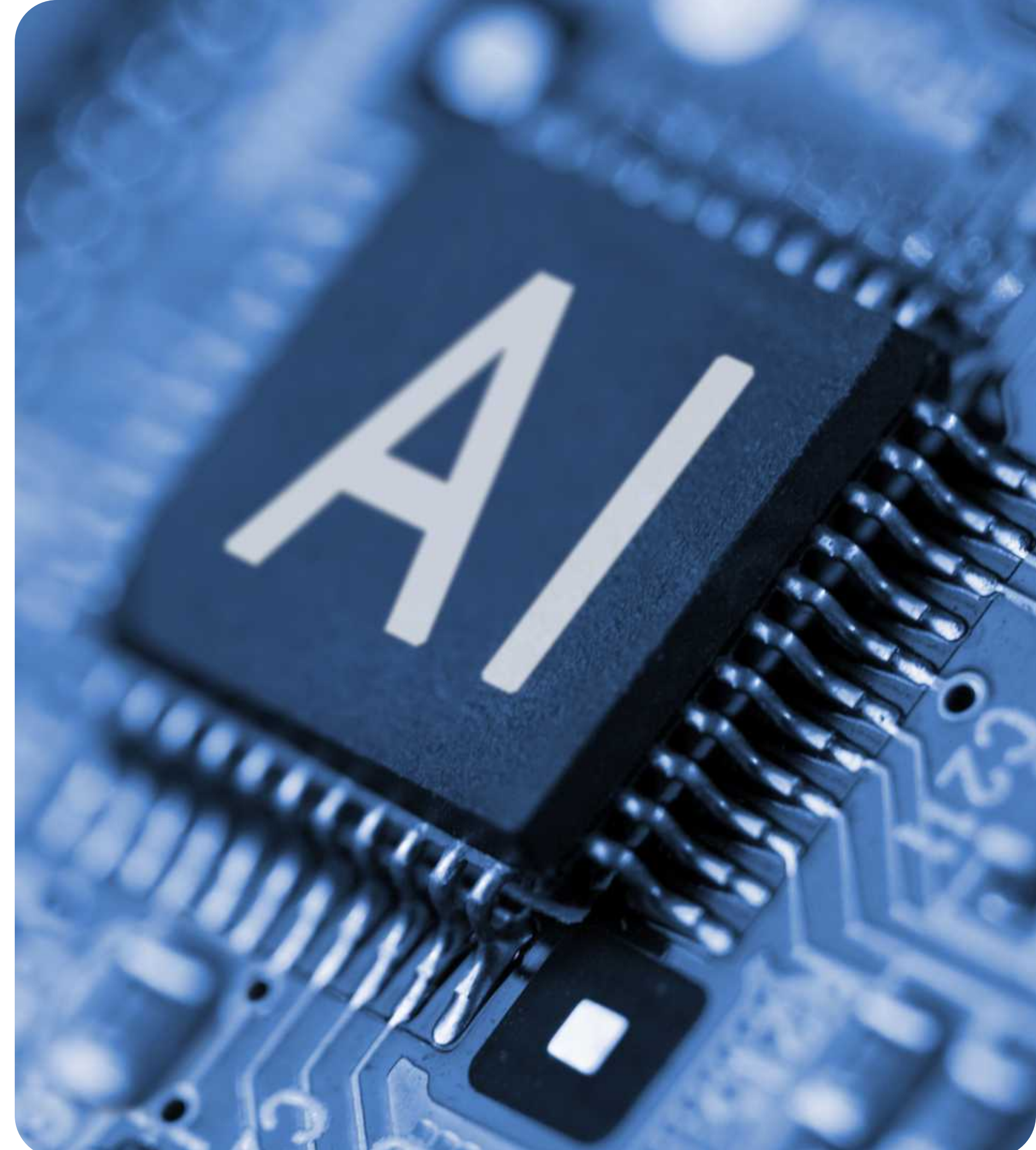
ROZWIĄZANIE:

Zautoamtyzowaliśmy proces przetwarzania tych zgłoszeń. Poprzez wykorzystanie AI ustrukturyzowaliśmy każde zgłoszenie tak aby każde zgłoszenie miało jednorodną strukturę.

EFEKT:

- Wzrost konwersji
- Zmniejszenie czasu do podjęcia zgłoszenia

Tym samym przetwarzamy automatycznie 17k leadów rocznie!



✓ Automatyzacja procesów

WYZWANIE:

Rekruterzy ręcznie wprowadzali ogłoszenia na stronę internetową, profile na FB. Było to nieefektywne, powodowało wiele błędów i było trudno mieralne.

ROZWIĄZANIE:

Automatyzacja procesu publikacji ofert pracy. Rekruterzy otrzymali autorskie narzędzie do jednoczesnej publikacji ofert pracy na platformach Meta, Google My Business oraz na naszej stronie WWW

EFEKT:

Ponad 2100 ofert pracy dodanych samodzielnie w 2024 które automatycznie pojawiły się w kilku miejscach na raz, oszczędzając tym samym czas pracy rekrutera.



✓ Automatyzacja procesów

WYZWANIE:

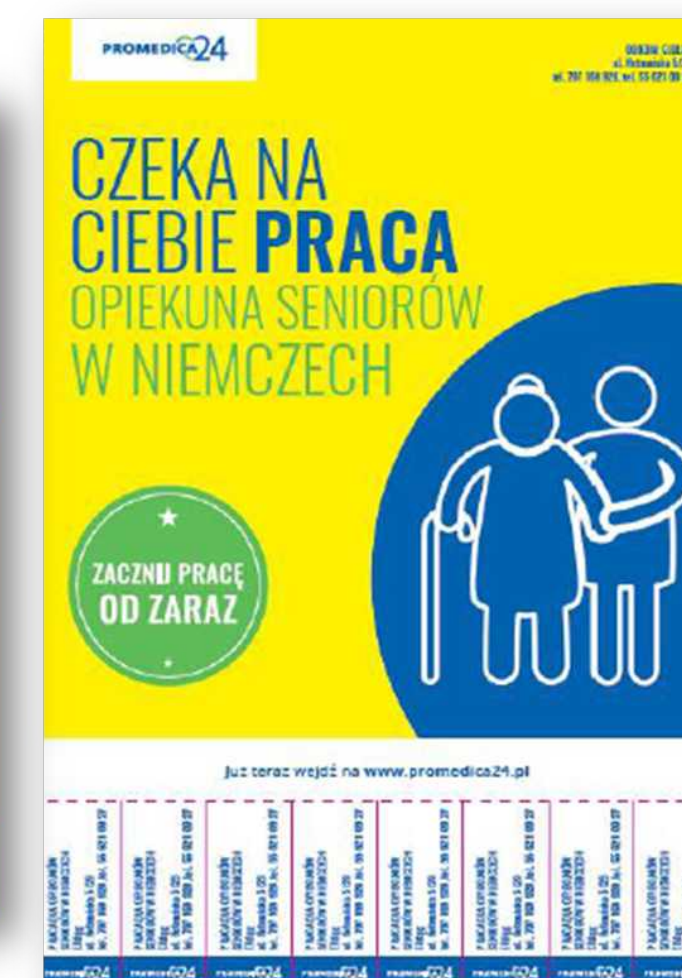
Przed startem każdej kampanii marketingowej, produkowaliśmy we współpracy z agencją materiały reklamowe dla każdego rekrutera indywidualnie. Był to proces kosztowny, długi i pracochłonny na poziomie kreacji i kompleksowego przygotowania.

ROZWIĄZANIE:

Automatyzacja procesu produkcji materiałów BTL dla blisko 40 oddziałów rekrutacyjnych. Zredukowaliśmy czas pracy grafików przy produkcji spersonalizowanych plakatów, plakatów ze zrywkami, ulotek, dzięki automatycznemu scalaniu danych tekstowych dostępnemu w pakiecie Adobe.

EFEKT:

Redukcja wydatków o 120 k PLN w skali roku



Lead generation w stylu e-commerce

Skupiając się na efektywności naszych działań, postanowiliśmy podejść do tematu, w oparciu o modele znane z typowych e-commerce'owych taktyk, bo Marketing ma przecież te same korzenie.



Lead generation w stylu e-commerce

ROAS – zmieniliśmy strategię bidowania w kampaniach GAds, tak aby były oparte o rzeczywistą jakość generowanych leadów. Dane o wartości leadów dostarczane są do Google Ads dzięki wdrożeniu autorskiego algorytmu ewaluacji leadów i importowi tzw. offline conversions



Lead generation w stylu e-commerce

W kampaniach na Facebook i Google postanowiliśmy użyć, kampanii opartych o feed productowy, generowany dynamicznie w oparciu o plik XML, dostarczający aktualne oferty

CPL niższy o 25% w porównaniu do klasycznych kampanii
(*na podstawie danych z MetaAds)

Dodatkowe 500 leadów w 2024 roku



Data driven

Ponieważ istniejemy na rynku od 20 lat, i jesteśmy największą organizacją w branży, przeanalizowaliśmy już ponad 300 tys. zgłoszeń kandydatów do pracy, zgromadziliśmy tym samym ogrom danych, użycie których pomaga nam działać w mądry „data-driven” sposób.



Data-Driven



W Promedica24 postawiliśmy na własne rozwiązanie z dziedziny **Digital Attribution**. Dzięki niemu, wszystkie leady zbierane w systemie CRM, posiadają właściwie rozpoznane źródło marketingowe i wszystkie touchpointy na ścieżce Digital Customer Journey.

Łączymy informacje o źródle marketingowym ze statusem leada i jego dalszą historią w lejku sprzedażowym. Tym samym, możemy przesyłać dane do kont reklamowych w celu wykluczania niechcianych kandydatów, np. przez **Meta Conversion API**.

Autorskie, elastyczne środowisko raportowe wspiera podejmowanie decyzji biznesowych nie tylko z perspektywy marketingu, ale też całego procesu rekrutacji kandydatów, uwzględniając etapy obsługi zgłoszeń na poziomie Call Center i fizycznych spotkań rekrutacyjnych.

Technologie w służbie marketingu lokalnego

Zarządzanie lokalnymi działaniami marketingowymi dla blisko 40-tu rekruterów w całej Polsce, to nie lada wyzwanie dla zespołu marketingowców, a co jeśli mówimy nie o zespole, a o jednym menedżerze marketingu lokalnego?

Z pomocą w Promedica24 przychodzą autorskie technologie wspierające zarządzanie komunikacją, aktywnościami marketingowymi i wymianą wiedzy.



Platforma MediaPlanner

MediaPlanner, to środowisko, w którym Menedżer Marketingu lokalnego we współpracy z rekruterami, tworzy i egzekwuje kalendarz działań marketingowych. Narzędzie pozwala efektywnie zarządzać budżetem marketingowym, tworzyć kompletny mediaplan na aktywności zarówno online'owe jak i offline'owe. Rekruter otrzymuje obraz lokalnego wsparcia marketingowego i zasięgu tych działań.



Platforma MediaHub

M E D / A H U B

MediaHub, to centrum wymiany wiedzy z rozproszoną grupą odbiorców (rekruterów). Menedżer marketingu, ma możliwość zebrania w jednym miejscu aktualnych materiałów marketingowych i narzędzi pomocnych w codziennej pracy rekrutera:



MediaPlanner



**Aktualna
komunikacja
marketingowa**



**Procedury i
materiały
szkoleniowe**



Sklepik materiałów BTL



Analizy konkurencji

Działania CSR

Od kilku lat prowadzimy dwie kampanie społeczne, z których jesteśmy dumni i które uzupełniają nasze projekty „technologiczne”. Kampanie te już na zawsze wpisały się w kulturę naszej organizacji i są tak zwanym „ludzkim obliczem” działań marketinowych.



ODWAŻ SIĘ! na zmiany!

Prowadzimy szereg działań, których celem jest motywowanie kobiet 50+ do rozwoju i pozytywnych zmian w życiu. W ramach kampanii „**Odważ się na zmiany**” prowadzimy live’y podczas których uczestniczki mogą zdobyć praktyczne umiejętności, które ułatwią im między innymi osiągnięcie dobrostanu psychicznego, a także wejście na rynek pracy.

PROMEDICA24

NIE ODKŁADAJ ŻYCIA
NA PÓŹNIEJ
Jak odnaleźć szczęście
i motywację do działania
w dojrzałym wieku?



Zapraszamy na bezpłatne spotkanie 15 października o godzinie 19.30 z Joanną Godecką znaną psychoterapeutką i autorką książek psychologicznych

10 live'ów w 2024
40 k wyświetleń
2500 komentarzy

PROMEDICA24

Jak żyć lepiej
– pożegnać: wstyd, gniew, żal
i odnaleźć drogę do siebie?



Bezpłatne spotkanie 05.11 g. 20.00 z dr Ewą Woydytło-Osiatyńską znaną psycholog, specjalistką terapii rodzinnej, publicystką, autorką książek

PROMEDICA24

**CHOROBA
ALZHEIMERA**
– jak ją rozpoznać i leczyć?
Jak opiekować się osobami
niesamodzielnymi?



Zapraszamy 23 maja o godzinie 20.00

Bezpłatne spotkanie z profesorem dr hab. n. med. Marią Barcikowską neurologiem i neuropatologiem



Chcieliśmy stworzyć projekt, który:

- podniesie poziom wrażliwości społecznej, zrozumienia i szacunku dla osób starszych
- zwiększy świadomość społeczną na temat schorzeń i ograniczeń związanych z wiekiem
- wesprze rodziny i opiekunów w codziennej opiece nad bliskimi seniorami





Szczególną inspiracją do powstania kampanii było działanie kombinezonu geriatrycznego – urządzenia, które symuluje zmysły osoby starszej o kilkadziesiąt lat.

W tym roku:



przeprowadziliśmy **10 warsztatów z kombinezonem geriatrycznym** w szkołach podstawowych i średnich,



uczestniczyliśmy też w **4 ogólnopolskich konferencjach senioralnych**



zrealizowaliśmy **4 sesje warsztatowe dla wolontariuszy**, nieformalnych opiekunów seniorów, oraz pracowników domów pomocy społecznej.



Nasze sukcesy w 2024 roku

- 1. Wzrost ilości leadów o 20%** - 89703 leady w 2024r. vs. 74468 w 2023r.
- 2. Wzrost wysokokwalifikowanych leadów** per rekruter +15%
- 3. Ponad 900 zrekrutowanych Opiekunek** z działań online
- 4. Oszczędności operacyjne** poprzez ograniczenie nakładów pracy ludzkiej
- 5.** Unikanie błędów w procesie
- 6.** Dokładniejsze raportowanie - szybkie wyciąganie wniosków Test & Learn



Przyszłość marketingu to nie tylko innowacyjne technologie, smartne kampanie, pogłębiona analiza danych, ale też **zgrany, rozumiejący i zaangażowany zespół**, który przy realizacji celów wybiera nieoczywiste rozwiązania i zawsze jest spragniony wiedzy.

Rolą przełożonej jest według mnie umożliwienie im wyjścia spoza sztywnych ram korporacji i zakwestionowanie przyjętego statusu quo.

DZIĘKUJEMY

ZA UWAGĘ