

# Technologia w służbie marketingu rekrutacyjnego

PROMEDICA 24



Grupa **Promedica24** jest liderem w Europie na rynku usług opiekuńczych dla osób starszych w Niemczech, Anglii i Polsce. W imieniu naszych klientów **poszukujemy i przygotowujemy do pracy** kandydatów z Polski, Rumunii i Bułgarii, zapewniając im legalną formę współpracy oraz organizując pobyt za granicą.

## SYLWETKA

### Piotr Częścik, Head of Digital w Promedica24.

Od 20 lat zdobywałem doświadczenie w wielu obszarach digitalowych takich jak **badania użyteczności, programowanie, analityka internetowa, marketing internetowy, ecommerce** pracując zarówno w środowiskach start-upowych jak i korporacyjnych.

Przez 3 lata w TUI Poland na stanowisku Online Sales Managera **realizowałem projekty z obszaru marketingu i ecommerce** przełamując barierę efektu ROPO i udowadniając, że sprzedaż imprez turystycznych online jest (wbrew ówczesnym obawom) nie tylko możliwa, ale jest przyszłością. Kolejnym krokiem w karierze, było **samodzielne zarządzanie sprzedażą online ubezpieczeń komunikacyjnych i majątkowych** w dynamicznie rozwijającej się Proamie.

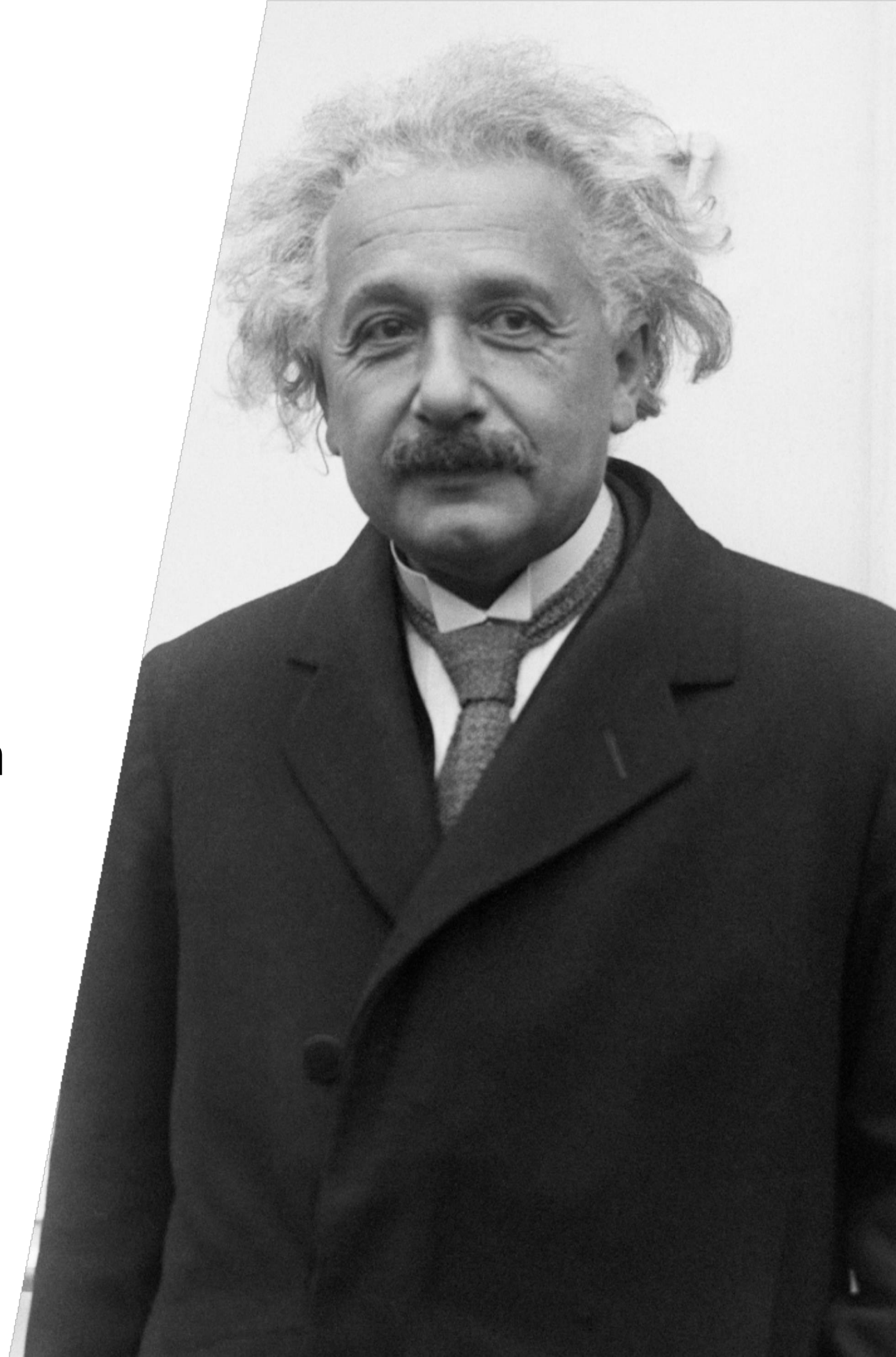
W każdym kolejnym miejscu pracy próbowałem odciąć się od swoich developerskich korzeni, **kładąc co raz większy nacisk na perspektywę biznesową organizacji**. Miałem odczucie, że fakt, że umiem programować, myśleć w kategoriach inżynierii oprogramowania, samodzielnie projektować rozwiązania cyfrowe, tłumaczyć język biznesu na język programisty, nie pomaga, ale wręcz blokuje dalszy rozwój kariery.

O tym jak bardzo się myliłem, przyszło mi się przekonać w Promedica24, gdzie znalazłem miejsce, aby **wszystkie zebrane dotąd doświadczenia wykorzystać jako zestaw SUPER MOCY**, nieskromnie mówiąc dość unikalny na dzisiejszym rynku pracy.



*Gdy wszyscy mówią, że coś jest niemożliwe,  
przychodzi ktoś, kto o tym nie wie i robi to.*

Albert Einstein



# Wyzwania

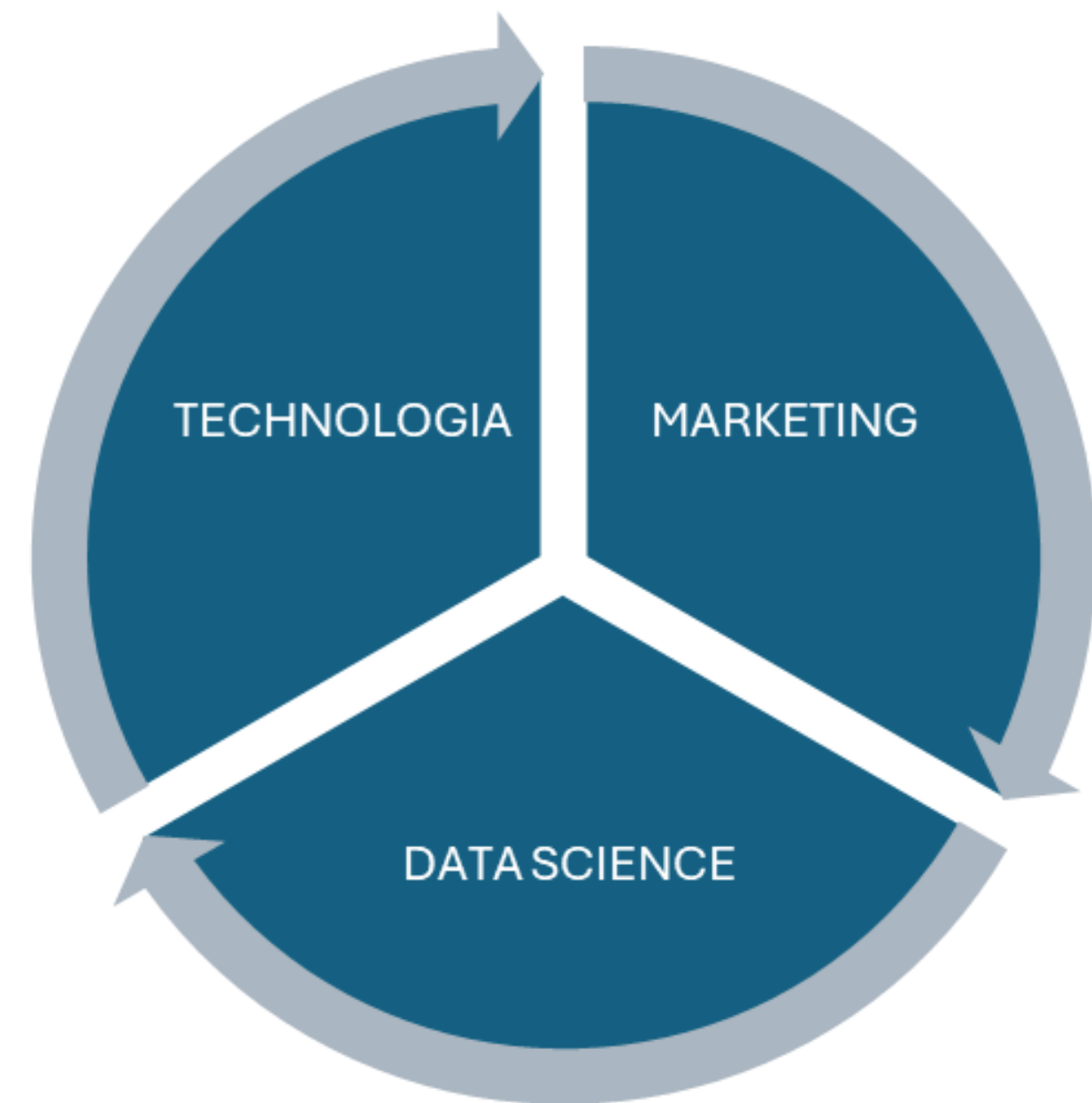


W Promedica24, potrzebowaliśmy i wciąż potrzebujemy szybkich rezultatów. Rosnące potrzeby dynamicznej adaptacji do zmian na rynku pracy (rosnąca płaca minimalna, konkurencyjność gigantów takich jak Biedronka, Amazon), a także w naszej branży, gdzie rywalizujemy z ponad 100 firm przedstawiających w zasadzie tę samą ofertę (brak wyraźnego USP), wymuszały podejście znane pod pojęciem **Growth Hackingu**.

- ⊗ **Eliminacja bottle-neck'ów w procesie sprzedaży/rekrutacji**
- ⊗ **Usprawnianie procesu obsługi leada i działań rekrutacyjnych**
- ⊗ **Podniesienie efektywności działań lead generation w digital marketingu**
- ⊗ **Ewaluacja kampanii marketingowych w holistycznym ujęciu biznesowym od leada do sprzedaży**
- ⊗ **Jak rosnąć przy ograniczonych zasobach?**

# Synergia kompetencji kluczem do sukcesu

**Z połączenia umiejętności technicznych, marketingowych i analitycznych powstał szereg rozwiązań mojego autorstwa wspierających Promedica24 w realizacji celów biznesowych.**



# Rozwiązania technologiczne

*Innowacje to zdolność do przekształcania wiedzy w wartość.*

~John Naisbitt



## a. Automatyzacja procesu obsługi zgłoszeń z job-portali

### WYZWANIA:

Współpracując z 6 niezależnymi job-portalami, każdy portal dostarczał e-mailem informacje o kandydatach w swoim indywidualnym formacie. Wymagało to manualnego przetwarzania danych przed zapisaniem w systemie CRM, co wydłużało czas kontaktu z każdym z kandydatów i obniżało konwersję.

### ROZWIĄZANIE:

Zautomatyzowaliśmy proces przetwarzania tych zgłoszeń. **Wykorzystując AI, ustrukturyzowaliśmy każde zgłoszenie**, tak aby miały jednorodny format danych.

### EFEKT:

**17 tysięcy leadów** rocznie trafia do naszego systemu CRM błyskawicznie w momencie ich utworzenia z zapewnieniem wysokiej jakości danych i obniżając czas do podjęcia leada.

### TECHNOLOGIE:

Make.com, ChatGPT, PHP, Integracja z Microsoft Dynamics 365





## b. Automatyzacja procesu publikacji ofert pracy

### WYZWANIA:

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

### ROZWIĄZANIE:

Stworzyliśmy autorskie narzędzie do jednoczesnej publikacji ofert pracy na platformach Meta, Google My Business i naszej stronie WWW.

### EFEKT:

W 2024 r. ponad **rekruterzy dodali ponad 2100 ogłoszeń o pracę**, które automatycznie pojawiły się w kilku miejscach na raz, oszczędzając tym samym swój czas pracy.

### TECHNOLOGIE:

Make.com, PHP, Wordpress



## c. Wykorzystanie AI w tworzeniu treści ofert pracy

### WYZWANIA:

Rekruter nie miał czasu na wymyślanie atrakcyjnego, tekstowego opisu w ogłoszeniu o pracę.

### ROZWIĄZANIE:

Wykorzystaliśmy **AI**, aby na podstawie wybranych przez rekrutera parametrów, tworzył unikalny opis oferty.

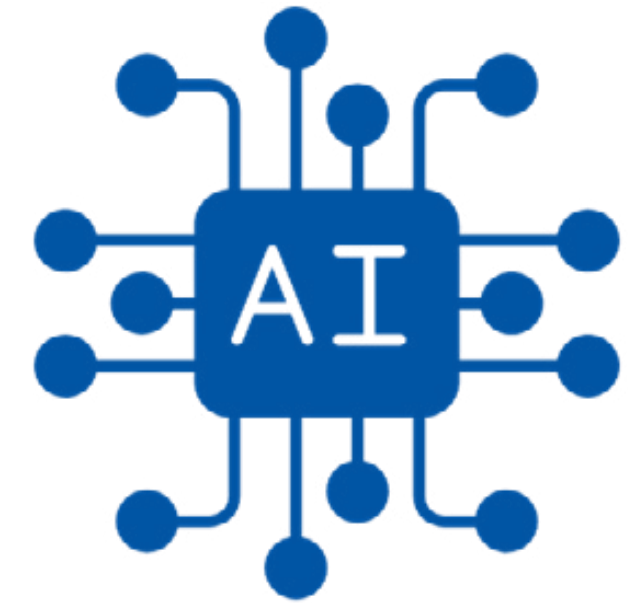
### EFEKT:

**Oszczędność czasu** pracy rekruterów.

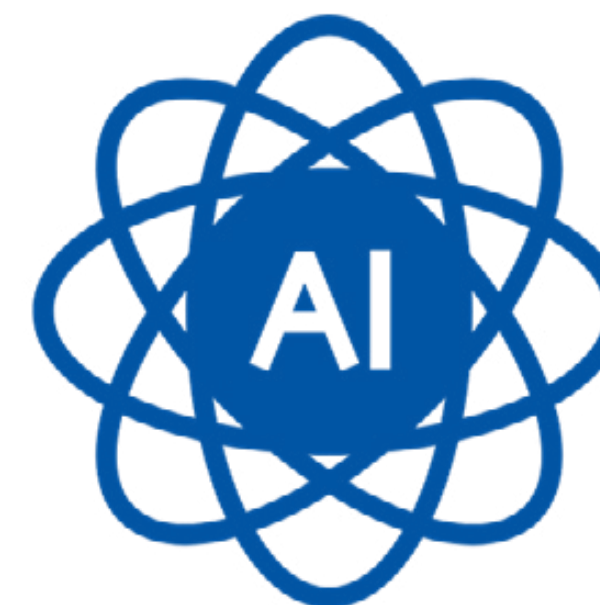
Unikalne opisy ofert pracy.

### TECHNOLOGIE:

ChatGPT, PHP



## d. Wykorzystanie AI w generowaniu contentu pod SEO



### WYZWANIA:

Jak zwiększyć widzialność naszej oferty usług opiekuńczych na tzw. lokalne zapytania w Google, dla wszystkich miast w Polsce?

### ROZWIĄZANIE:

Wykorzystaliśmy integrację z **API ChatGPT**, dla utworzenia blisko 1000 unikalnych treści dla każdego miasta w Polsce i stworzenia tyluż indywidualnych podstron w naszym serwisie internetowym.

Przykłady: [opieka domowa dla seniora Siedlce](#) [Opieka z zamieszkaniem w Wałbrzychu](#)

### EFEKT:

Po 2 miesiącach od publikacji, strony wygenerowały blisko **200 tys. wyświetleń** w wynikach wyszukiwania i ponad **11 tys. kliknięć**. Przełożyło się to, na dodatkowe **200 leadów** przy ekstremalnie niskim CPL.

### TECHNOLOGIE:

Make.com, ChatGPT, PHP, Wordpress

# Marketing rekrutacyjny w stylu e-commerce

Postanowiliśmy podejść do tematu pozyskiwania kandydatów do pracy w roli opiekunów osób starszych, w oparciu o strategie analogiczne z działań typowych e-commerce'ów.

Nie liczy się branża, zasady panujące w marketingu i sprzedaży są wciąż te same.



## a. Strategia ROAS (Return on Ad Spent)

### WYZWANIA:

Google nie wie, co jest dla nas wartościowym leadem, a co nie.  
Algorytm uczy się jedynie w oparciu o sygnał konwersji.  
Ewaluacja leada w przeciwieństwie do e-commerce wymaga czasu.

### ROZWIĄZANIE:

Opracowany został autorski schemat ewaluacji leadów oparty o współczynniki konwersji pomiędzy poszczególnymi etapami lejka sprzedażowego. Każdy lead miał swoją wartość.

Dane regularnie trafiały do konta reklamowego dzięki wykorzystaniu „**offline conversions tracking**”.

Zmieniliśmy strategię bidowania w kampaniach GAds z maksymalizacji liczby konwersji na **ROAS**.



## b. Kampanie oparte o feed produktowy



### WYZWANIA:

Kandydaci, często nie są zainteresowani ogólnym opisem oferty. Potrzebują konkretności. W naszym wypadku jest to ogłoszenie o konkretnym pacjencie potrzebującym opieki.

### ROZWIĄZANIE:

W działaniach Facebook Ads i Google Ads postanowiliśmy użyć kampanii opartych o feed produktowy zawierający na bieżąco aktualizowane oferty pracy.

### EFEKT:

**CPL niższy o 25%** w porównaniu do klasycznych kampanii  
Dodatkowe **500 leadów** z tych działań w 2024

# Data-driven: Wierz swoim danym!

---

*Człowiek wiedzy w naszych czasach  
ugina się pod ciężarem, którego nigdy  
sobie nie wyobrażał mieć: nadmiar  
prawdy, którego nie można  
skonsumować.*

~ Ernest Becker



## WYZWANIA:

- Konta reklamowe raportują konwersje po swojemu
- Konta reklamowe atrybuują konwersje dla siebie
- Konta reklamowe nie znają jakości leada
- Konta reklamowe nie widzą danych z innych kont reklamowych
- Brak centralnego systemu monitorującego całe spektrum działań
- CRM choć zbiera wszystkie leady nie zna kosztów
- GA4 w wersji darmowej próbkuje dane i ograniczony jest przez GDPR



## ROZWIĄZANIA:

### **1. Zaprogramowaliśmy własny skrypt, który:**

- zapisuje pełną historię źródeł kontaktu użytkownika z naszą ofertą
- zapisuje w CRM realne, ostatnie źródło marketingowe leada

### **2. Mamy własne środowisko raportowe, które:**

- zestawia faktyczne źródło pochodzenia leada z jego finalnym statusem

### **3. Własne modelowanie ścieżki konwersji leada, które:**

- pozwoliło nam na zbudowanie obrazu optymalnego marketing-mix w wachlarzu działań online marketingowych



W moich codziennych zdaniach zawodowych  
nie ma czasu na nudę...



*Nuda jest kontrrewolucyjna!*

**DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ**