

Креативный рекрутинг.
Оценка эффективности рекламы
вакансий



РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ДЛЯ HR-ЗАДАЧ

Зачем нужна реклама в HR?

Имиджевая реклама – продвижение HR-бренда компании:

- Баннеры (большие и маленькие)
- Брендированный поиск
- Плашка на главной странице



*Пройди этапы отбора сейчас
- выходи на работу осенью!*

Стартовые позиции в отделе аудита

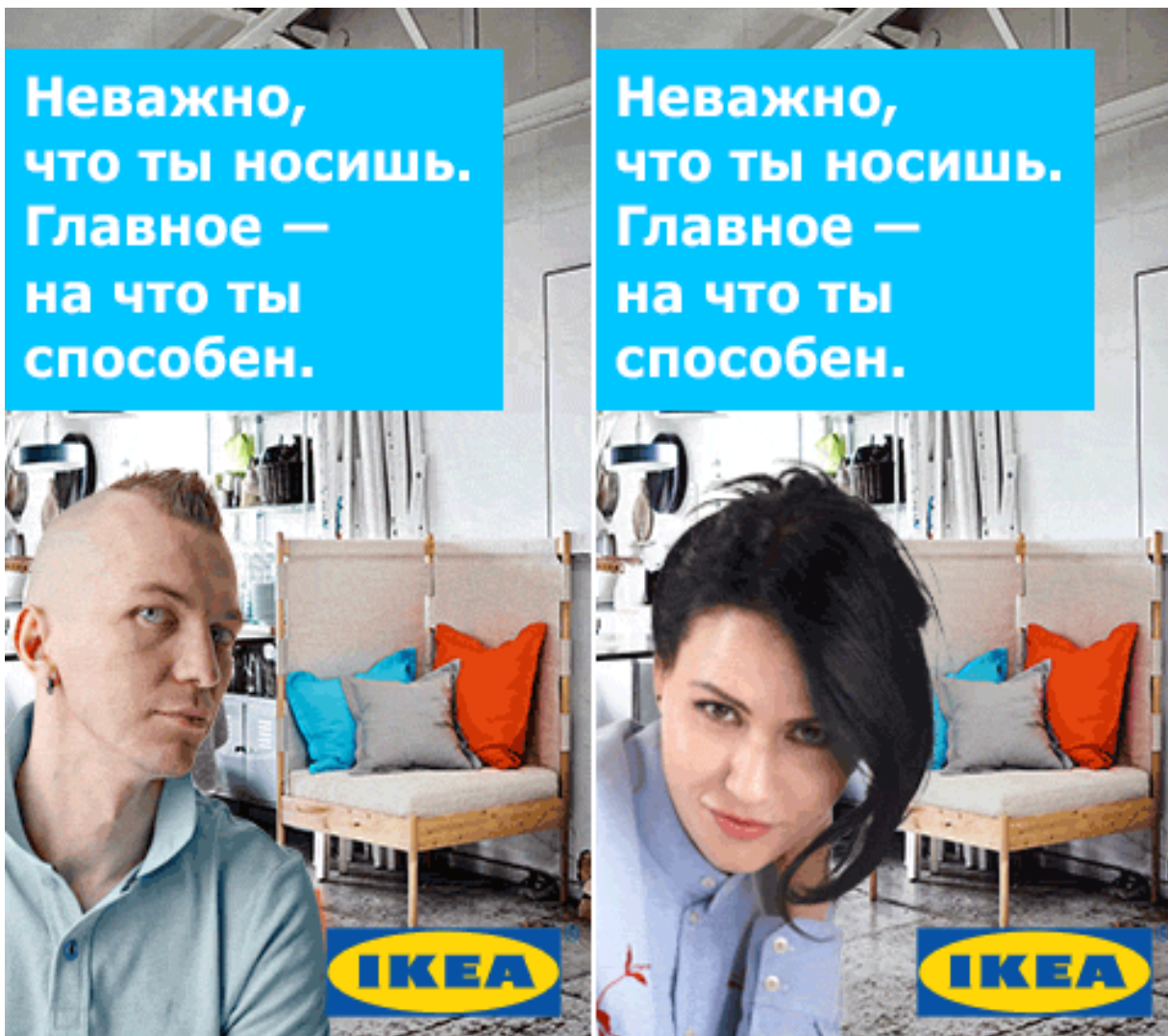


Расте вместе с JTI

Зарплата

руб.

Найти вакансии



Дмитриев Алексей, Евангелист

enter

ищем активных
и позитивных
специалистов в
наши магазины

Дмитриев Алексей, Евангелист

enter

ищем активных
и позитивных
специалистов в
наши магазины

Дмитриев Алексей, Евангелист

enter

Альберт Эйнштейн объяснил теорию относительности.
Алексей Дмитриев внедряет теорию счастья.

**А что
можешь ты?**

ищем активных
и позитивных
специалистов в
наши магазины

ENTER - БОЛЬШЕ ЧЕМ РАБОТА

Зачем нужна реклама в HR?

Реклама вакансий для массового подбора сотрудников:

- Баннеры (в проф. областях)
- Вакансия дня на главной странице
- Тизеры на главной странице



**ХОЧЕШЬ
ПРОДАВАТЬ
МОБИЛЬНЫЕ
РЕШЕНИЯ?**



ДАВАЙ К НАМ!



ДАВАЙ К НАМ!



ПОДРОБНЕЕ >

Зачем нужна реклама в HR?

Реклама редких вакансий:

- Рассылки (выходного дня, автопоиски и подходящие и т.п.)
- Таргетированная реклама (кликми)
- Баннеры, тизеры (с узким таргетингом по профобласти, возрасту, доходу и т.п.), с индивидуальным креативом.





RAILS ТРЕБУЕТСЯ
МАШИНИСТ
ПАРОВОЗОА

60 000-120 000 РУБЛЕЙ



aviasales.ru
поиск авиабилетов

This advertisement features a red and white 'RAILS' logo in the top left corner. The main text is in bold, black, uppercase letters, stating 'ТРЕБУЕТСЯ МАШИНИСТ ПАРОВОЗОА' (Seeking a steam locomotive engineer) and '60 000-120 000 РУБЛЕЙ' (60,000-120,000 rubles). Below the text is a photograph of a green steam locomotive pulling a train through a wooded area. At the bottom, there is a blue banner with the 'aviasales.ru' logo and the text 'поиск авиабилетов' (air ticket search).



aviasales.ru
поиск авиабилетов

Мы очень
ищем
iOS
разработчика



(денег
много)

This advertisement has a solid blue background. At the top left is the 'aviasales.ru' logo with the text 'поиск авиабилетов'. The main text is written in a white, hand-drawn, informal font, reading 'Мы очень ищем iOS разработчика' (We are very looking for an iOS developer). Below this is a white outline of the Apple logo, followed by the handwritten text '(денег много)' (lots of money).

Вакансия Java-разработчика



Эту страницу сначала делал наш дизайнер, который ничего не понимает в программистах и разработчиках и вообще убежден, что далеко не все программисты носят очки и свитера с оленями и фанатеют от Звездных Войн, поэтому мы его отстранили, а страницу сделал наш технический директор.

— Переходи на нашу сторону!

(у нас есть печеньки)

Меня зовут Борис Вольфсон, я технический директор компании HeadHunter. Я ищу к нам в команду старшего java-разработчика. Раньше эту должность занимал Оби-Ван. Он совершил немало подвигов, после чего ушел на повышение. Поэтому есть местечко.



Клюты и пряники — это прошлый век!

У нас хорошо

Вакансия «Системный аналитик»



★ Особые приметы

- Возраст/пол не имеет значения
- Опыт работы на IT-проектах на позициях менеджера, аналитика, технического писателя, программиста, разработчика
- Высшее образование в IT-отрасли
- Опыт разработки и написания ТЗ
- Применение методов сбора и анализа информации
- Знание методологий, нотаций и инструментов моделирования
- Грамотность, коммуникабельность и ответственность
- SEO
- Usability
- Инструменты прототипирования
- Гибкие методологии разработки
- Работа с тендерной документацией
- Английский язык

★ Основные занятия

- Ставить задачи
- Писать ТЗ
- Делать прототипы
- Вести переписку и общаться с менеджерами проектов и заказчиками

★ Не надо делать

- Кодить
- Проектировать техническую архитектуру системы
- Заниматься тестированием

— ПРИ ОБНАРУЖЕНИИ СРОЧНО СООБЩИТЬ О МЕСТОПОЛОЖЕНИИ: —

- ★ через сайт softline.ru
- ★ или на почту GulnaraH@softline.ru

Как организовать рекламную кампанию

1. Определяемся с целью
2. Изучаем целевую аудиторию
3. Выбираем инструменты
4. Утверждаем бюджет
5. Придумываем креатив
6. Размещаем
7. Снимаем метрики и анализируем

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Эффективность рекламы

CTR показатель эффективности рекламы:

- $CTR = (\text{количество кликов} / \text{количество показов}) \times 100$

Зависит от:

- Картинок и текста
- Размера носителя
- Яркости и контраста
- Использование анимации
- Расположения
- Контекст
- Попадания или непопадания в целевую аудиторию

Эффективность рекламы

Имиджевая реклама

Важно количество показов, а CTR нужно считать для того, чтобы понять на сколько пользователям приглянулся баннер.

Реклама для массового подбора

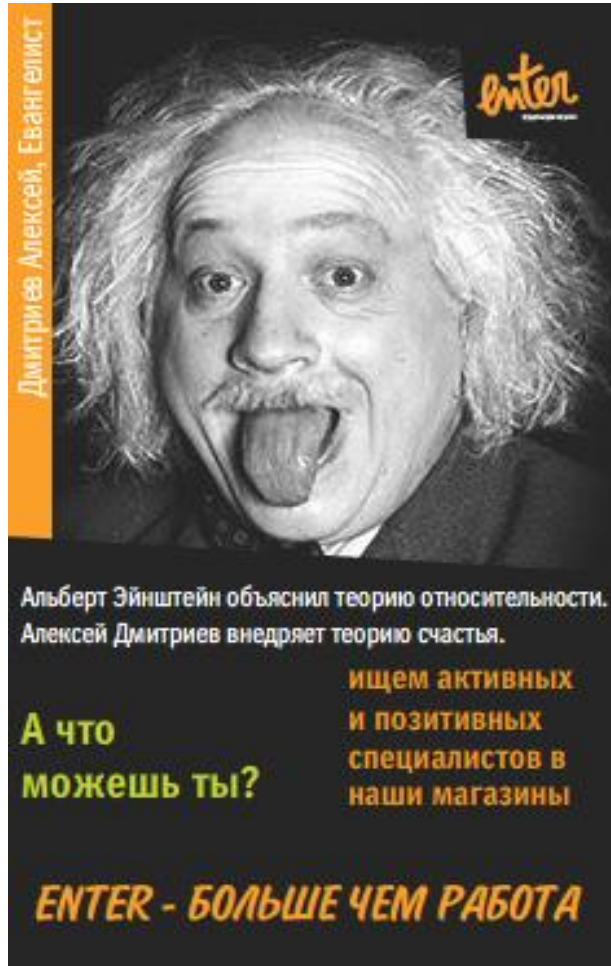
Важно количество переходов по рекламе, а CTR – для оценки качества рекламных материалов и правильного выбора ЦА.

Реклама для поиска кандидатов на редкие вакансии

Гонка за кликами и откликами.

Эффективность рекламы

Стоимость привлечения кандидата - самая важная метрика!



Рекламная кампания	
Площадка	hh.ru
Позиция	Баннер 240*400
Период	неделя
Показов	2 534 943
Кликов	3 947
CTR	0,16%
Стоимость	50 000 руб.

Стоимость клика:

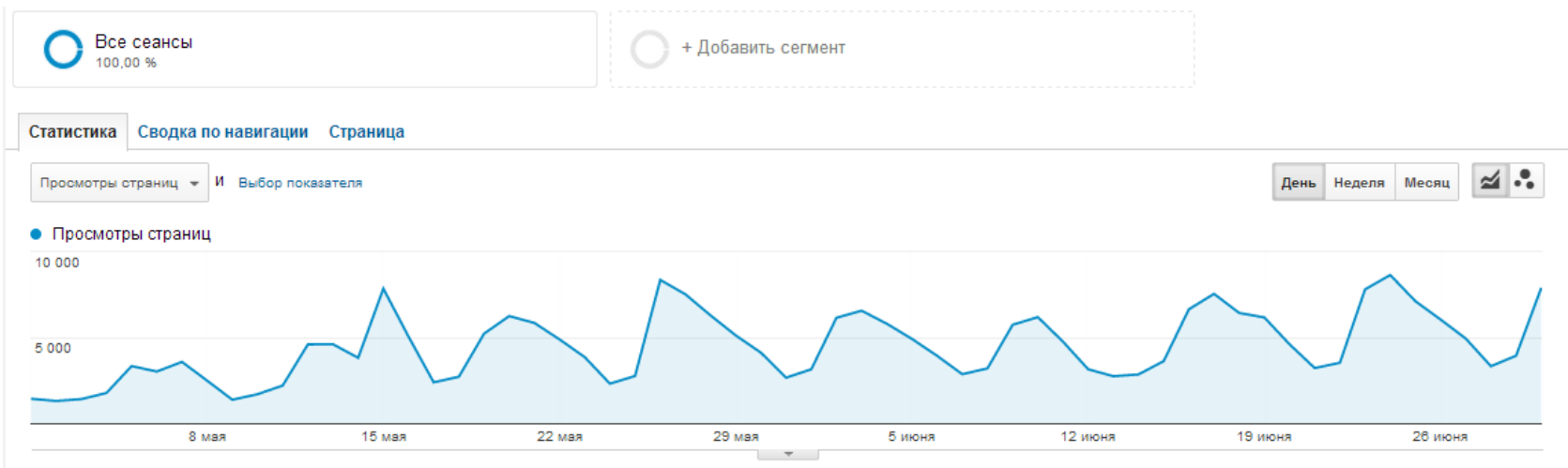
$$50\ 000\ \text{руб.} / 3\ 947 = 12,7\ \text{руб.}$$

Откуда берутся цифры?

1. Современные инструменты веб-аналитики:

- GA (<http://www.google.com/analytics/>)
- Яндекс метрика (<https://metrika.yandex.ru/>)

2. Внутренняя статистика баннерной системы площадки (hh.ru).



Возможности систем аналитики

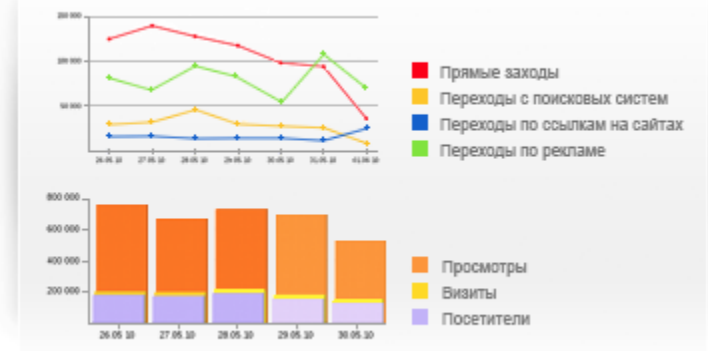
1. Посещаемость:

- источники;
- посетители.

2. Анализ характеристик посетителей.

3. Взаимодействие посетителей с контентом сайта:

- посещаемость отдельных страниц;
- страницы, с которых начинаются и на которых заканчиваются визит;
- переходы по внешним ссылкам.



СРАВНЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

Эффективность разных инструментов

- Подобрать рекламные инструменты.
- Придумать креатив (лучше несколько вариантов).
- Сделать тестовые размещения.
- Рассчитать эффективность каждого инструмента для своих задач.
- Сравнить их эффективность и сделать выводы.
- Использовать сделанные выводы в планировании своих рекламных кампаний.

Эффективность разных инструментов

- Обратить внимание на то, что посадочные страницы для однотипных инструментов должны быть идентичны.
- Не размещать одновременно несколько типов рекламы, ссылка с которых будет вести на одну и ту же страницу.
- Убедиться в отсутствии побочных факторов, которые могли бы повлиять на размещение (вакансии стандарт, премиум вакансии и пр.).

Эффективность рекламы

Почему важно мерить эффективность рекламных вложений:

- Если мы поймем, какой канал лучше работает, сможем уменьшить стоимость привлечения кандидата.
- Получим возможность корректировать рекламную кампанию, пока ее еще можно спасти.
- Сможем разговаривать с бизнесом на одном языке и обосновывать бюджеты на HR-рекламу.



Виктория Олейникова

v.oleinikova@hh.ru