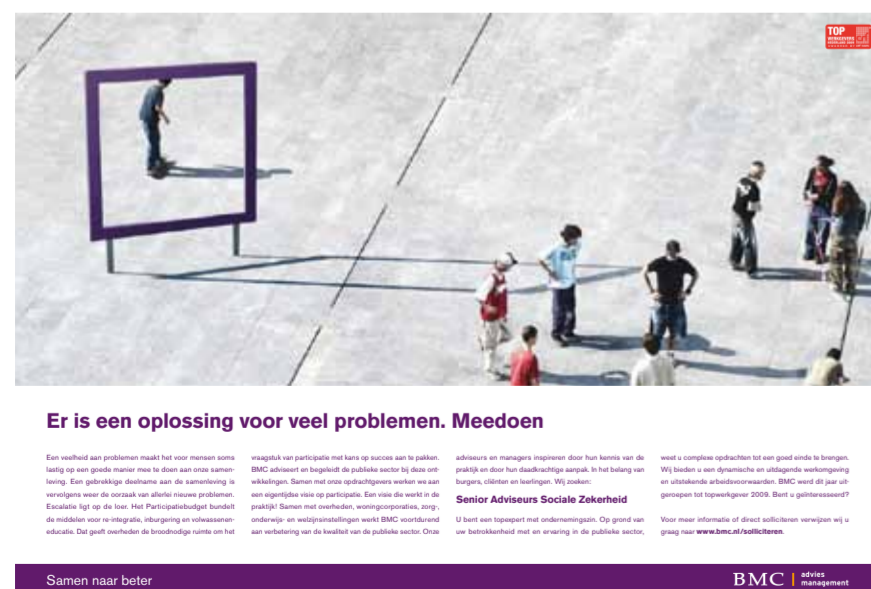


Optimaliseer uw advertentie voor het beste resultaat



Advertentie december 2009



Advertentie juli 2009

Advies- en managementbureau BMC is met ruim 1.500 adviseurs en interim-managers marktleider in het publieke domein. BMC ondersteunt overheden, onderwijs- en zorginstellingen en andere non-profitorganisaties bij het oplossen van complexe vraagstukken. Met advies, veranderen interim-management, training en coaching, auditing, onderzoek en benchmarking draagt BMC bij aan het verbeteren van organisaties.

BMC zoekt jaarlijks zo'n 100 adviseurs en managers en was benieuwd of een nieuwe, verfrissende en redelijk onconventionele personeelsadvertentie tot betere resultaten zou leiden dan hun traditionele wervingsuiting. De Persgroep Banen heeft daarom een Reclame Reactie Onderzoek uitgevoerd op zowel de oude (juli 2009) als de nieuwe uiting (december 2009) van BMC. Op basis van het onderzoek naar de eerste uiting heeft BMC zijn advertentie aangepast en deze heeft inderdaad meer resultaat opgeleverd!

Wervingsstrategie BMC Groep

"De campagnes van BMC passen goed bij de redactionele content van de Volkskrant. Deze krant staat midden in onze doelgroep: potentiële topexperts met een hart voor de publieke sector", aldus Joost van Dijk, Hoofd PR & Marketing. "We zetten doorgaans veel instrumenten in om ons wervingsdoel, ongeveer 100 adviseurs en

” De onderzoeksresultaten en de wervingscore hebben gezorgd voor een hernieuwd bewustzijn dat ook minder conventionele beelden en advertenties kunnen leiden tot een goede en passende exposure en conversie. Het onderzoek biedt interessante aanknopingspunten om toekomstige uitingen te verfijnen en het onderbuikgevoel van marketeers en recruiters te staven met significante cijfers.

Joost van Dijk, Hoofd PR & Marketing BMC



Case

managers per jaar, te behalen. Zonder advertenties in de krant zie ik een terugloop in het succes van onze andere instrumenten. De krant zorgt voor synergie tussen de verschillende wervingsmiddelen."

Methode Reclame Reactie Onderzoek

Een uitstekend middel om het effect van advertenties te meten is het Reclame Reactie Onderzoek (RRO). Het onderzoek naar de in juli geplaatste personeelsadvertentie van BMC Groep is in opdracht van de Persgroep Banen uitgevoerd door RMinteractive onder 151 lezers van de Volkskrant. Het onderzoek in december is uitgevoerd onder 130 lezers van de Volkskrant.

Verbeterde product- en merkrealisatie

Uit de RRO resultaten is gebleken dat de december advertentie, waarin gekozen is voor meer aansprekend beeld, meer uitnodigde tot lezen dan die uit juli. Deze is namelijk door 34% van de respondenten gelezen ten opzichte van 27% bij de eerste uiting. Vooral hoog-opgeleiden hebben de aangepaste uiting vaker gelezen. Daarbij heeft de lezer van de december advertentie significant beter begrepen dat het om een boodschap van een Advies & Management Bureau (product) ging en dat het een advertentie van BMC (merk) betrof. Ook is de advertentie uit december als origineler, leuker

en overtuigender ervaren dan de uiting uit juli. Beide advertenties zijn de lezers goed opgevallen met een stopping power van 73% (juli) en 71% (december). Ook worden beide advertenties bovengemiddeld gewaardeerd door de lezer en passen ze volgens 93% (juli) en 89% (december) van de lezers zeer goed in de Volkskrant.

Het gebruik van een meer aansprekend beeld heeft dus duidelijk geleid tot betere resultaten, vooral op het gebied van attentiewaarde en overtuiging. Uit deze twee onderzoeken kan geconcludeerd worden dat u uw resultaten kunt blijven verbeteren door optimalisatie van uw advertentie.

Horizon verleggend

"BMC was nieuwsgierig of een andersoortige advertentie meer aandacht zou trekken, bij welke doelgroepen en welke percepties en associaties dat oplevert voor ons merk", vertelt Joost van Dijk. "Het is gebleken dat onze advertentie goed scoort onder vrouwen, een groep die wij ook graag bereiken. Meest treffend was de opmerking van één van de respondenten: 'BMC heeft visie, ook voor de langere termijn. Het bedrijf heeft mijn horizon verlegd. Ook dames tellen nadrukkelijk mee.' Daarnaast was BMC op zoek naar exposure bij een nieuwe lichting topadviseurs met visie, die samen met de opdrachtgevers willen bouwen aan de kwaliteit van de publieke sector van morgen."

Meer informatie

Benieuwd naar de werking van uw personeelsadvertentie en hoe u deze kunt optimaliseren voor het beste resultaat? Neem dan contact op met uw accountmanager bij de Persgroep Banen of bel 020 - 562 3312.

