



**DOŁĄCZ DO ZESPOŁU,
W KTÓRYM CENI SIĘ DOJRZAŁOŚĆ**

MARKETING REKRUTACYJNY, A OSOBY DOJRZAŁE

DLACZEGO „DOJRZALI” KANDYDACI



**Starzejące się
społeczeństwo**

**Spadek
bezrobocia
6,4%
na koniec 2018**

**Nastawienie
do pracy
VS
budowa stabilnych
zespołów**



 ZACZĘLIŚMY OD BADAŃ

CO MYŚLĄ KANDYDACI Z TEJ GRUPY



- *"To praca dla młodych... Jak się odnajdę? Jak przyjmie mnie zespół?"*
- *"Nie pracowałem/am w gastronomii / w tak dynamicznym miejscu. Czy firma pomoże mi się wdrożyć?,"*
- *"Czy praca nie będzie za ciężka? Czy podołam?,"*
- *"Nie zmienię, bo nawet jak u mnie jest źle, to mogę trafić gorzej" (w przypadku osób pracujących, gdzie indziej)*

CO CHARAKTERYZUJE TĘ GRUPĘ



- **Odporność na tradycyjną reklamę pracodawców z branży gastronomicznej** – ze względu na siłę stereotypów, kandydatów z tej grupy mniej przekonują reklamy graficzne, bardziej materiały tłumaczące specyfikę pracy, możliwości rozwoju czy *testimoniale* osób podobnych do nich, z którymi łatwo się im zidentyfikować.
- **Sceptycyzm i krytyczne nastawienie do rynku pracy** jako takiego – najczęściej mamy do czynienia z osobami, które na koncie mają trudne doświadczenia w poprzednich miejscach zatrudnienia (praca na czarno, brak szacunku, nieterminowość lub nieuczciwość).
- **Oczekiwania – w tej grupie związane ze stabilnością zatrudnienia** (terminowość, warunki, brak ryzyka zwolnień), **a także atmosferą pracy** (szacunek, możliwość „dogadania się” – z zespołem i szefami. Jest też grupa osób, która ma ambicje awansu i rozwoju, nie można więc całkowicie pomijać tych aspektów w komunikacji.

JAK OCENILI NASZĄ DOTYCHCZASOWĄ KOMUNIKACJĘ?



- „Na billboardach, na reklamach nie ma ludzi w naszym wieku, tylko są młode osoby i jest napisane, że zatrudniają i przyjmują do pracy tylko młodych. Poza tym paskudne są te zdjęcia, stoi ten manager, to dla nas starszych ludzi jest odstraszać” (50+)
- „Na tym zdjęciu, na tym billboardzie jest grupa ludzi uśmiechniętych i w niebieskich koszulkach, są piękne twarze młodzieńcze a ta osoba w takiej zwykłej koszulce jest starsza. Dają do wniosku, że młodzież rządzi, a że starsza to już może być tylko popychadłem” (50+)
- „Ja przyznam szczerze, że ja pamiętam reklamy w gazecie, teraz nie ma nic fajnego w przekazie, a firma ma potencjał. No właśnie – «A może frytki do tego», później goście przychodzili i śmiali się z tego” (35-50)

GDZIE SZUKAJĄ INFORMACJI O PRACY?

- **Radio:** Złote Przeboje, VOX, Program Trzeci PR;
- **TV:** TVP, TVN24 Wiadomości, seriale obyczajowe, programy rozrywkowe i historyczne, teleturnieje;
- **Internet:** Onet, WP;
- **Gazety:** Polityka, Wprost, hobbistyczne;
- **Media społecznościowe:** Facebook, WhatsApp;
- **Inne:** tablice z ogłoszeniami w sklepach, ogłoszenia na przystankach.





_____ POTEM ZACZĘLIŚMY DZIAŁAĆ

CELE JAKIE SOBIE POSTAWILIŚMY



ZMIANA
WIZERUNKU
McDONALD'S

POSZERZENIE
GRUPY DOCELOWEJ

ZWIĘKSZENIE
LICZBY APLIKACJI

DOBRANE KANAŁY

Sieci reklamowe. Targetowanie do osób 45+ z wykorzystaniem LAL i remarketingu

Nowa strona WWW.

Adresowane do grupy 45+ spoty radiowe w formie scenek.



Materiały contentowe w mediach skierowanych do dojrzałego odbiorcy

Sylwetki pracowników 45+ w mediach własnych

Druk soczewkowy na nośnikach outdoorowych

Kampania OOH (billboardy, citylighty, słupy reklamowe) oraz działania na terenie restauracji.





WI TA MY

W McDONALD'S

„Cały czas **polecam** Maka koleżankom!”
- Sławka, 52 l., swoją pracę do emerytury planuje
z McDonald's.

W NASZEJ OKOLICY CIĘŻKO
JEST ZNALEŹĆ TAKĄ PRACĘ.

POZNAJ NASZĄ KULTURĘ



SŁAWKA





NASI LUDZIE

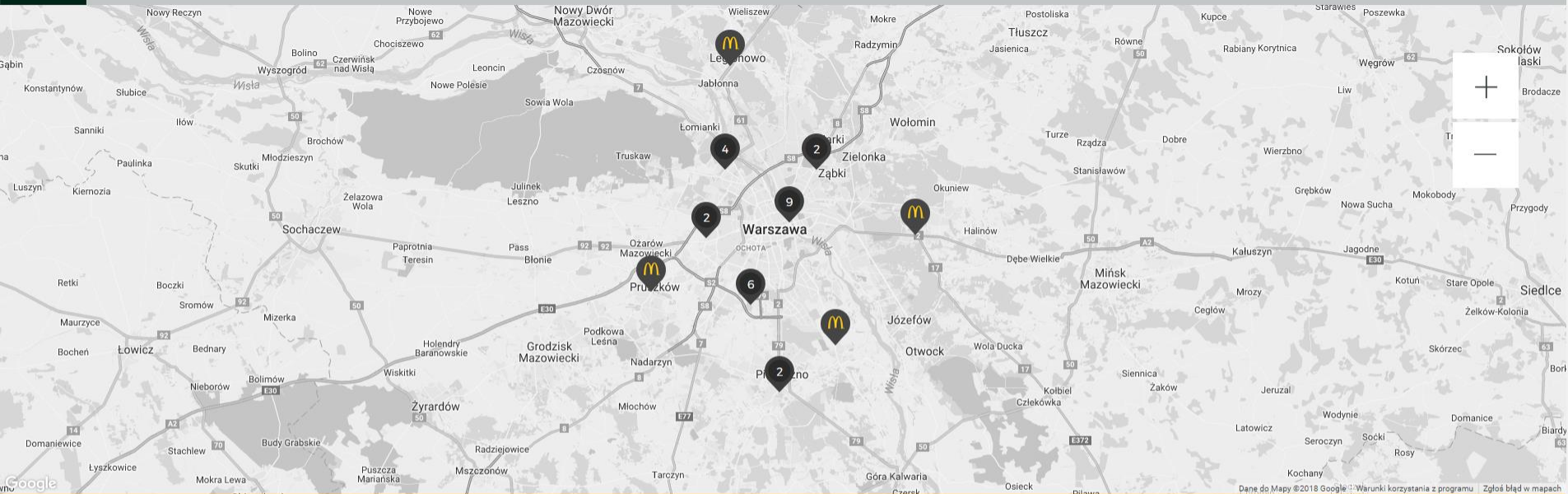
3 listopad 2017



APLIKUJ

Często piekę placki i przywożę je do pracy

Kiedyś nie znałem McDonald's i nie przypuszczałem, że mógłbym się tu zatrudnić. Wcześniej pracowałem w różnych miejscach: w fabryce cukierków i przy zbiorach jabłek za granicą. Nie znałem języka, ale jakoś byłem w stanie się dogadać. Tylko w pewnym momencie nie chciałem już wyjeżdżać, bo praca była bardzo ciężka, a podróż droższa niż to warte. "Andrzej, a ty byś nie chciał pracować w McDonald's?" - zapytała mnie wtedy znajoma i pomyślałem, że czemu nie, czemu by nie spróbować. Zwłaszcza, że znajoma pracowała, była



WYSZUKAJ OFERTY W TWOJEJ OKOLICY

LOKALIZUJ

Warszawa, Polska

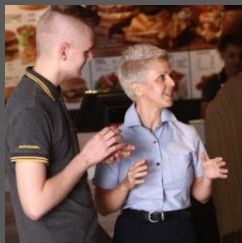
+5 km

SZUKAJ

ZNALEZIONO 54 OFERTY W TWOJEJ OKOLICY



PRASA



MAGORZATA GRZESZKIEWICZ W WARSZAWIE
W swoim domu w Lubcu, w którym mieszka z synem i wnuczką. W tle: jej córka i wnuczka

System wierna swoim wiorom!

Magorzata Grzeszkiewicz mieszka w Lubcu, w województwie lubelskim. W tym niewielkim miasteczku, które ma 15 tysięcy mieszkańców, mieszka z synem i wnuczką. W tle: jej córka i wnuczka. Magorzata Grzeszkiewicz mieszka w Lubcu, w województwie lubelskim. W tym niewielkim miasteczku, które ma 15 tysięcy mieszkańców, mieszka z synem i wnuczką. W tle: jej córka i wnuczka.



Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego

Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego. Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego.

REPORTAŻ U mnie w pracy – jak w rodzinie

Jedni idą do pracy jak na skazanie, inni z chęcią, bo widać, że czekają tam na nich bliscy im ludzie. Tacy, w których towarzyszywie czuć płynnie, szybko, miło i z uśmiechem.



Donata Blus-Hnatkiewicz „Ludzie to plus tego zawiązać”

Donata Blus-Hnatkiewicz mieszka w Warszawie. W tle: jej córka i wnuczka. Donata Blus-Hnatkiewicz mieszka w Warszawie. W tle: jej córka i wnuczka.

Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego. Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego.



Halina Swiderska „To miejsce, które kocham”

Halina Swiderska mieszka w Warszawie. W tle: jej córka i wnuczka. Halina Swiderska mieszka w Warszawie. W tle: jej córka i wnuczka.

Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego. Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego.



Nekłery z rodziną

Nekłery z rodziną. Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego.

REPORTAŻ Dorota i Hanna nie bały się zmienić pracy i otoc

Odważyłam się na zmiany



W restauracji Dorota. Zawsze była fotografką, odważyła się zmienić pracę i otoczenie. Dorota i Hanna

Dorota i Hanna nie bały się zmienić pracy i otoczenia. Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego.



Dorota i Hanna w pracy

Dorota i Hanna w pracy. Wzrostki ludzi z rodziny. Trzymają ich zawiązać, od zycia rodzinnego.

Poradnik Domowy

Pani Domu

Przyjaciółka

PRINT I ONLINE



MIEJSCE, W KTÓRYM JESTEŚ POTRZEBNY?

WI TA MY
W McDONALD'S.

DOŁĄCZ DO ZESPOŁU, W KTÓRYM CENI SIĘ DOJRZAŁOŚĆ.

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

MIEJSCE, W KTÓRYM JESTEŚ POTRZEBNA!

WI TA MY
W McDONALD'S.

DOŁĄCZ DO ZESPOŁU, W KTÓRYM CENI SIĘ DOJRZAŁOŚĆ.

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

MIEJSCE, W KTÓRYM JESTEŚ POTRZEBNA?

WI TA MY
W McDONALD'S.

DOŁĄCZ DO ZESPOŁU, W KTÓRYM CENI SIĘ DOJRZAŁOŚĆ.

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ

DOŁĄCZ DO ZESPOŁU RESTAURACJI:

Lublin
ul. Piłsudskiego 3

Więcej informacji uzyskasz u kierownika zmiany lub na mcdonaldspraca.pl

© 2017 McDonald's Corporation. Prawa do znaków towarowych zastrzeżone.

McDonald's SUPER TU BYC 25LAT



--- WYNIKI I WNIOSKI

WYNIKI CAŁOŚCIOWE KAMPANII IX-XII 2017



- **2,82x** wzrost liczby aplikacji w porównywalnym okresie podczas kampanii
- **1,78x** wzrost liczby aplikacji rok do roku
- **7,5x** wzrost ilości użytkowników na stronie
- Parametr „is a good employer” 2016 vs 2017 wzrost o **3 p.p.**

WNIOSKI

Osoby z grupy 45+ Konwertują online o **25% rzadziej** i stanowią ok **5% wszystkich** konwersji **online**

Stanowią grupę, z której na www pojawiło się **najwięcej nowych użytkowników** (80,1% do średniej 70%)

Na Facebooku zrealizowaliśmy w tej grupie **34% więcej** wyświetleń niż zakładaliśmy

Musimy „**mierzyć papier**”

