Speziell für Pflegeunternehmen

One80
MEDICAL

Die neue Tariftreuepflicht in der Pflege ist da. Und sie wird vieles auf den Kopf stellen. Z.B. den gesamten Personalmarkt in der Pflege.

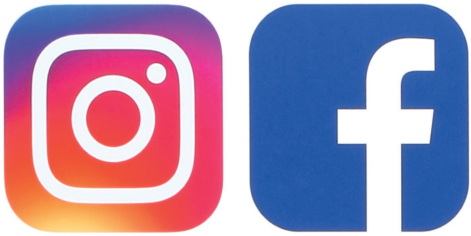
Alles wird homogen.
Pflegedienste verlieren ihre Differenzierung.

Niemand wird sich mehr aktiv bewerben. Unternehmen müssen aktiv auf passende Kandidaten zugehen.

Aber wo?

Genau dort, wo wir viel über unsere Zielgruppe wissen. Dort, wo unsere Zielgruppe täglich bis zu 4 Stunden Zeit verbringt. Unterwegs in der Bahn, auf dem Sofa, im Garten oder im Urlaub. Dort, wo wir passende Kandidaten immer wieder mit anderen Botschaften erreichen können.

Meta



Meta (Facebook und Instagram) sammelt über Jahre viele gehaltvolle Daten über seine User. Mit Hilfe der Künstlichen Intelligenz von Meta können wir mit gezielten Neuromarketingkampagnen die relevante Zielgruppe ansprechen.

» Wichtig dabei ist, anders als bei einer Stellenanzeige, dass wir den poteniell passenden Kandidaten überzeugen müssen. Er bewirbt sich ja nicht aktiv. Wir müssen ihn gezielt finden und das Konzept umdrehen. **Der Pflegedienst bewirbt sich beim Kandidaten. Nicht andersrum**

Wir müssen den Kandidaten im Laufe einer digitalen Kampagne kennenlernen. Herausfinden, was sein Grund für eine aktuelle Unzufriedenheit ist, bzw. welche Motivation sich für einen Wechsel ergeben würde.

Softskills werden dominieren. Pflegekräfte werden nicht mehr finanziell motiviert zu einem Wechsel. Nur noch, wenn sie sich in weichen Faktoren verbessern können. Weil sie aktuell einen Schmerz haben: Schlechte Struktur, religiös nicht akzeptiert, keine Flexibilität in der Stundengestaltung, keine Digitalisierung, aufwendige Prozesse, schlechte Stimmung etc.

Ist der passende Kandidat mit Hilfe des Algorithmus von Meta gefunden, wird er markiert. Nun folgen in den nächsten Tagen unterschiedliche Anzeigen mit unterschiedlichen Botschaften. Komplett individuell durch sog. dynamische Anzeigen. Bis der individuelle Schmerz, bzw. mögliche Gund für einen Wechsel gefunden wurde und er Kandidat Interesse zeigt.

An diesem Punkt schicken wir ihn auf eine komplett individuell und auf Ihren Pflegedienst zugeschnittene Karriereseite.

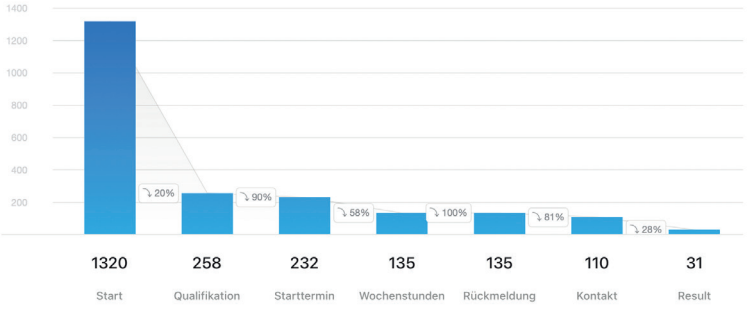
Komplett Smartphone optimiert.

Ergebnisse in Echtzeit in Ihrem Email-postfach.

Hier geht es zu unserem Beispiel.

1329	30	2.25%	2.33%
Aufrufe	Opt-ins	Konvertierungsrate	Abschlussquote

Seitenaufrufe



Du bist...

253 von 1329 Besucher haben auf diese Frage geantwortet

45%	Examinierte Pflegefachkraft (Altenpfleger:in, Krankenschwester, Krankenpfleger, Gesundheits- u. Krankenpfleger:in)	114 Antworten
25%	MFA/Arzthelfer:in	63 Antworten
23%	Pflegehelfer mit LG1/LG2 Schein	58 Antworten
5%	Krankenpflegehelfer:in	12 Antworten
1%	Krankenpflegehelfer:in; Pflegehelfer mit LG1/LG2 Schein	2 Antworten
0%	Examinierte Pflegefachkraft (Altenpfleger:in, Krankenschwester, Krankenpfleger, Gesundheits- u. Krankenpfleger:in); Pflegehelfer mit LG1/LG2 Schein	1 Antwort
0%	Examinierte Pflegefachkraft (Altenpfleger:in, Krankenschwester, Krankenpfleger, Gesundheits- u. Krankenpfleger:in); Krankenpflegehelfer:in; MFA/Arzthelfer:in; Pflegehelfer mit LG1/LG2 Schein	1 Antwort
0%	Examinierte Pflegefachkraft (Altenpfleger:in, Krankenschwester, Krankenpfleger, Gesundheits- u. Krankenpfleger:in); MFA/Arzthelfer:in	1 Antwort
0%	MFA/Arzthelfer:in; Pflegehelfer mit LG1/LG2 Schein	1 Antwort

Welche Qualifikation hast Du?

228 von 1329 Besucher haben auf diese Frage geantwortet

67%	Examen	152 Antworten
25%	Bis LG2	56 Antworten
6%	Bis LG3	14 Antworten
2%	Bis LG2; Examen	4 Antworten

Ihr großer Vorteil:

Durch effizientes Vorqualifizieren Prozess der interessierten Kandidaten im gesamten, filtern wir die richtigen im Vorfeld aus. Nach Qualifikation, Eintrittsdatum, Wochenstunden etc.

Sie sehen direkt, ob der Kandidat zu Ihnen passt. Nur dann werden Sie aktiv und gehen in ein persönliches Gespräch.

>> **Das spart Ihre Zeit und Ihr Geld.**

Kurz Zusammengefasst:

1. Das Konzept umdrehen.
Nicht der Bewerber bewirbt sich beim Pflegedienst, sondern der Pflegedienst bewirbt sich beim potentiellen Kandidaten.

2. Unternehmenswerte kommunizieren.
Denn wenn sich darauf jemand bewirbt, kann ich sicher sein, dass die Person die gleichen Wertvorstellungen teilt wie ich.

3. Neuromarketing.
Mit Hilfe von hauseigenen Psychologen und wissenschaftlichen Analysen nutzen wir psychologische Methoden, um Konsumenten für Botschaften strategisch zu sensibilisieren.

4. Beharrlichkeit.
Mit Hilfe von Retargeting markieren wir die richtigen User und lassen sie wiederholt unsere Botschaften konsumieren. (3-5 Tochpoints)

5. Dynamic ads.
Wir stärken die Markenbindung, indem wir mit Hilfe des Algorithmus den besten und relevantesten Usern, immer neue Botschaften zeigen. Passend zu ihrem Userverhalten.

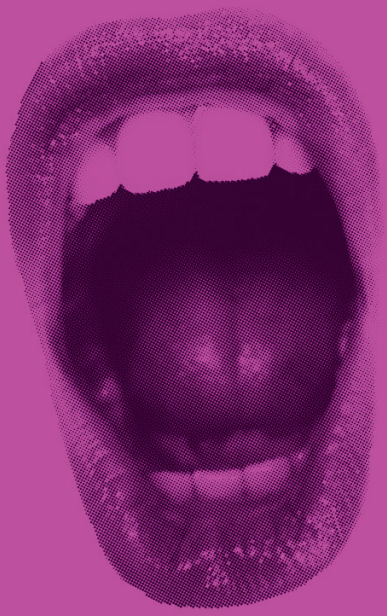
6. User Verlauf optimieren.
Der User muss konsequent im gesamten Prozess an die Hand genommen werden. Es darf keine Barrieren geben, die dafür sorgen, dass der User abspringt.

Wer wir sind.

Gutes Personal und treue Kunden sind kostbar. Und schwer zu finden. Wir nutzen unsere Learnings am Markt, Social Networks und bewährte digitale Strategien bei der Personalsuche und Patientenkommunikation. In den letzten Jahren haben wir sehr viel gelernt über den Bewerbermarkt für Pflege- und Heilberufe. Dinge, die gut funktionieren. Und Dinge, die nicht gut funktionieren. So können wir effizient und ohne Streuverluste die richtigen Menschen finden und erreichen. Mit frischen Texten und einer guten Strategie.

Die One80° Medical steht für Individuelle und innovative Marketing-konzepte für Heil- und Pflegeberufe und ist eine spezialisierte Unit der

One80°
MARKENBERATUNG



We help companies to become an employer love brand

Über uns.

Strategische- und psychologische Markenberatung aus Düsseldorf.
Brand- und Corporate Management, Employer Branding.

Schreiben Sie uns

-> kontakt@one80-medical.de

Oder rufen Sie uns an

-> 0211 82207080

WhatsApp

-> 0151 27266302

Leostraße 31
40545 Düsseldorf

www.one80.agency
www.one80-medical.de

One80 MARKENBERATUNG | One80 MEDICAL