**Działania rekrutacyjne mające na celu przyciągnięcie młodych osób do pracy**

**Firma XYZ to jeden ze sprzedawców odzieży i wyrobów tekstylnych w Polsce. Przedsiębiorstwo posiada sieć sklepów w całym kraju. W celu zwiększenia zysków firmy i przyciągnięcia większej ilości klientów Dział Marketingu w przedsiębiorstwie zaplanował akcje promocyjne, które miały zostać przeprowadzone w najbardziej rentownych salonach.**

Przeprowadzenie kampanii wiązało się z **koniecznością zwiększenia liczby pracowników** o pięć osób w czterech salonach - we Wrocławiu, Poznaniu, Warszawie i Gdańsku. Osoby te miały zostać zatrudnione na **stanowisku sprzedawcy lub doradcy** w Dziale Obsługi Klienta. W zależności od wyników kampanii reklamowej uzależniano także **zaproponowanie nowo zatrudnionym** osobom stałej współpracy. Firma wspiera **rozwój młodych talentów**, dlatego w strukturach personelu stawiano na zatrudnienia osób młodych.

**Cele:**

- **terminowe** zatrudnienie pracowników

- zatrudnienie **20 nowych osób**

- sprawne przeprowadzenie **kampanii promocyjnej** i **zwiększenie zysków**

- **zadowolenie dotychczasowych klientów** firmy i przyciągnięcie nowych

**Zastosowane rozwiązanie:**

Firma XYZ zwróciła się do Smart MBC ze zleceniem zatrudnienia **20 pracowników**. Profil nowo zatrudnionych osób zakładał, że mają to być **osoby młode**, lecz posiadające **minimum trzymiesięczne doświadczenie w sprzedaży**, zmotywowane do pracy i lubiące **kontakt z klientem**. Smart MBC mając na uwadze oczekiwania Firmy wobec **kandydatów** skierowało swoje działania rekrutacyjne do osób **powyżej 20 roku życia**, osób uczących się i **absolwentów szkół**. W tym celu **wystawiono ogłoszenia** na stronach internetowych z ofertami pracy i **portalach społecznościowych** najbardziej popularnych wśród osób młodych. Szata graficzna i treść ogłoszeń została przygotowana w taki sposób, aby **przyciągnąć ich uwagę**. Wykorzystano popularne **motywy graficzne**, hasła kierowane personalnie do odbiorcy. **Kampania promocyjna miała zostać przeprowadzona** w miastach będących ośrodkami studenckimi, dlatego Smart MBC nawiązało **współpracę z organizacjami i samorządami studenckimi** największych uczelni w tych czterech miastach, w celu rozpowszechnienia informacji na temat oferty pracy. Agencja przeprowadziła także rozmowy z Firmą XYZ w celu **przyznania benefitów** dla kandydatów- biletów do kin, zniżek do ośrodków sportowych. Całkowity **czas realizacji zamówienia trwał 6 tygodni** i składał się z **trzech etapów:** przedstawienia kandydata, rozmowy rekrutacyjnej i decyzji o zatrudnieniu.

Przedstawieni pracownicy sprawdzili się podczas działań promocyjnych, dlatego Firma XYZ najlepszym pracownikom **zaproponowała stałe zatrudnienie**.

**Rezultaty:**

- sprawne **przeprowadzenie kampanii** promocyjnej

- przyciągnięcie **nowych klientów**

- zyskanie nowego zaplecza **młodych pracowników**