



Resultaten

**Jongeren enthousiasmeren voor een bijbaan
in de Apeldoornse horeca- en toerismesector**

Zomer 2022

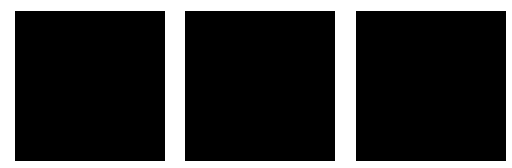
**apeldoorn
partners**

Aanleiding

De ondernemers in de horeca- en toerismebranche hebben te kampen met grote uitdagingen op het gebied van personeel. Veel personeel is verloren gegaan door de voorgaande lockdowns en de sector heeft, mede versterkt door covid, te maken met een teruglopend imago.

Apeldoorn Partners en Centrummanagement Apeldoorn willen op verzoek van hun ambassadeurs en leden een campagne ontwikkelen waarin jongeren worden gemotiveerd om te kiezen voor een bijbaan in de Apeldoornse horeca- en toerismesector.





Creatieve uitgangspunten

- We gaan van de horeca- en toerismesector de meest aantrekkelijke sector maken.
- We kunnen ons niet onderscheiden op salaris dus benadrukken vooral de gezelligheid.
- We zetten de medewerkers op een voetstuk. En kiezen qua beeldmateriaal voor jongeren die in de Apeldoornse sector werken.
- We zetten in op een online first-strategie. Daar verwacht de doelgroep onze boodschap. Instagram en Snapchat worden door de doelgroep als belangrijkste media gevonden voor deze boodschap.
- We ontwikkelen een landingspagina voor een overzicht van de deelnemende bedrijven waar jongeren bij interesse direct contact op kunnen nemen met de ondernemer.



Campagne social media

‘De horeca, je moet het maar kunnen. Altijd daar waar het gezellig is. Altijd scherp als de rest vrij is. Altijd in het middelpunt van de belangstelling. Altijd de eerste die komt, of de laatste die weggaat. Eigenlijk zoeken we dus niet zomaar collega’s. We zijn op zoek naar echte **gangmakers en nachtbrakers.**’

- Looptijd: 8 juli t/m 2 september
- Kanalen: Instagram ‘In Apeldoorn’ en Snapchat ‘In Apeldoorn’
- Leeftijd: 16 t/m 22 jaar*
- Regio: Apeldoorn (met een bereik van 8 km om Apeldoorn heen)

* Bij Instagram is het niet meer mogelijk om voor werkgerelateerde advertenties op specifieke leeftijdsgroepen te targeten i.v.m. leeftijdsdiscriminatie. Omdat Instagram als medium nog wel steeds het meest interessant is en de content vaak wordt aangeboden aan profielen vergelijkbaar aan degenen die zich aangesproken voelen en klikken is het medium toch ingezet.

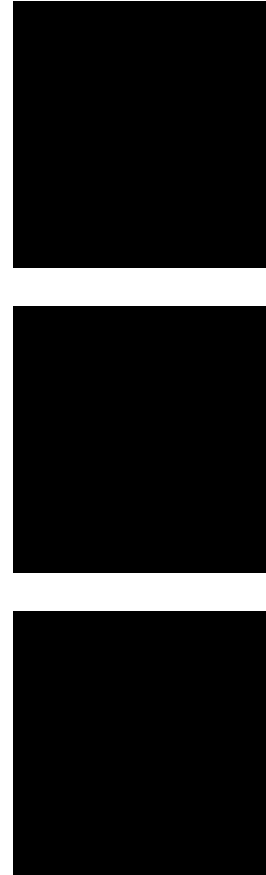


Campagne beelden



Ga voor een overzicht van de vacatures in horeca en toerisme naar inapeldoorn.nl/bijbaan

apeldoorn



Ga voor een overzicht van de vacatures in horeca en toerisme naar inapeldoorn.nl/bijbaan

apeldoorn

Campagne beelden



Ga voor een overzicht van de vacatures in horeca en toerisme naar inapeldoorn.nl/bijbaan

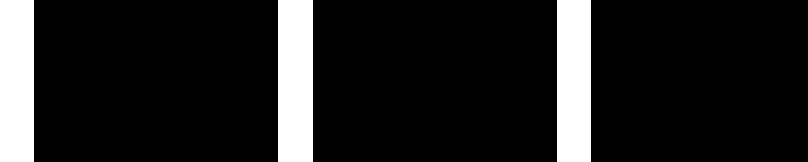
apeldoorn



Ga voor een overzicht van de vacatures in horeca en toerisme naar inapeldoorn.nl/bijbaan

apeldoorn

Resultaten



Verwacht aantal
clicks



1850

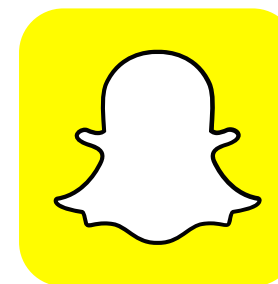


Gerealiseerde
clicks



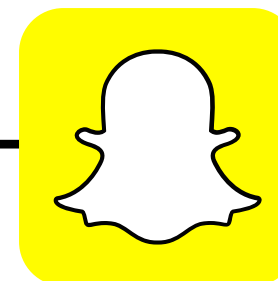
2481

Verwacht aantal
clicks



340

Gerealiseerde
clicks



1233

**3714
clicks**

Landingspagina



www.inapeldoorn.nl/bijbaan/

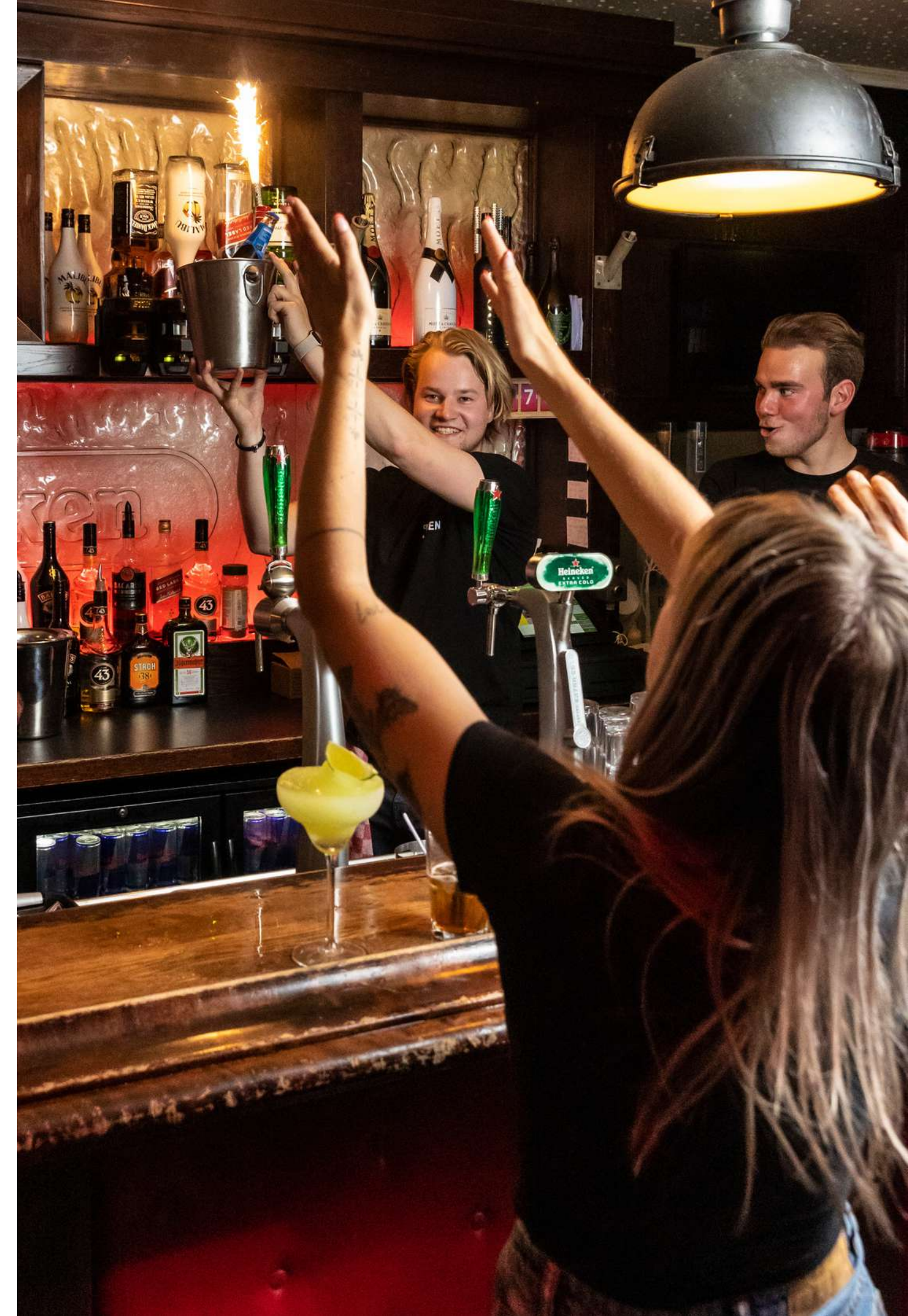
*Snapchat scoort
beter dan verwacht
met veel minder
budget!*



Conclusie

Deze campagne heeft een goede bijdrage gedaan aan de zichtbaarheid en bewustwording van de sector in Apeldoorn. De aangesloten ondernemers hebben de campagne erg gewaardeerd dat de urgentie gevoeld is om een bijdrage te leveren. Uiteindelijk hebben 50 ondernemers zich actief aangesloten bij deze campagne. In de toekomst is er ruimte voor uitbreiding van het aantal ondernemers.

Met een gemiddelde tijd op de landingspagina van 2:40 min kunnen we stellen dat de content uitgebreid bekeken is. Het aantal contactaanvragen dat vervolgens heeft plaatsgevonden is helaas zeer beperkt gebleven. Eén van de redenen is dat de daadwerkelijke uitkomsten van de campagne niet goed meetbaar zijn. Niet iedere ondernemer vraagt aan een sollicitant vraagt hoe hij/zij bij hun terecht is gekomen.



 **apeldoorn**
partners

