

Zet met dit werkblad jouw advertentiestrategie op. Houd je werkblad van dag 1 bij de hand.

Je Employer Value Proposition is de rode draad van je campagne. Laat deze propositie op verschillende manieren terugkomen in je content én speel in op je doelgroep.

Om je door de opzet van de advertentiestrategie te leiden zijn sommige velden al ingevuld.

**ADVERTENTIESTRATEGIE**

**HOOFDDOEL**

Wat is het hoofddoel van deze advertentiecampagne?

*Contact maken met potentiële kandidaten.*

**AWARENESS FASE**

**Doel**

Wat is het doel van deze advertentie?

*Aandacht trekken en interesse wekken.*

**Content**

Waar gaat de content over?

*Bijvoorbeeld: inspelen op de behoeften of belemmeringen van je doelgroep, Employer Value Propositon communiceren.*

*…………………………………………………………*

In welke vorm giet je de content?

*Kies uit: tekst met afbeelding of tekst met video.*

*…………………………………………………………*

**Call to action**

Met welke call to action sluit je af?

*Bijvoorbeeld: lees meer op onze website.*

*…………………………………………………………*

**Doelgroep**

Wie ga je targeten?

*Vul hier de doelgroep in die je op het werkblad van dag 1 geformuleerd hebt.*

*…………………………………………………………*

**CONSIDERATION FASE**

**Doel**

Wat is het doel van deze advertentie?

*Ervoor zorgen dat potentiële kandidaten voor mijn organisatie willen werken.*

**Content**

Waar gaat de content over?

*Bijvoorbeeld: huidige werknemers aan het woord, kennis en werk laten zien.*

*…………………………………………………………*

In welke vorm giet je de content?

*Kies uit: tekst met afbeelding of tekst met video.*

*…………………………………………………………*

**Call to action**

Met welke call to action sluit je je boodschap af?  
*Bijvoorbeeld: neem contact op met onze collega, lees meer over ons werk op onze website.*

*…………………………………………………………*

**Doelgroep**

Wie ga je targeten?

*Mensen die interesse hebben getoond in de awareness fase retargeten.*

**CONVERSION FASE**

**Doel**

Wat is het doel van deze advertentie?

*Barrières wegnemen en potentiële kandidaten verleiden om contact op te nemen.*

*…………………………………………………………*

**Content**

Waar gaat de content over?

*Bijvoorbeeld: vacature delen, dagje meelopen, wervingsevenement promoten.*

*…………………………………………………………*

In welke vorm giet je de content?

*Tekst met afbeelding.*

**Call to action**

Met welke call to action sluit je je boodschap af?

*Bijvoorbeeld: bekijk de vacature, solliciteer, meld je aan.*

*…………………………………………………………*

**Doelgroep**

Wie ga je targeten?

*Mensen die interesse hebben getoond in de consideration fase retargeten.*

Afbeelding met tekst, illustratie

Automatisch gegenereerde beschrijvingFeedback van Masja en Jac ontvangen? Mail je ingevulde werkblad naar [team@burojung.nl](mailto:team@burojung.nl).

**| masja slootweg**