midden-gelderland.werkgeversanno.nu

Eindrapportage 2021-2020

Eindrapportage arbeidsmarktregiocampagnes 2021-2020

Arbeidsmarktregio’s

Achterhoek
Amersfoort
Drechtsteden
Drenthe
Flevoland
Foodvalley
Friesland
Gooi-en Vechtstreek
Gorinchem / AV Regio
Groningen
Groot-Amsterdam
Haaglanden
Helmond aan de Peel
Holland Rijnland
Midden-Brabant
Midden-Gelderland
Midden-Holland
Midden-Utrecht
Noord-Holland Noord
Noord-Limburg
Noordoost-Brabant
Rijk van Nijmegen / Gelderland (Zuid)
Rijnmond
Rivierenland
Stedendriekoek en Noord-Veluwe
Twente
West-Brabant
Zaanstreek-Waterland
Zuid-Kennemerland en IJmond
Zuid-Holland Centraal
Zuidoost Brabant
Regio Zwolle
Zeeland
Zuid-Limburg

Midden-Limburg (niet deelgenomen)

Arbeidsmarktregio Midden-Gelderland 2021

2021

Samengestelde cijfers 2021 arbeidsmarktregio

Midden-Gelderland

Bereik regio(*) campagne
184.753

Bezoeken regio campagne site
1.277

Pagina's per bezoek
1,62

Sessieduur per bezoek
39 sec

Contact-leads(**)
15

Conversieratio
1,95%

Klikratio (CTR) Google Search ads: 4,91%
Klikratio (CTR) Google Display ads: 0,35%
Klikratio (CTR) Youtube Video ads: 0,55%

(*) **Bereik** DPG media en externe content netwerk mediagarant niet opgenomen in bovenstaand bereikcijfer, omdat hun rapportages niet op arbeidsmarktregio segment konden worden opgedeeld.

(**) **Contact-lead** bestaat uit een telefoongesprek, mailbericht, of ingevuld contactformulier

2021

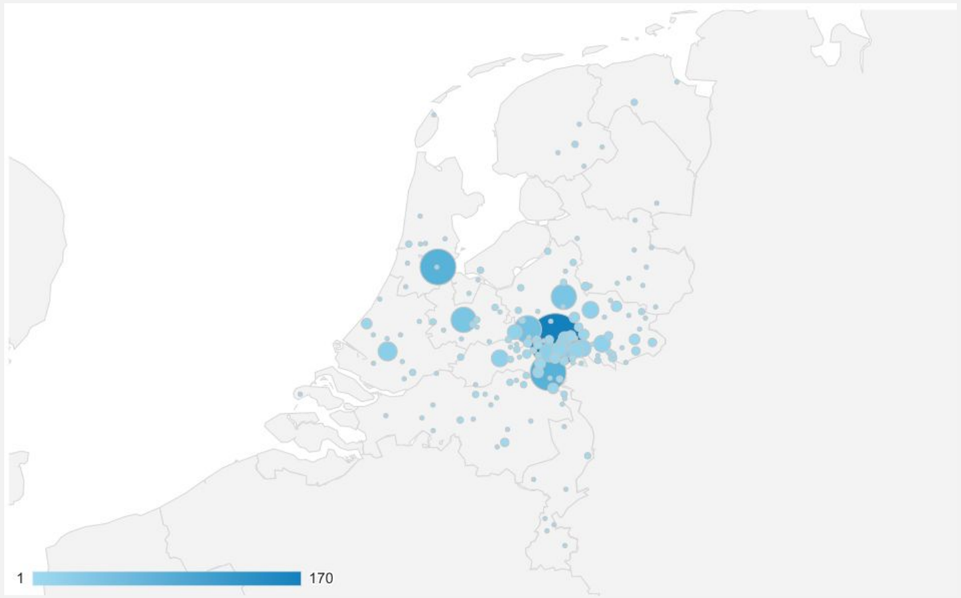
Arbeidsmarktregio

Midden-Gelderland

Top plaatsen

Plaats	Acquisitie		
	Gebruikers ↓	Nieuwe gebruikers	Sessies
	925 % van totaal: 95,26% (971)	924 % van totaal: 95,26% (970)	1.218 % van totaal: 95,38% (1.277)
1. Arnhem	**170** (17,58%)	167 (18,07%)	215 (17,65%)
2. Amsterdam	**77** (7,96%)	70 (7,58%)	96 (7,88%)
3. Nijmegen	**76** (7,86%)	73 (7,90%)	109 (8,95%)
4. Ede	**46** (4,76%)	46 (4,98%)	51 (4,19%)
5. Apeldoorn	**39** (4,03%)	38 (4,11%)	46 (3,78%)
6. Utrecht	**39** (4,03%)	37 (4,00%)	44 (3,61%)
7. Duiven	**25** (2,59%)	25 (2,71%)	33 (2,71%)
8. Rotterdam	**22** (2,28%)	19 (2,06%)	31 (2,55%)
9. Elst	**20** (2,07%)	20 (2,16%)	25 (2,05%)
10. Tiel	**19** (1,96%)	19 (2,06%)	25 (2,05%)

Top GEO(*) locaties



(*) **GEO segmentatie:** Mensen die zich (regelmatig) op de targetlocatie bevinden.

2021

Arbeidsmarktregio

Midden-Gelderland

Prestatie kanalen bezoekersverkeer

	Acquisitie			Gedrag		
	Sessies	Gebruikers ↓	Nieuwe gebruikers	Gem. sessieduur	Bouncepercentage	Pagina's/sessie
	1.277	971	970	00:00:39	76,74%	1,62
1 Display	673			00:00:11		
2 Paid Search	339			00:00:41		
3 Organic Search	188			00:01:51		
4 Direct	51			00:02:19		
5 (Other)	24			00:00:02		
6 Referral	2			00:10:47		

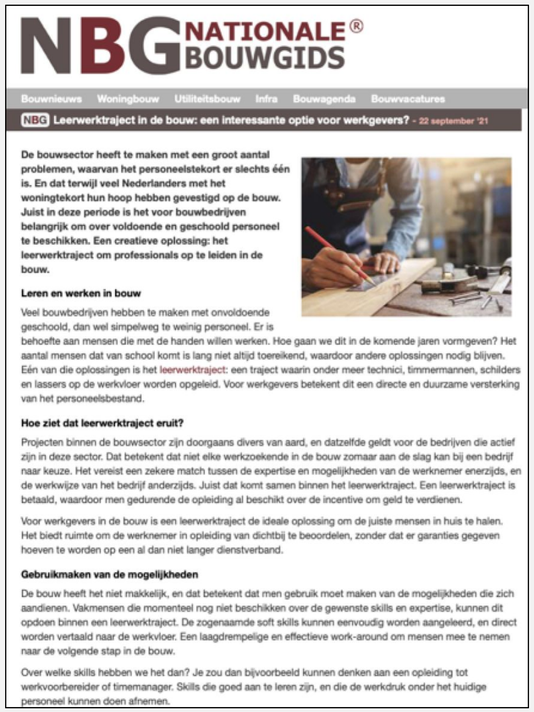
2021

Externe content en linkbuilding

Specificaties

- Het versterken van de organische vindbaarheid van de arbeidsmarktregio site op relevante zoekwoorden;
- het genereren van relevante bezoekers naar de arbeidsmarktregio site;
- segmenten: bouw, zorg en onderwijs.

Media Garant



NBG NATIONALE® BOUWGIDS

Bouwnieuws Woningbouw Utiliteitsbouw Infra Bouwagenda Bouwvacatures

NBG Leerwerktraject in de bouw: een interessante optie voor werkgevers? - 22 september '21

De bouwsector heeft te maken met een groot aantal problemen, waarvan het personeelstekort er slechts één is. En dat terwijl veel Nederlanders met het woningtekort hun hoop hebben gevestigd op de bouw. Juist in deze periode is het voor bouwbedrijven belangrijk om over voldoende en geschoold personeel te beschikken. Een creatieve oplossing: het leerwerktraject om professionals op te leiden in de bouw.

Leren en werken in bouw

Veel bouwbedrijven hebben te maken met onvoldoende geschoold, dan wel simpelweg te weinig personeel. Er is behoefte aan mensen die met de handen willen werken. Hoe gaan we dit in de komende jaren vormgeven? Het aantal mensen dat van school komt is lang niet altijd toereikend, waardoor andere oplossingen nodig blijven. Eén van die oplossingen is het leerwerktraject: een traject waarin onder meer technici, timmermannen, schilders en lassers op de werkvloer worden opgeleid. Voor werkgevers betekent dit een directe en duurzame versterking van het personeelsbestand.

Hoe ziet dat leerwerktraject eruit?

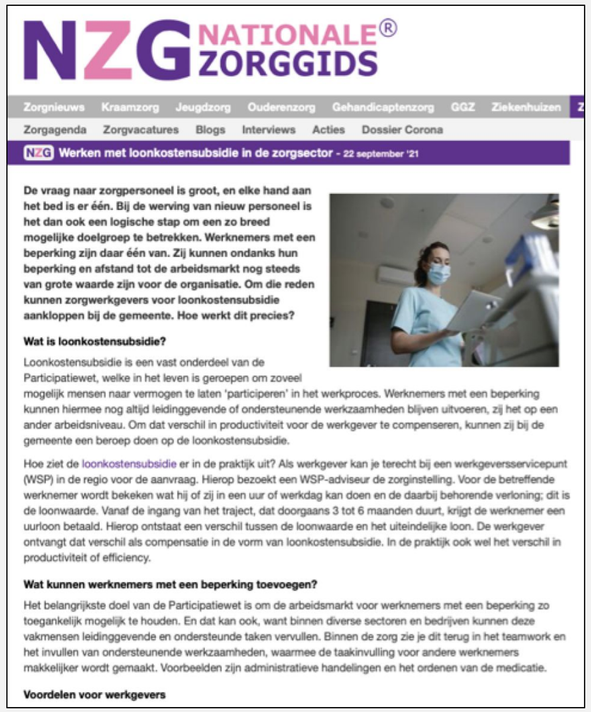
Projecten binnen de bouwsector zijn doorgaans divers van aard, en datzelfde geldt voor de bedrijven die actief zijn in deze sector. Dat betekent dat niet elke werkzoekende in de bouw zomaar aan de slag kan bij een bedrijf naar keuze. Het vereist een zekere match tussen de expertise en mogelijkheden van de werknemer enerzijds, en de werkwijze van het bedrijf anderzijds. Juist dat komt samen binnen het leerwerktraject. Een leerwerktraject is betaald, waardoor men gedurende de opleiding al beschikt over de incentive om geld te verdienen.

Voor werkgevers in de bouw is een leerwerktraject de ideale oplossing om de juiste mensen in huis te halen. Het biedt ruimte om de werknemer in opleiding van dichtbij te beoordelen, zonder dat er garanties gegeven hoeven te worden op een al dan niet langer dienstverband.

Gebruikmaken van de mogelijkheden

De bouw heeft het niet makkelijk, en dat betekent dat men gebruik moet maken van de mogelijkheden die zich aandienen. Vakmensen die momenteel nog niet beschikken over de gewenste skills en expertise, kunnen dit opdoen binnen een leerwerktraject. De zogenaamde soft skills kunnen eenvoudig worden aangeleerd, en direct worden vertaald naar de werkvloer. Een laagdrempelige en effectieve work-around om mensen mee te nemen naar de volgende stap in de bouw.

Over welke skills hebben we het dan? Je zou dan bijvoorbeeld kunnen denken aan een opleiding tot werkvoorbereider of timemanager. Skills die goed aan te leren zijn, en die de werkdruk onder het huidige personeel kunnen doen afnemen.



NZG NATIONALE® ZORGGIDS

Zorgnieuws Kraamzorg Jeugdzorg Ouderenzorg Gehandicaptenzorg GGZ Ziekenhuizen

Zorgagenda Zorgvacatures Blogs Interviews Acties Dossier Corona

NZG Werken met loonkostensubsidie in de zorgsector - 22 september '21

De vraag naar zorgpersoneel is groot, en elke hand aan het bed is er één. Bij de werving van nieuw personeel is het dan ook een logische stap om een zo breed mogelijke doelgroep te betrekken. Werknemers met een beperking zijn daar één van. Zij kunnen ondanks hun beperking en afstand tot de arbeidsmarkt nog steeds van grote waarde zijn voor de organisatie. Om die reden kunnen zorgwerkgevers voor loonkostensubsidie aankloppen bij de gemeente. Hoe werkt dit precies?

Wat is loonkostensubsidie?

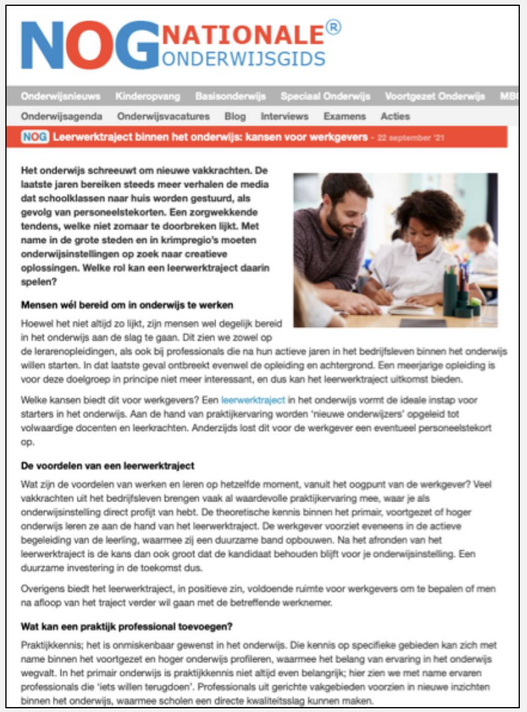
Loonkostensubsidie is een vast onderdeel van de Participatiewet, welke in het leven is geroepen om zoveel mogelijk mensen naar vermogen te laten 'participeren' in het werkproces. Werknemers met een beperking kunnen hiermee nog altijd leidinggevende of ondersteunende werkzaamheden blijven uitvoeren, zij het op een ander arbeidsniveau. Om dat verschil in productiviteit voor de werkgever te compenseren, kunnen zij bij de gemeente een beroep doen op de loonkostensubsidie.

Hoe ziet de loonkostensubsidie er in de praktijk uit? Als werkgever kan je terecht bij een werkgeversservicepunt (WSP) in de regio voor de aanvraag. Hierop bezoekt een WSP-adviseur de zorginstelling. Voor de betreffende werknemer wordt bekeken wat hij of zij in een uur of werkdag kan doen en de daarbij behorende verloning; dit is de loonwaarde. Vanaf de ingang van het traject, dat doorgaans 3 tot 6 maanden duurt, krijgt de werknemer een uurloon betaald. Hierop ontstaat een verschil tussen de loonwaarde en het uiteindelijke loon. De werkgever ontvangt dat verschil als compensatie in de vorm van loonkostensubsidie. In de praktijk ook wel het verschil in productiviteit of efficiency.

Wat kunnen werknemers met een beperking toevoegen?

Het belangrijkste doel van de Participatiewet is om de arbeidsmarkt voor werknemers met een beperking zo toegankelijk mogelijk te houden. En dat kan ook, want binnen diverse sectoren en bedrijven kunnen deze vakmensen leidinggevende en ondersteunde taken vervullen. Binnen de zorg zie je dit terug in het teamwork en het invullen van ondersteunende werkzaamheden, waarmee de taakinvulling voor andere werknemers makkelijker wordt gemaakt. Voorbeelden zijn administratieve handelingen en het ordenen van de medicatie.

Voordelen voor werkgevers



NOG NATIONALE® ONDERWIJSGIDS

Onderwijsnieuws Kinderopvang Basisonderwijs Speciaal Onderwijs Voortgezet Onderwijs MB

Onderwijsagenda Onderwijsvacatures Blog Interviews Examens Acties

NOG Leerwerktraject binnen het onderwijs: kansen voor werkgevers - 22 september '21

Het onderwijs schreeuwt om nieuwe vakkrachten. De laatste jaren bereiken steeds meer verhalen de media dat schoolklassen naar huis worden gestuurd, als gevolg van personeelstekorten. Een zorgwekkende tendens, welke niet zomaar te doorbreken lijkt. Met name in de grote steden en in krimpregio's moeten onderwijsinstellingen op zoek naar creatieve oplossingen. Welke rol kan een leerwerktraject daarin spelen?

Mensen wél bereid om in onderwijs te werken

Hoewel het niet altijd zo lijkt, zijn mensen wel degelijk bereid in het onderwijs aan de slag te gaan. Dit zien we zowel op de lerarenopleidingen, als ook bij professionals die na hun actieve jaren in het bedrijfsleven binnen het onderwijs willen starten. In dat laatste geval ontbreekt evenwel de opleiding en achtergrond. Een meerjarige opleiding is voor deze doelgroep in principe niet meer interessant, en dus kan het leerwerktraject uitkomst bieden.

Welke kansen biedt dit voor werkgevers? Een leerwerktraject in het onderwijs vormt de ideale instap voor starters in het onderwijs. Aan de hand van praktijkervaring worden 'nieuwe onderwijzers' opgeleid tot volwaardige docenten en leerkrachten. Anderzijds lost dit voor de werkgever een eventueel personeelstekort op.

De voordelen van een leerwerktraject

Wat zijn de voordelen van werken en leren op hetzelfde moment, vanuit het oogpunt van de werkgever? Veel vakkrachten uit het bedrijfsleven brengen vaak al waardevolle praktijkervaring mee, waar je als onderwijsinstelling direct profijt van hebt. De theoretische kennis binnen het primair, voortgezet of hoger onderwijs leren ze aan de hand van het leerwerktraject. De werkgever voorziet eveneens in de actieve begeleiding van de leerling, waarmee zij een duurzame band opbouwen. Na het afronden van het leerwerktraject is de kans dan ook groot dat de kandidaat behouden blijft voor je onderwijsinstelling. Een duurzame investering in de toekomst dus.

Overigens biedt het leerwerktraject, in positieve zin, voldoende ruimte voor werkgevers om te bepalen of men na afloop van het traject verder wil gaan met de betreffende werknemer.

Wat kan een praktijk professional toevoegen?

Praktijkkennis; het is onmiskenbaar gewenst in het onderwijs. Die kennis op specifieke gebieden kan zich met name binnen het voortgezet en hoger onderwijs profileren, waarmee het belang van ervaring in het onderwijs wegvalt. In het primair onderwijs is praktijkkennis niet altijd even belangrijk; hier zien we met name ervaren professionals die 'iets willen terugdoen'. Professionals uit gerichte vakgebieden voorzien in nieuwe inzichten binnen het onderwijs, waarmee scholen een directe kwaliteitsslag kunnen maken.

2021

Gesponsorde artikelen

CTR: 0,24% net onder gemiddelde van 0,25% tot 0,30%.

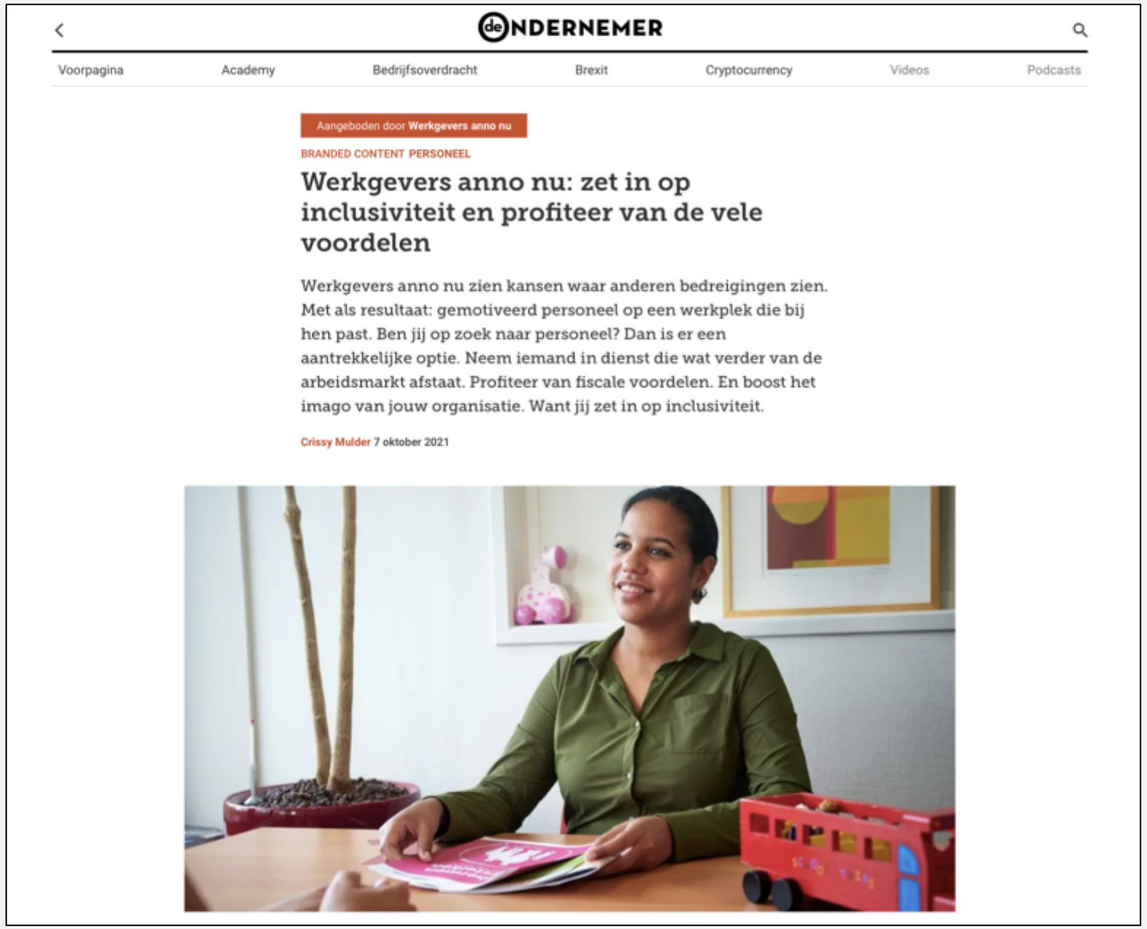
Specificaties

- 7 verwijzingen naar campagne sites
- Regionale segmentatie
- Publicatie duur van 3 weken

Bent u op zoek naar personeel? Werkgevers anno nu zoeken naar kansen. Werkgeversservicepunt (WSP) heeft een divers bestand van werkzoekenden die graag willen werken.

Maak uw keuze uit een van de onderstaande arbeidsregio's

- Achterhoek
- Drenthe
- Midden-Gelderland
- Regio Zwolle
- Stedendriehoek en Noord-Veluwe
- Twente



de ONDERNEMER

Voorpagina | Academy | Bedrijfsoverdracht | Brexit | Cryptocurrency | Videos | Podcasts

Aangeboden door **Werkgevers anno nu**

BRANDED CONTENT PERSONEEL

Werkgevers anno nu: zet in op inclusiviteit en profiteer van de vele voordelen

Werkgevers anno nu zien kansen waar anderen bedreigingen zien. Met als resultaat: gemotiveerd personeel op een werkplek die bij hen past. Ben jij op zoek naar personeel? Dan is er een aantrekkelijke optie. Neem iemand in dienst die wat verder van de arbeidsmarkt afstaat. Profiteer van fiscale voordelen. En boost het imago van jouw organisatie. Want jij zet in op inclusiviteit.

Crissy Mulder 7 oktober 2021

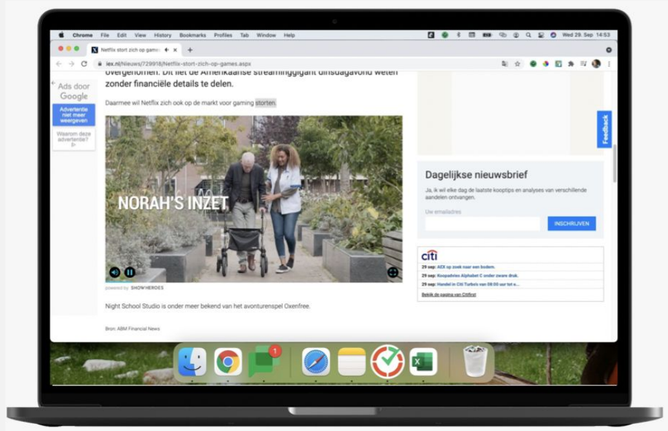
2021

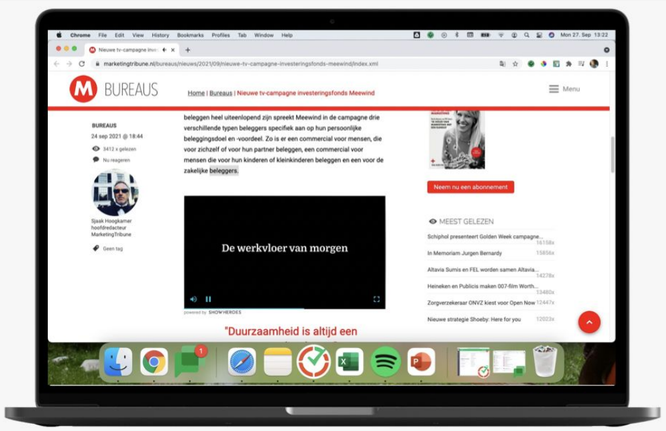
Showheroes Native Video

Specificaties

- Native In-stream video ads
- Sector segmentatie: Bouw, Horeca, ICT en Zorg
- 2 maal burst 2 weken

Native Video uitingen





(*) **Segmentatie**: Op provincie niveau

BCN. SPIEGEL MEDIA funda axel springer... 9292 russmedia fd. Mail Online METRO Weeronline

Vertoningen(*) **7.168**

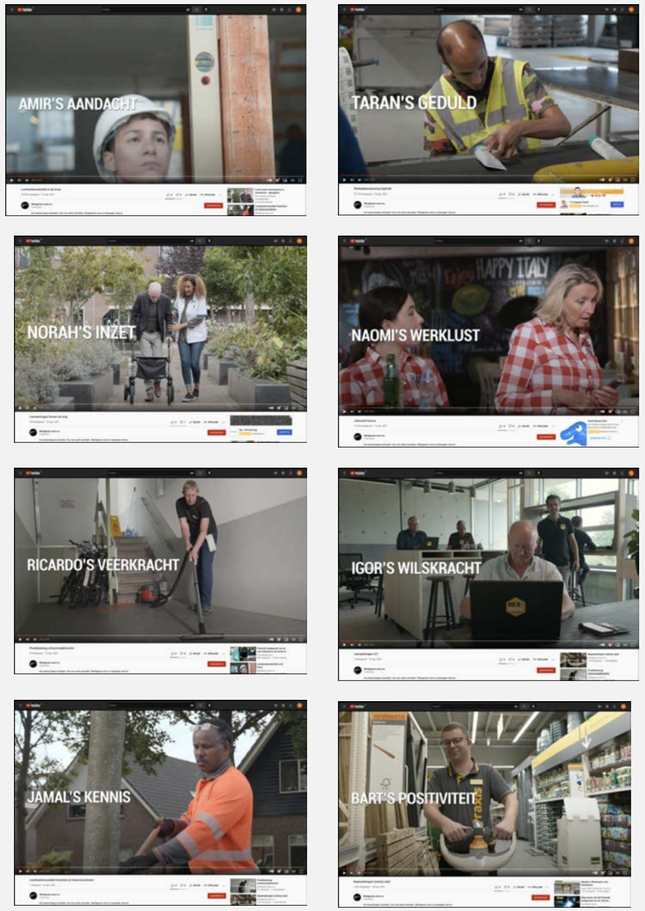
Klikken **14**

CTR: 0,20% (0,25% is gemiddeld)

2021

Youtube video

Video uitingen



Specificaties

- Regionale segmentatie arbeidsregio's
- In-stream video ad die kan worden overgeslagen
- Sector segmentatie: bouw, horeca, logistiek retail, schoonmaak en zorg
- 2 maal burst 2 weken

YouTube

Vertoningen

9.289

Klikken

51

5x thema's en 5x standaard display-uitingen

CTR: 0,55% (0,25% is gemiddeld)

Google Display

2021

Formaten

336 x 280

320 x 50

728 x 90

300 x 250

970 x 250

Specificaties

- Regionale segmentatie arbeidregio's
- Segmentatie: bedrijven en industrie en zakelijke dienstverlening
- 5 sets met 5 meest gangbare formaten display banners
- 2 maal burst 2 weken

Google Display Network

Vertoningen	Klikken
162.286	**571**

5x thema's en 5x standaard display-uitingen

CTR: 0,35% **(0,25% is gemiddeld)**

Google Zoekmachine

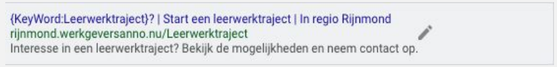
2021

Search Ad uitingen

Desktop (voorbeeld)

Mobiel (voorbeeld)

Keyword insert (voorbeeld)



Responsive (voorbeeld)

Specificaties

- Regio segmentatie

Advertentiegroepen

- Subsidie
- Personeel werven
- Advies arbeidsmarktinformatie
- Participatiewet
- Opleiden

Meest getoonde uiting

Uiting met hoogste CTR

Betaalde search (SEA)

Klikken	Vertoningen
295	**6.010**

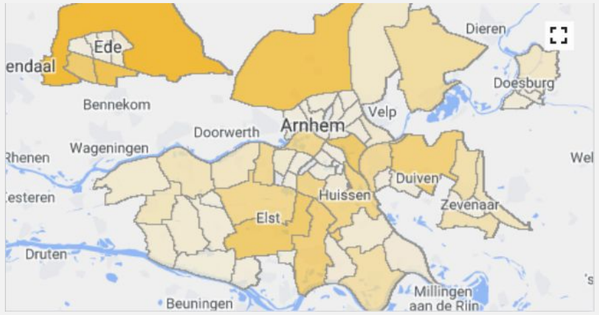
6x Zoekwoord ads, met 5 variaties per regio

CTR: 4,91% (is bovengemiddeld)

Onbetaalde search (SEO)

Klikken	Vertoningen
188	**3.217**

Getargete locaties



2021

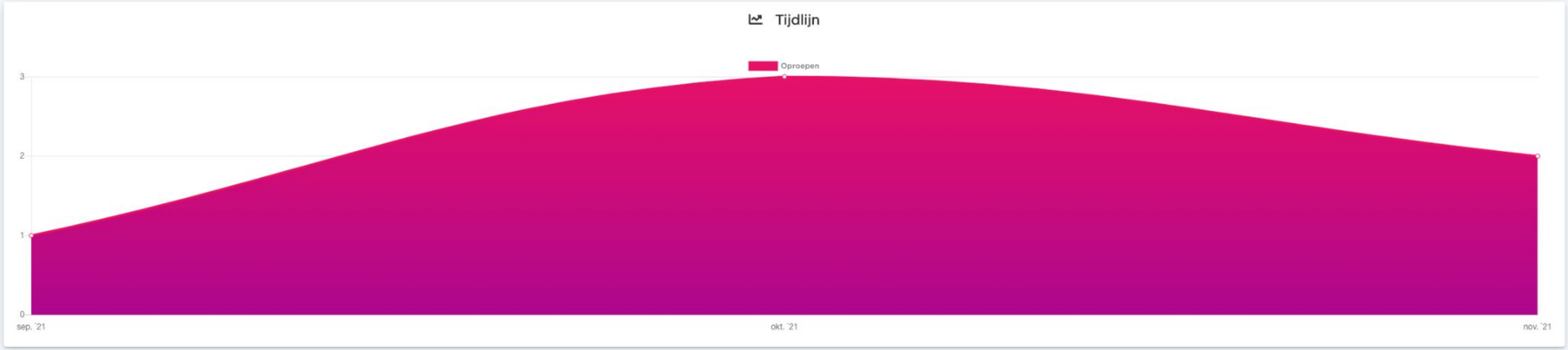
Arbeidsmarktregio

Midden-Gelderland

Call Tracking Statistieken

Oproepen	Uniek	Sessies	Conversieratio
6	5	532	1.13%

Gemist	Google Analytics	Oproepen met sessies	Gem. gespreksduur
1	6	6	01:37



Arbeidsmarktregio Midden-Gelderland 2020

2020

Samengestelde cijfers 2020 arbeidsmarktregio

Midden-Gelderland

Bereik regio campagne
541.573

Bezoeken regio campagne site
2.127

Pagina's per bezoek
1,23

Sessieduur per bezoek
34 sec

Contact-leads(*)
3

Conversieratio
0,14%

Klikratio (CTR) Google Search ads: 8,20%
Klikratio (CTR) Google Display ads: 0,33%
Klikratio (CTR) Youtube Video ads: 0,45%

(*) **Contact-lead** bestaat uit een telefoongesprek, mailbericht, of ingevuld contactformulier

2020

Arbeidsmarktregio

Midden-Gelderland

Prestatie kanalen bezoekersverkeer

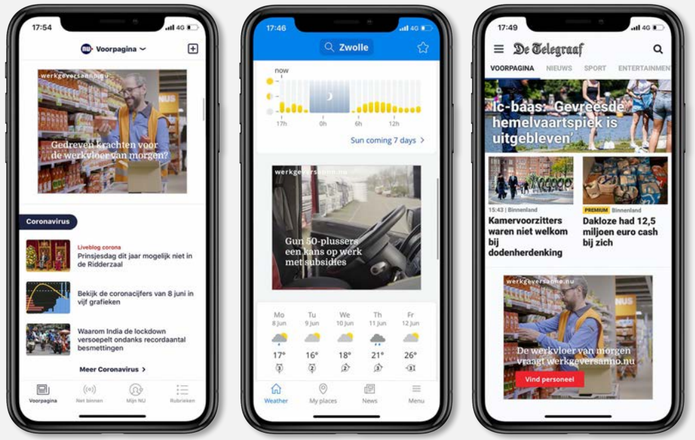
	Acquisitie			Gedrag		
	Sessies	Gebruikers ↓	Nieuwe gebruikers	Gem. sessieduur	Bouncepercentage	Pagina's/sessie
	2.127	1.551	1.549	00:00:23	86,88%	1,23
1 Display	1.638			00:00:22		
2 Paid Search	310			00:00:14		
3 (Other)	102			00:00:05		
4 Direct	39			00:00:37		
5 Organic Search	37			00:03:02		
6 Social	1			00:00:00		

2020

Premium Mobile Video

Video netwerk

- Run-of-Network
- Premium Whitelist NL



Specificaties

- Hyperlokale targeting op locaties van lokale ondernemers
- Uitsluiten passanten door enkel toestelcodes te bereiken die meer dan 2x p/week op dezelfde locatie zijn
- Hyperlokale targeting op relevante locaties zoals de KvK
- Uitingen worden enkel geserveerd gedurende openingstijden. Toestelcodes die meer dan 2x p/week op deze locatie worden herkent zijn uitgesloten om zodoende niet het personeel van de KvK te bereiken maar de ondernemers die zich inschrijven
- Whitelisting van business apps zoals Business Insider, Quotenet e.d.
- Retargeting in de avonduren over een WiFi netwerk: de doelgroep is dan aannemelijk thuis en heeft meer tijd/aandacht om de propositie van het WSP goed te bekijken

voetbalzone · De Telegraaf · AD · nrc · rtl nieuws · libelle · Marktplaats · Buienradar · funda · de Volkskrant

Vertoningen
46.461

Klikken
109

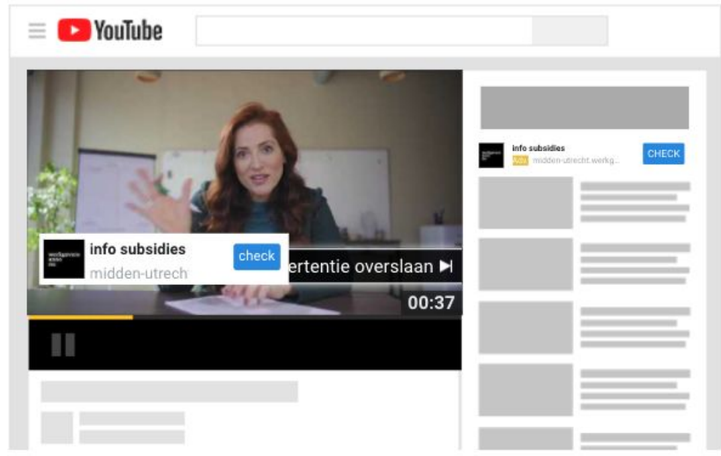
5x thema's en 5x standaard display-uitingen

CTR: 0,23% (0,25% is gemiddeld)

2020

Youtube video

Video uitingen



Specificaties

- Regionale segmentatie arbeidsregio's
- In-stream video ad die kan worden overgeslagen
- 2 maal burst 2 weken
- Segmentatie: Bedrijven en industrie, Onlangs bedrijf gestart en dienstverlening werving en selectie business.

YouTube

Vertoningen

16.435

Klikken

74

5x thema's en 5x standaard display-uitingen

CTR: 0,45% (0,25% is gemiddeld)

2020

Google Display

Thema’s

Subsidie

Personeel werven

Opleiden

Participatiewet

Arbeidsmarktinfo

Formaten

336 X 280 • VIEW

300 X 250 • VIEW

970 X 250 • VIEW

728 X 90 • VIEW

320 X 50 • VIEW

Google Display Network

Vertoningen

473.438

Klikken

1.556

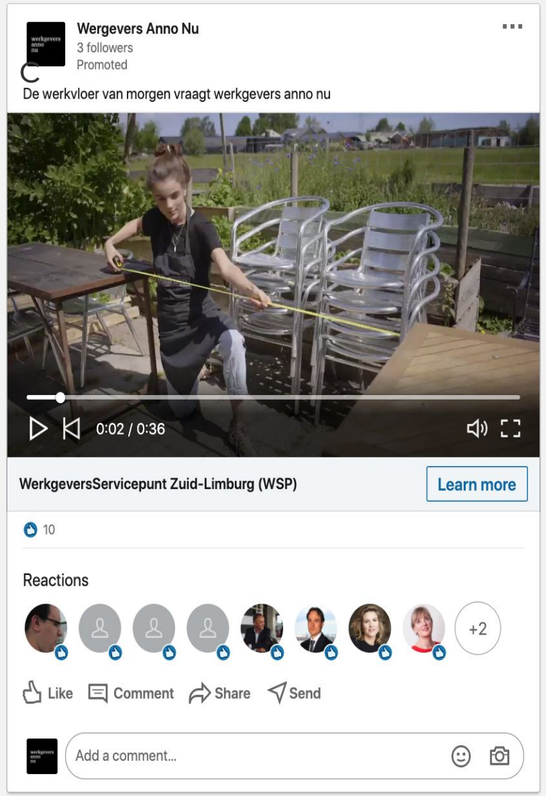
5x thema’s en 5x standaard display-uitingen

CTR: 0,33% (0,25% is gemiddeld)

2020

Linked-in

Video display ads



Top branches

Name	Impressions
Hospitals and Health Care	72 (9.56%)
Government Administration	48 (6.37%)
Education Administration Programs	40 (5.31%)
Mental Health Care	39 (5.18%)
Business Consulting and Services	29 (3.85%)
Higher Education	24 (3.19%)
Primary and Secondary Education	21 (2.79%)
Human Resources Services	21 (2.79%)
IT Services and IT Consulting	21 (2.79%)
Business Skills Training	19 (2.52%)
Marketing Services	18 (2.39%)
Retail	16 (2.12%)
Financial Services	16 (2.12%)
Civic and Social Organizations	16 (2.12%)
Leasing Real Estate	15 (1.99%)
Hospitality	14 (1.86%)
Information Services	14 (1.86%)

LinkedIn

Vertoningen **753**

Klikken **3**

Locaties in regio Utrecht met Job Senioriteit: Directeur, eigenaar, Partner, VP, Member Interests: HR

CTR: 0.4% (0,06% is gemiddeld)

Top vestigingslocaties

Name	Impressions
Arnhem	391 (51.93%)
Overbetuwe	94 (12.48%)
Gemeente Zevenaar	70 (9.3%)
Lingewaard	65 (8.63%)
Gemeente Duiven	52 (6.91%)
Lingewaal	28 (3.72%)
Gemeente Westervoort	22 (2.92%)
Gemeente Rhenen	16 (2.12%)
Gemeente Doesburg	13 (1.73%)
Gelderland	10 (1.33%)

Google Zoekmachine

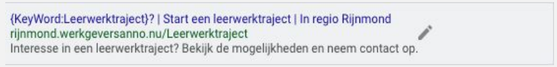
2020

Search Ad uitingen

Desktop (voorbeeld)

Mobiel (voorbeeld)

Keyword insert (voorbeeld)



Responsive (voorbeeld)

Onderwerpen

- Subsidie
- Personeel werven
- Opleiden
- Participatiewet
- Advies

Meest getoonde uiting

Uiting met hoogste CTR

Betaalde search (SEA)

Klikken	Vertoningen
316	**3.855**

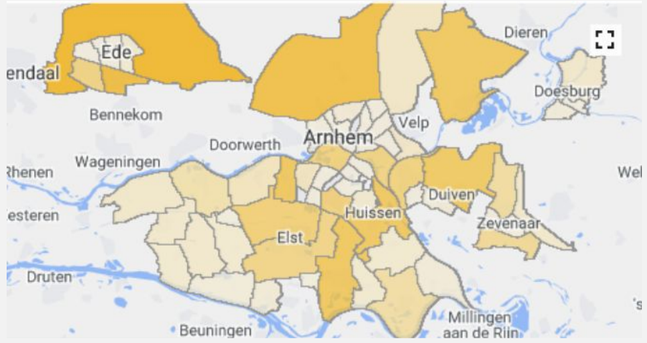
6x Zoekwoord ads, met 5 variaties per regio

CTR: 8,20% (ver boven gemiddeld)

Onbetaalde search (SEO)

Klikken	Vertoningen
37	**666**

Getargete locaties



Voorstel
Campagne Boost
2022

Kostenindicatie

Campagne Boost 2022

Omschrijving	**soort**	**kosten**
Herstart campagnes	eenmalig	€250
Media inkoop	per kwartaal	v.a. €1.000
Campagne beheer inclusief rapportage en overleg	per kwartaal	€750
Totaal (excl. BTW)		**€2.000**

Jasper Hundepool
T+31(0)6 18 45 66 70
E jasper@oma.amsterdam
Online Marketing Amsterdam (OMA)