

Hoe Select Group elk merk de flexibiliteit geeft om te digitaliseren en personaliseren

Select Group is een toonaangevende groep van 14 merken met een breed aanbod van HR-diensten en projectoplossingen, die actief is in België, Luxemburg en Nederland. Met een dagelijkse inzet van 1950 uitzendkrachten en 300 projectmedewerkers, is Select Group een belangrijke speler in de Benelux.

De uitdaging

Doorheen de jaren is Select Group gegroeid tot een groep met 14 verschillende merken. Elk merk heeft zijn eigen doelgroep, merk en persoonlijkheid. Select Group wil haar merken de handvatten en flexibiliteit geven om zelf te kiezen wat ze digitaliseren en hun eigen persoonlijke touch te brengen: IT-profielen en studenten vinden het net goed dat 80% van het recruitmentproces digitaal is, maar een andere doelgroep dan weer niet. Met Minggo kan elk merk zelf landingspagina's, formulieren en campagnes maken voor zijn doelgroep, geïntegreerd met Bullhorn.

De oplossing

→ **Passieve kandidaten activeren**

iSTORM, een merk van Select Group dat gespecialiseerd is in het zoeken van IT-profielen, activeerde met Minggo bijna 5% van de kandidaten uit de database, goed voor heel wat extra plaatsingen.

Door gebruik te maken van Bullhorn automation en Minggo-formulieren, verzenden ze gerichte e-mails om te controleren of kandidaatgegevens nog actueel zijn en om interesse in nieuwe kansen te peilen. Vervolgens worden er automatische vervolgacties ingesteld op basis van de reactie: als de kandidaat aangeeft op zoek te zijn, dan zorgt iSTORM ervoor dat hij binnen de 36 uur een call heeft met een consultant. Als de kandidaat aangeeft niet actief op zoek te zijn, dan wordt de relatie onderhouden via marketingacties.

Dit proefproject begon met één merk, iSTORM, maar wordt nu uitgebreid naar andere doelgroepen en merken binnen Select Group.

→ **Young professionals bereiken**

Select wilde extra inzetten op Young Potentials. Echter, de jobsite was niet erg 'sexy' voor young potentials en het opzetten van campagnepagina's, was omslachtig. Hierdoor werden (social)media campagnes opgezet zonder een duidelijke, digitale kandidaatbeleving.

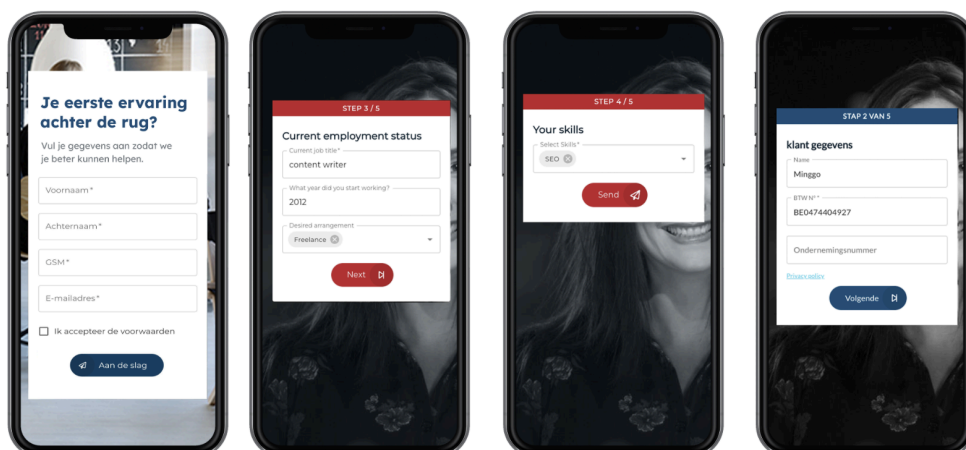
Selectmaakt met Minggo erg aantrekkelijke landingspagina's voor young professionals waarin ze enkele vragen stellen: wat zoek je, wat daagt je uit? Deze landingspagina's voegen ze toe aan hun social media advertenties met hogere conversie als resultaat.

In een volgende stap krijgen de young professionals enkele vacatures op maat voorgesteld. Als de kandidaat aangeeft dat hij de vacature interessant vindt, komt hij automatisch in een sollicitatieflow terecht.

Het resultaat

Met de Minggo landingspagina's kon Select Group haar merk in de kijker zetten, meer Young potentials converteren, en haken er minder kandidaten af nog voor ze het sollicitatieformulier volledig ingevuld hebben. Door de vervolgstappen wordt het proces van sollicitatie tot hire verkort waardoor de young potentials zich goed bediend voelen en dit ook zullen uitdragen.

Door slapende kandidaten te reactiveren, kon het aantal beschikbare kandidaten worden verhoogd, wat resulteerde in extra plaatsingen.



Voordelen van Minggo + Bullhorn

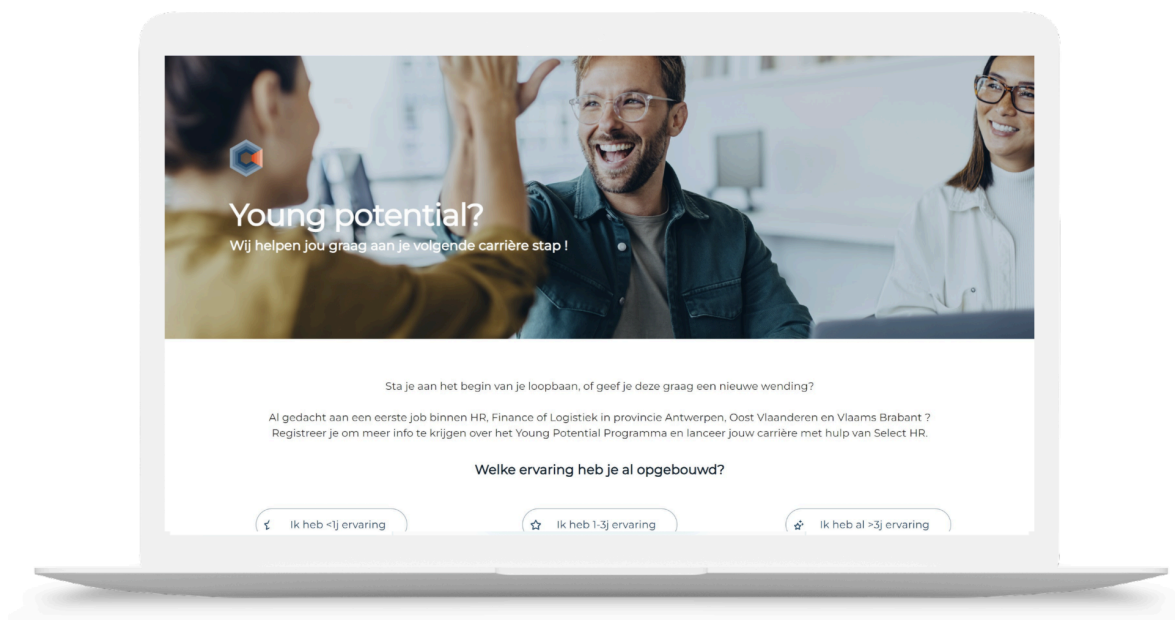
Doordat Minggo naadloos met Bullhorn is geïntegreerd, komen alle gegevens automatisch in Bullhorn terecht.

Bovendien maakte de flexibiliteit en personalisatiemogelijkheden van Minggo het eenvoudig voor Select om de branding aan te passen aan verschillende doelgroepen en campagnes.

Dit stelt Select in staat om snel te reageren op veranderende behoeften en trends in de markt, waardoor ze een concurrentievoordeel behaalden in de dynamische uitzendsector.

Quote Jeroen Huygh, IT manager Select Group

“Het grootste voordeel van Minggo is dat je eenvoudig kunt personaliseren en digitaliseren met het configuratiepaneel, waardoor je de kandidaat centraal kan zetten en de identiteit van elk merk kan bewaken.”



[Meer weten? Klik hier en bekijk direct de demo video van Minggo](#)