

KUNDENFALL / RECRUITING

Universitätsspital Zürich

Digitale Ansprache unterstützt die Besetzung einer Stelle in der Inneren Medizin.



9.947

Potenzielle Kandidaten erreicht

36 %

Öffnungsrate

5 %

Reaktionsrate

Ausgangslage

Eine offene Stelle in der Inneren Medizin sollte mit geeigneten Kandidaten besetzt werden. Die Ansprache richtete sich an Jungmediziner in der DACH-Region.

Maßnahme

Die Kampagne kombinierte E-Mail-Marketing mit Social Media. Ziel war, die Stellenmöglichkeit einer fachlich passenden Zielgruppe zugänglich zu machen und Reaktionen auf die Ansprache auszulösen.

Ergebnis

Die offene Stelle wurde besetzt. Die dokumentierten Kampagnenwerte zeigen die Reichweite und Resonanz der digitalen Ansprache. 5 % der erreichten Kandidaten reagierten auf die Kampagne; diese Angabe ist keine Klickrate.

Einordnung der Angaben

Die Kennzahlen stammen aus der Projektdokumentation von Peak Atlas. Sie beschreiben die dokumentierte Kampagne; aus ihnen wird weder eine Bewerbungszahl noch ein isolierter Kausalbeitrag zur Stellenbesetzung abgeleitet. Budget und Laufzeit werden nicht ausgewiesen.

Öffnungs-, Klick- und Reaktionsraten sind unterschiedliche Kennzahlen. Die Fälle Zürich und Wyss sind deshalb nicht unmittelbar miteinander vergleichbar. Die Abbildung ist eine redaktionelle Illustration und kein Foto der Einrichtung.

Quelle und ausführlicher Fall: **Universitätsspital Zürich**. Presseanfragen: news@peak-atlas.com.