

Hoe Timing omnichannel een passend vacature-aanbod biedt dankzij profiling & personalisatie

Timing is al 25 jaar dé specialist in uitvoerend werken en focust zich op flex- en payrollkrachten. De ruim 25.000 medewerkers die via Timing aan het werk zijn, dragen bij aan het draaiende houden van de economie.

Met meer dan 900 collega's en een landelijk netwerk van vestigingen doet Timing er alles aan om klanten en flexkrachten samen te brengen. Ze behoren tot de top 3 grootste uitzendorganisaties van Nederland.

Al sinds 2017 werken Timing en GX samen, met BlueConic als CDP. De samenwerking tussen Timing, GX en BlueConic heeft er mede toe geleid dat Timing met de nieuwe jobmail campagne werd genomineerd door Copernica voor de "Beste emailcampagne Award 2020".

Uitdagingen

Timing heeft een waardevol klantenbestand en ziet kansen op het gebied van dataverrijking. Een gepersonaliseerde contactstrategie draagt bij aan een passend aanbod met relevante vacatures. Maar dat begint met een correcte, actuele klantendatabase en daar lag de uitdaging.

Timing miste de juiste data om deze efficiënt in te zetten bij marketingcampagnes. De gebruikte filters waarmee je zoekt naar een vacature waren niet beschikbaar om te gebruiken in bijvoorbeeld de Jobmail. Deze Jobmail verstuurt geschikte vacatures naar het klantenbestand van Timing. Het niet gebruiken van de beschikbare data is een gemiste kans en de trigger voor het probleem. Een groot aantal kandidaten ontving e-mails die niet waren afgestemd op hun behoeften. En voor Timing betekende dit een lage open rate, click-through rate, conversie en zelfs uitschrijvers.

De aanpak

Alle data samenbrengen in één profiel

Voor een goede inzet van BlueConic's profielen is het opbouwen van data essentieel. Voor Timing betekende dit: weten naar wie je moet mailen met welke content.

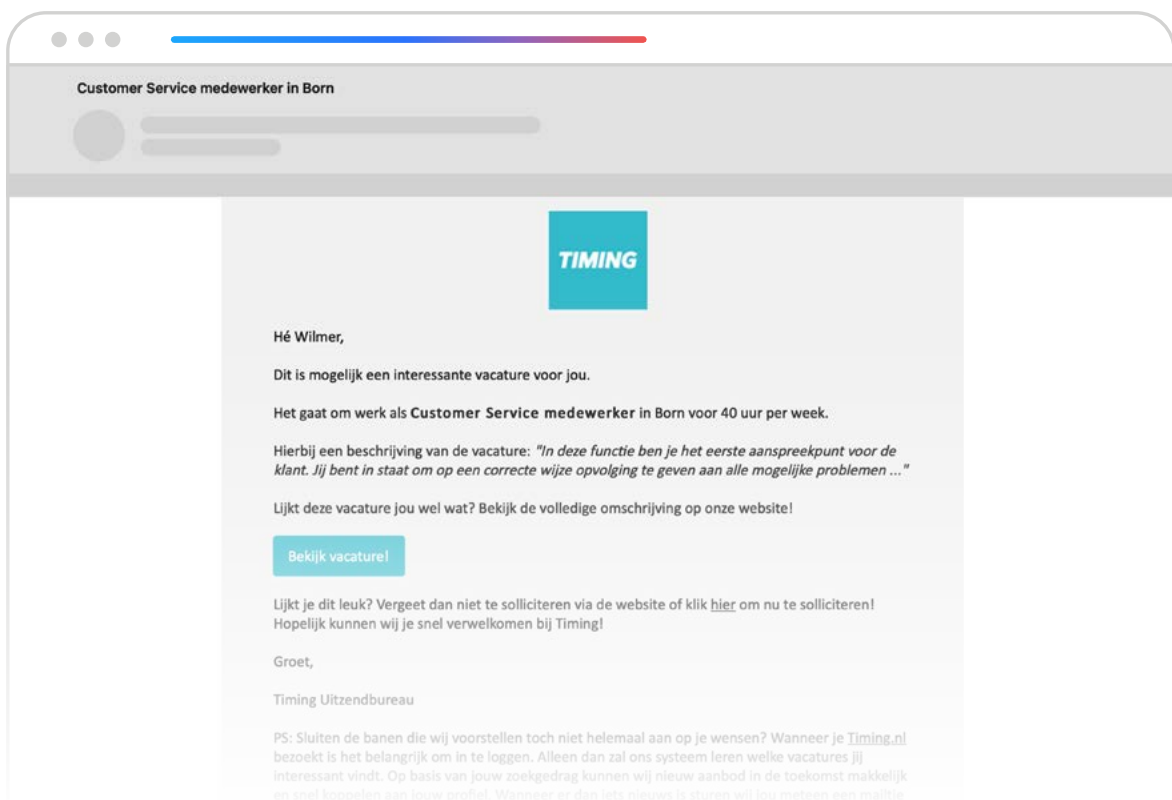
- Voor het bepalen van de targetgroep werd besloten om op basis van segmentatie te bepalen welke kandidaten de jobmail zouden ontvangen.
- Voor het bepalen van de juiste content werden de BlueConic recommendation algoritmes ingezet.

Door het grote succes van de gepersonaliseerde Jobmail is deze methodiek ook ingezet in de app, Timing.nl en Mijn Timing. Er zijn zelfs plannen om intercedenten gebruik te laten maken van dezelfde profieldata en algoritmes. Een omnichannel aanpak dus.

Segmenteren van klantprofielen

Naar iedereen in het klantenbestand de Jobmail of een App bericht sturen of via Timing.nl benaderen voor nieuwe vacatures werkt averechts, dat is wel gebleken. Misschien heeft de kandidaat al werk, past het vacature-aanbod niet en zo zijn er nog meer redenen. Daarom is segmentatie nodig.

Timing deelt kandidaten in op basis van een variatie aan segmenten gebaseerd op klikgedrag, CRM data en de filters van de vacaturebank. Denk hierbij aan voorkeuren op vakgebied, stad, opleidingsniveau en dienstverband. Dankzij de dynamische segmentatie van BlueConic vallen kandidaten automatisch binnen en buiten deze segmenten gebaseerd op de huidige informatie in het klantprofiel.



Inzetten van algoritmes op basis van aanbevelingen

Soms werd data bij Timing niet op de juiste manier verwerkt. Veel kandidaten vullen bijvoorbeeld bij het zoeken naar vacatures geen plaatsnaam in. Daarom ontvingen velen van hen na inschrijving op de jobmail, vacatures van bedrijven buiten hun zoekbereik. Maar met BlueConic ontvangen kandidaten op basis van het klantprofiel nu vacatures via diverse algoritmes:

- Collaborative filtering
- Nieuwste vacatures
- Bekeken vacatures
- Matches op basis van interesse

Triggeren van campagne flow met de juiste connecties

De perfecte gepersonaliseerde website of e-mail bereik je alleen dankzij goede connecties met andere software. Daarom is BlueConic gekoppeld aan het door Timing gebruikte CRM Mysolution, de Timing App SDK en ESP Copernica.

Door de uitwisseling van data tussen deze software, plus het gebruik van een feed uit Channable, kan Timing persoonlijke berichten versturen. Van een persoonlijke aanhef tot de juiste aanbeveling van een vacature. En natuurlijk alleen verstuurd aan het juiste segment: diegene die het meest in aanmerking komen voor sollicitatie.

Bewezen resultaten

Timing waardeert het huidige klantenbestand meer, verstuurt minder maar relevantere e-mails en de overall resultaten zijn beter dan ooit.

- 94%** Met een vermindering van bijna 94% is het aantal jobmailings teruggebracht van 1.200.000 naar 76.000.
- 54%** De jobmail werd door 54% van de ontvangers geopend. Dit is een verhoging van maar liefst 378%.
- 16%** Ook werd er meer geklikt op de links in de jobmail. De CTR is namelijk gestegen van 1% naar 16%.
- 258%** En omdat het allemaal gaat om sollicitaties, is het ook goed om te weten dat er nu 258,6% meer sollicitaties uit de jobmail komen.

“

Bij deze case komt de kracht van BlueConic goed naar voren: een krachtige profiling engine, omni-channel, real-time segmentering & aanbevelingen én gemakkelijke connecties binnen het MarTech landschap.



Guus Rutten
Lead Data Consultancy GX

Timing & GX

“

Bij Timing zijn we zeer te spreken over de samenwerking met onze partner GX. Door het inzetten van BlueConic hebben we van onze Jobmail het meest succesvolle kanaal van sollicitaties weten te realiseren. Door deze case is de potentie van BlueConic nog meer naar voren gekomen en zijn er nog meer toffe cases op de roadmap gekomen.



Wilmer Stegink
Product Owner CRM | Database-
beheer en digitale contactstrategie

“

GX helpt organisaties om digitale communicatie persoonlijk en relevant te maken. Als Platinum Partner van BlueConic heeft GX diepgaande kennis over het BlueConic platform en meer dan 100 succesvolle implementaties bij diverse klanten uitgevoerd.

**Wil je meer
weten over GX
en onze services?**

Neem contact op of bezoek [onze website](#)



Hanneke Kuipers
hanneke.kuipers@gxsoftware.com
[+31 6 51 44 59 35](tel:+31651445935)