

Eindrapportage

Werkstress in MKB

Inhoud

In dit document vind je ons voorstel. Mocht je hier vragen over hebben, mail of bel ons dan gerust. We denken graag met je mee.



Aanleiding &
doelstelling



Totaalresultaten



Verdieping



Conclusies



Aanleiding & doelstelling



Campagne vraagstuk

Het Trimbos Instituut wil **bewustwording** vergroten onder kleine MKB organisaties over het belang van mentale gezondheid en het effectief gebruik van kennis en beschikbare tools, zoals het gespreksleidraad, het document voor arboprofessionals en de Mentale Gezondheidsladder. De campagne moet de perceptie rondom werkstress veranderen en het **gebruik** van deze **tools stimuleren**.

Voor deze vraag hebben we een plan voor de campagne gemaakt.



Doelgroep

Kleine MKB-organisaties (bedrijven met 5-150 medewerkers zonder opzichzelfstaand georganiseerde HR afdeling). We richten ons vooral op de bedrijfseigenaren.



Bewerken: Werkstress - MKB

760.000
Mogelijk bereikte LinkedIn-leden

Waar bevindt uw doelgroep zich?

Locaties (permanent)

Nederland

Excluderen personen op andere locaties

Uw doelgroep heeft de profietaal ingesteld op Engels

De grootte van uw doelgroep kan verschillen afhankelijk van de geselecteerde taal. Als u Engels selecteert, richt uw campagne zich op alle lidaccounts op de locatie waar uw campagne zich op richt, ongeacht de taal die leden hebben geselecteerd in hun profiel.

*Dit is niet van toepassing op gesponsorde berichten.

Wie is uw doelgroep?

Includeren mensen die EEN van de volgende kenmerken hebben:

Bedrijfsgrootte

11 - 50 medewerkers, 51 - 200 medewerkers

AND ook EEN OF MEER van de volgende kenmerken hebben:

Senioriteitsniveaus

Manager, Senior, Directeur, Eigenaar, Partner, Executive, Vicepresident

Doelgroep verder verfijnen

Excluderen mensen die EEN van de volgende kenmerken hebben:

Functietitels (huidig)

HR-consultant, HR-executive, HR-directeur, HR-assistent, HR-medewerker, HR-coördinator, Human Resources, HR-businesspartner, HR-beheerder, Administratief HR-specialist, Personeelsspecialist, Senior personeelszaken, Senior manager personeelszaken, Recruiter, Stagiair personeelszaken, Regiomanager personeelszaken

OR Vaardigheden

HR-transformatie, HR-administratie, HR-beheer, Strategische HR, Personeelszaken, HR-strategie, HR-consultancy, Human resource planning, Human Resource-ontwikkeling

OR Branches van het bedrijf

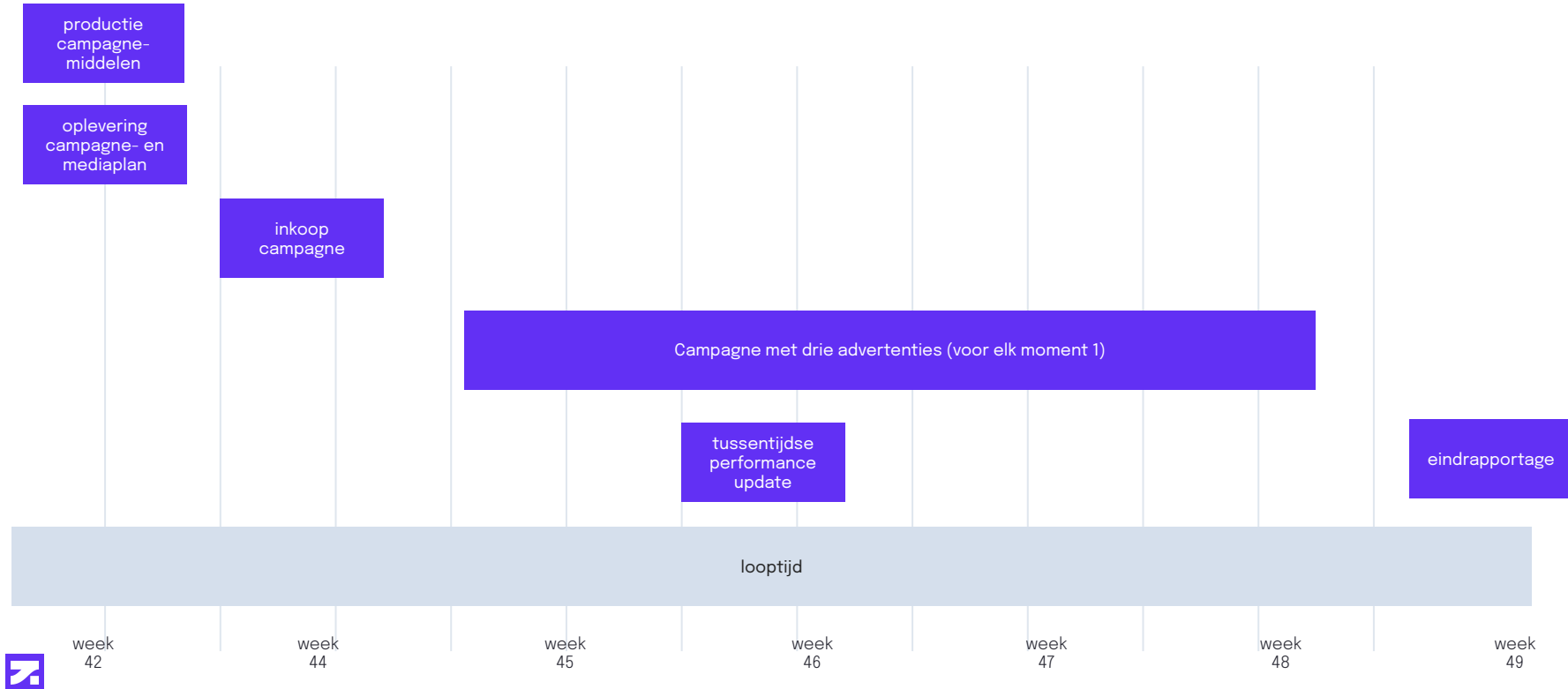
Services personeelszaken

Doelstelling

1. Bewustwording vergroten over het belang van mentale gezondheid.
2. Stimuleren van het gebruik van beschikbare kennis en tools zoals de Mentale Gezondheidsladder.



Campagneplanning en looptijd



Middelen

Perspectief 1

**Trimbos-instituut**
45.039 volgers
Gepromoot

In veel MKB-bedrijven draait het om aanpakken en hard werken. Maar wist je dat inmiddels meer dan 34% van de werknemers werkdruk of werkstress als reden voor verzuim geeft?

Ontdek of jouw bedrijf écht stressvrij werkt met onze mentale gezondheidsladder. Hiermee zie je precies of jouw bedrijf startend, gevorderd of expert is in het creëren van een mentaal gezonde werkomgeving.

Download de gratis handreiking en bouw aan mentale gezondheid in jouw bedrijf.



Werkt jouw bedrijf écht stressvrij?

Check het met onze mentale gezondheidsladder

[Meer info](#)

**Trimbos-instituut**

Bouw aan mentale gezondheid in jouw bedrijf

[Meer informatie](#)

trimbos.nl

Perspectief 2

**Trimbos-instituut**
45.039 volgers
Gepromoot

Wist je dat elke dag dat een werknemer verzuimt, je minstens €405 kost? Deze kosten kun je verminderen door te investeren in de mentale gezondheid van je medewerkers.

Want iedere euro die je investeert in mentale gezondheid, levert gemiddeld 6 keer zoveel op. Bovendien zijn gelukkige werknemers 12% productiever!

Weten hoe je werkstress bespreekbaar maakt in je team? In onze handreiking vind je een handig gespreksformulier met tips en voorbeeldvragen. Zo zet je concrete stappen richting mentale gezondheid in jouw bedrijf.

Download de gratis handreiking via onze website.



Werkstress bespreekbaar maken?

Zet eenvoudig stappen met onze tips en voorbeeldvragen

[Meer info](#)

**Trimbos-instituut**

Maak werkstress bespreekbaar in jouw bedrijf

[Meer informatie](#)

trimbos.nl

Perspectief 3

**Trimbos-instituut**
45.039 volgers
Gepromoot

Werkstress onvermijdelijk? Werknemers denken daar anders over.

Wist je dat 41% van de werknemers vindt dat er maatregelen nodig zijn tegen werkstress? Oorzaken zoals een gebrek aan autonomie (42%) en conflicten op het werk (26%) spelen hierin een grote rol (bron: TNO).

Werken aan de mentale gezondheid in je bedrijf hoeft je niet alleen te doen. Het krachtenveld voor mentale gezondheid in jouw bedrijf helpt je hierbij. Denk aan de arbodienst, bedrijfsarts of collega's.

Weten wie in jouw krachtenveld zitten? Ontdek het in de handreiking en start met bouwen aan een mentaal gezonde werkomgeving.



Werkstress hoeft niet de norm te zijn

Ontdek wie jou kan helpen bij het bevorderen van mentale gezondheid op werk

[Meer info](#)

**Trimbos-instituut**

Schakel hulp in bij het werken aan mentale gezondheid

[Meer informatie](#)

trimbos.nl

Totaal resultaten



103K+

Views

270

Klikken

19

downloads



■ Resultaten

Total results

Doelstelling: Verkeer

Periode: 4-11 t/m 26-11

Toelichting

- In totaal zijn de doelstelling ruimschoots overtroffen. Het was makkelijker om de doelgroep te bereiken waardoor de kosten per 1000 weergaven en per klik lager zijn uitgevallen. Hierdoor behalen we zowel veel meer klikken als impressies dan verwacht.
- Tijdens de campagne konden we goed bijsturen met de advertentie banner waar de doelgroep het meeste mee interacteerde. Hierdoor was er een goede match tussen de content en de doelgroep, waardoor de betrokkenheid op de website ook hoger is.

total campaign			
	achieved	kpi	% kpi
Budget	€ 1.824,25	€ 1.827,83	99,80%
CPM	€ 17,55	€ 74,28	
Impressions	103.974	24.607	422,53%
CPC	€ 6,76	€ 19,27	
Clicks	270	95	284,65%
CTR	0,26%	0,39%	



Werkstress in MKB

Resultaten LinkedIn



■ Resultaten

Awareness

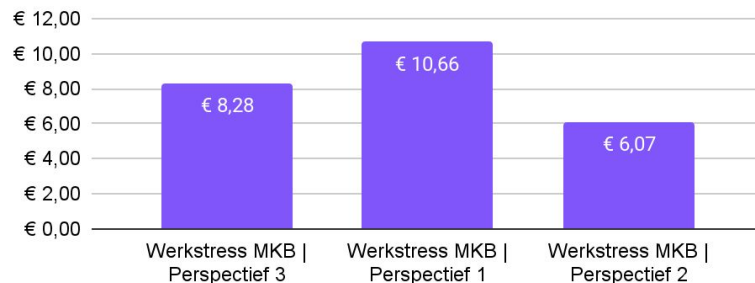
Doelstelling: Verkeer
Periode: 4-11 t/m 26-11

Toelichting

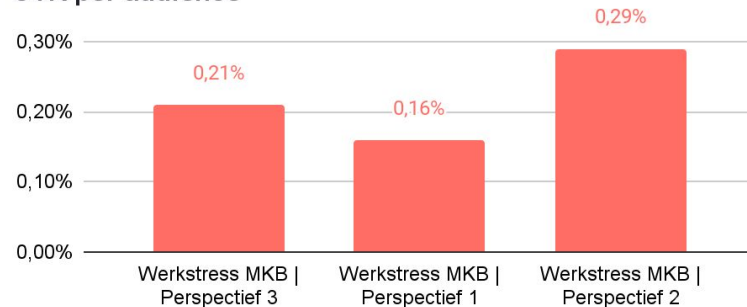
- Als we kijken naar de verschillende ads (perspectieven) valt op dat perspectief 2 overduidelijk betere resultaten laat zien dan de andere twee perspectieven. De kosten per klik waren lager en we behaalde ook een hoger doorklikpercentage.
 - Als we de content met elkaar vergelijken is de inhoud van perspectief 2 luchtiger en toegankelijker. Hierdoor voelt deze advertentie laagdrempeliger aan. Terwijl perspectief 1 en 3 meer nadruk leggen op het negatieve en complexere termen.
- We hebben perspectief 1 en later ook 3 gepauzeerd ter optimalisatie. Dit omdat deze advertenties minder goed presteerde dan perspectief 2. Hierdoor hebben we gefocust op de advertentie die het beste aansloot op de campagnedoelstelling en doelgroep.
- De mensen die we hebben bereikt beschikken over de functietitels adviseur, projectleider, trainer. We zien dat de oprichters, docenten en adviseurs het meeste interacteren met de content.



CPC per audience



CTR per audience



Werkstress in MKB

Google Analytics



website verkeer per content

bron/medium	sessies	time on site	betrokkenheid	bounce
Perspectief 1	16	1m 05 s	31,30%	68,80%
Perspectief 2	136	28 s	32,40%	67,60%
Perspectief 3	43	16 s	16,30%	83,70%
Totaal	200	28 s	29%	71%



Conclusies & aanbevelingen



Conclusies

- LinkedIn leent zich goed voor het communiceren van de boodschap aan deze doelgroep. De doelgroep die we bereikt hebben interacteren positief met perspectief 2. Wat laat zien dat er wel degelijk interesse voor het onderwerp is.
- Perspectief 2 laat overduidelijk betere resultaten zien. Dit komt door de laagdrempelig en simpele copy. De copy met meer nadruk op het negatieve en gebruik van onbekende termen toonde minder goede resultaten. De doelgroep kan je dus het beste bereiken met toegankelijke en laagdrempelige teksten.
- We zien dat 19 mensen de handreiking hebben gedownload vanuit de campagne. Na onze optimalisatie van de button hoger op de pagina te zetten zien we geen significant verschil in gedrag. Een andere reden is ook dat mensen de cookies niet accepteren, waardoor we minder goed kunnen doormeten.



■ Learnings

Conversies

Door Google Analytics te koppelen aan LinkedIn, kan het algoritme effectiever sturen op specifieke doelstellingen, zoals downloads. Deze koppeling was nu niet mogelijk door het ontbreken van een cookiebanner, maar dit biedt een duidelijke verbeterkans. Met een volledige set-up kunnen we in de toekomst gericht sturen en meer waarde uit de campagne halen.

Meerdere banners

Voor toekomstige campagnes is het slim om vanaf de start meerdere banners met verschillende invalshoeken of visuals te ontwikkelen. Door deze tijdens de campagne te monitoren, krijg je waardevolle inzichten in wat het beste werkt voor de doelgroep. Dit maakt effectieve optimalisatie mogelijk en vergroot de kans op succes.

Laagdrempelig

De resultaten tonen aan dat laagdrempelige en eenvoudige copy aanzienlijk beter presteert. Advertenties met toegankelijke inhoud (zoals perspectief 2) behaalden een lager kost-per-klik en een hoger doorklikpercentage, terwijl advertenties met negatieve nadruk en complexere termen minder succesvol waren. Voor toekomstige campagnes is het dus belangrijk om de focus te leggen op lichte en toegankelijke communicatie om de doelgroep effectief te bereiken en aan te zetten tot actie.

Samenwerking

Om het meeste uit de campagne te halen is een goede samenwerking key. Het is daarom belangrijk om goed af te stemmen wat nodig is om goed campagne te draaien; denk aan tijd reserveren voor het maken van visuals en timemanagement. Voor een vervolg belangrijk om verwachtingen en vragen goed af te stemmen. Zo te streven naar een soepel proces/verloop en kwaliteit van de campagne.



Let's go!



Goldfizz Digital Agency. Led by the new generation.