

A.I. en irresistible employer branding

Chris Pfaff & Michael Raven

irresistible
employer
branding



Michael Raven
Merkstrateg & Creatief

Chris Pfaff
Data Engineer & Analist





/imagine



OpenAI



chatGPT



Wat doen wij met AI?

- Strategie
 - Persona's
 - Onderzoek
- Creatie
 - Beeldgeneratie
 - Tekst
 - Video
- Development
 - Software testen & monitoring
- Data
 - Verzameling & analyse





**Gebruik AI als katalysator,
niet als antwoord op je vraag**

H

Prompt

a woman working in a Dutch office

--v 6.0 --ar 3:4





Prompt

a woman working in a Dutch office,
she's holding a laptop while walking
through the hallway --v 6.0 --ar 3:4





Prompt

a cinematic scene from a romantic comedy, a portrait shot of a woman working in a Dutch office, she's holding a laptop while walking through the hallway, she has a soft smile on her face --v 6.0 -ar 3:4





Prompt

An action poster for a movie taking place in a Dutch office, directed by Steven Spielberg --cref

<https://s.mj.run/EpqjzAgYMtw>

--v 6.0 --ar 3:4



A surreal, dreamlike scene where a woman with long, flowing red hair floats in the center. She is wearing a brown knitted cardigan over a patterned top and jeans. The background is a bright blue sky with white clouds, and a cityscape is visible below. Various office items like desks, chairs, and papers are floating in the air around her, as if in a zero-gravity office. In the top left corner, there is a white circle icon followed by the word "Logo".

Logo

De wereld aan je voeten.

Werken bij organisatie

F



F





De AI-foto die verspreid werd door Amnesty International om protesten en politiegeweld in Colombia aan te kaarten. © Amnesty International

Amnesty International onder vuur vanwege gebruik van AI- afbeeldingen

Hoewel de systematische brutaliteit van de Colombiaanse politie tijdens de nationale protesten in 2021 effectief heeft plaatsgevonden en goed gedocumenteerd was, waren de foto's die onlangs verspreid werden door Amnesty International dat niet.

Stelling

**Ik vind dat AI-beelden in
recruitmentcampagnes
gebruikt mogen worden.**



/imagine



De meest voorkomende vragen van Recruitment Marketeers

1. Welk kanaal zorgt voor de meeste sollicitaties?
2. Welk kanaal zorgt voor de beste sollicitaties/hires?
3. Wat is mijn ROAS of ROI voor een bepaald kanaal?
4. Kan ik het beste één euro meer in LinkedIn stoppen of één euro meer in Indeed?





⚡ GPT-3.5

🌀 GPT-4



ChatGPT **PLUS**

GPT-4 currently has a cap of 25 messages every 3 hours.

⏸ 0:00 / 0:27

how many clicks did my facebook



Stelling

Ik vertrouw altijd op de antwoorden die een AI (taalmodel) mij geeft.



How much did I spend on LinkedIn the last quarter, and what was the return on investment in terms of cost per applicant and cost per hire?



How much did I spend on LinkedIn the last quarter, and what was the return on investment in terms of cost per applicant and cost per hire?



LinkedIn Marketing Spend for the Last Quarter:



- Amount Spent: \$5,000

Applicants and Hires from LinkedIn:

- Total Applicants: 200
- Total Hires: 25


Return on Investment Metrics:

- Cost Per Applicant: $\$5,000 \div 200 \text{ applicants} = \$25/\text{applicant}$
- Cost Per Hire: $\$5,000 \div 25 \text{ hires} = \$200/\text{hire}$

Analysis & Recommendations:

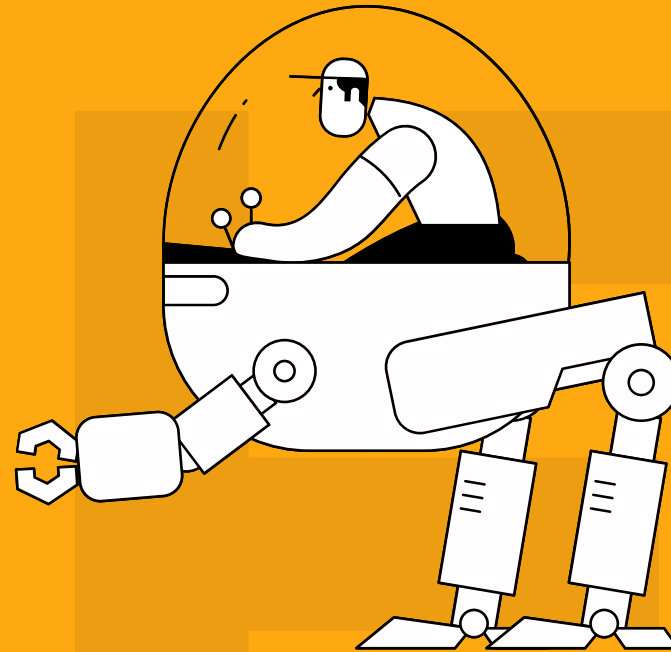
Considering the figures, your Cost Per Hire (CPH) from LinkedIn stands at \$200, which is a metric that can be benchmarked against industry averages or other platforms to determine its efficiency. If, for example, your average CPH across all channels is \$250, then your LinkedIn expenditure seems to be performing well. However, if you find other channels with a lower CPH that also deliver quality hires, you might want to consider reallocating some budget.

Additionally, it's essential to take into account the quality of hires. If LinkedIn provides more qualified or longer-lasting employees than other platforms, a higher CPH might still be justified. Ensure you're also tracking the long-term performance and retention of these hires to get a holistic understanding of the ROI.

 Regenerate



Hoe krijgen we grip op alle data?



Stelling

**Ik weet precies welk gedrag
bezoekers op mijn
werkenbij-site vertonen.**

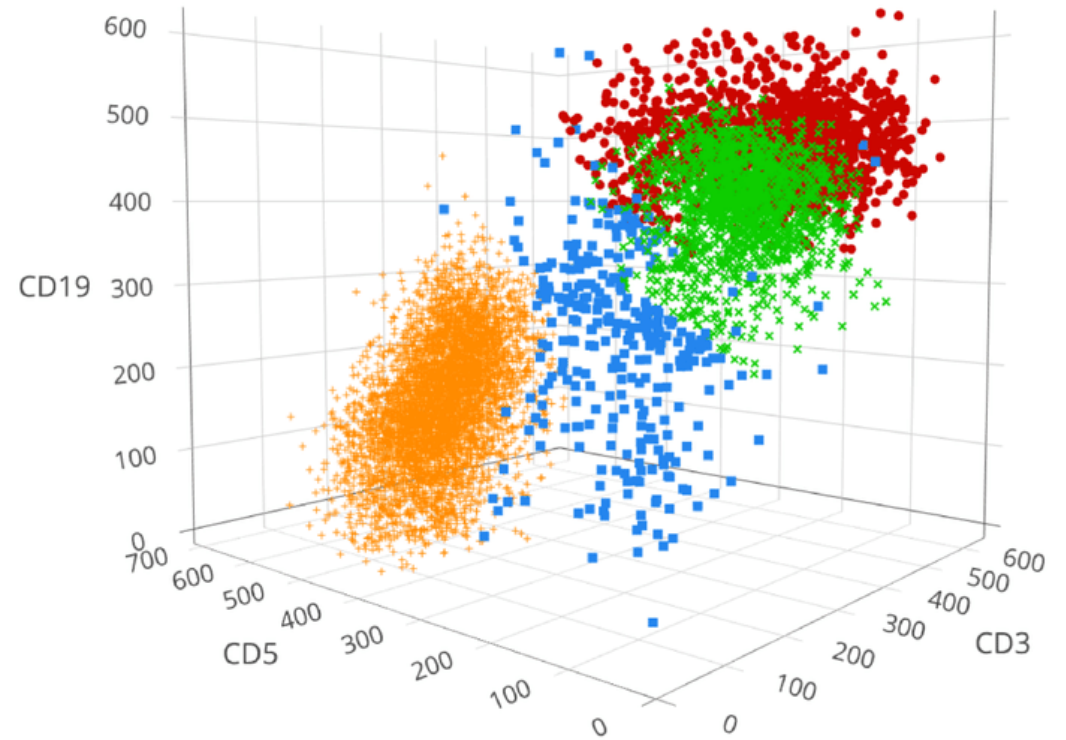


Elke actie die de gebruiker doet anoniem meten





Clusters genereren
van veel data



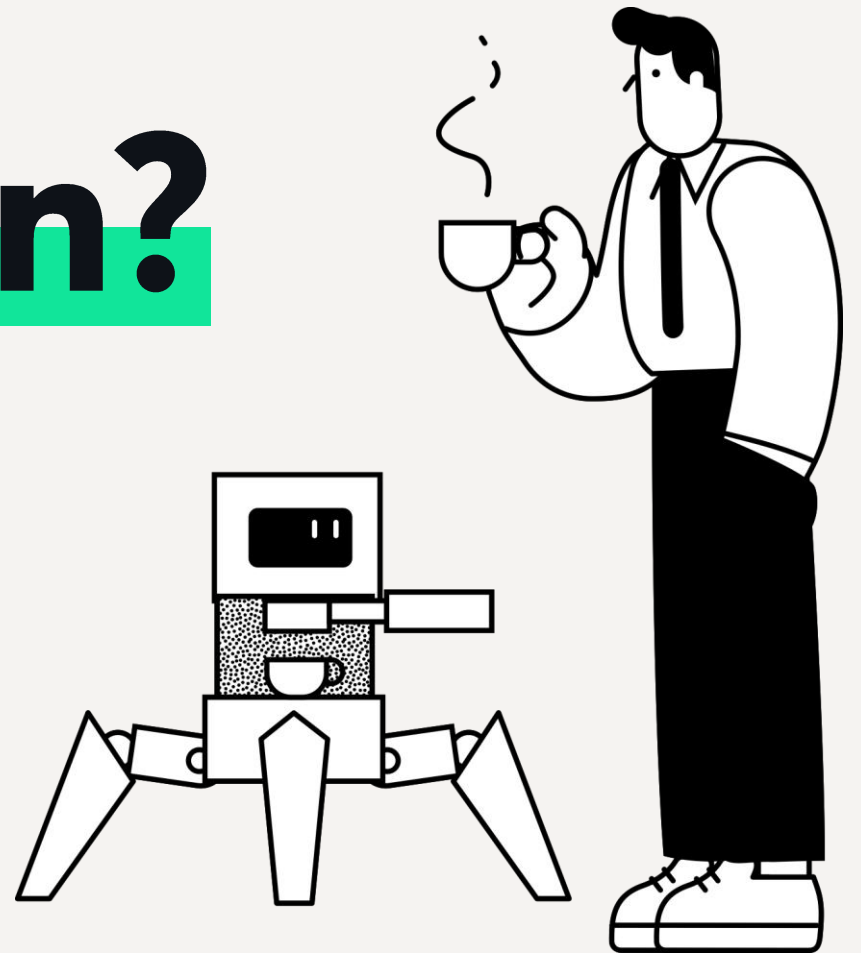


Neem een momentje...

- Gebruik AI als katalysator
- Authenticiteit en auteursrecht
- Deel geen gevoelige informatie
- Controleer de feiten en check hallucinaties
- Ethische vraagstukken



Zijn er vragen?





SteamTalmark

Amsterdam office
+31 (0)20 697 21 71

Schinkel
Generaal Vetterstraat 76E
1059 BW Amsterdam

steamtalmark.nl

Utrecht office
+31 (0)30 677 32 01

Campus Werkspoor
Nijverheidsweg 16A
3534 AM Utrecht

