Roadhouse cerca nuove risorse ma in modo innovativo

billy-tacos-recruiting-tiktok-c35666f2

Roadhouse ha lanciato una campagna radio e social per assumere nuove risorse . La società ha un importante piano di espansione per tutti i brand e da qui a fine anno conta di inserire 500 nuovi giovani nei 30 ristoranti in apertura, ma anche per integrare l'organico dei locali esistenti.

Oltre ai canali tradizionali, la società ha attivato anche lo strumento degli spot pubblicitari e dei content per i canali digital. In particolare, per Roadhouse Restaurant è stata **lanciato uno spot** on air su diverse radio nazionali (Radio 105, Virgin, 101, Rmc, CNR, DeeJay, M20 e Radio Italia) che, considerata la tipologia del format, gioca sul tema della griglia. **"Entra nel team dei ristoranti Roadhouse e metti a fuoco le tue passioni in un'azienda importante"**, è l'incipit del messaggio. Che poi prosegue: "Potrai lavorare in una buonissima squadra dove assaporare il gusto di crescere", con l'indicazione finale per candidarsi, nella Sezione Job del sito **Roadhouse.it**.

Billy Tacos e Calavera prediligono, invece, media digitali. In particolare per Billy Tacos è stato realizzato un video per TikTok, in collaborazione col noto content creator **Giosmok**, realizzando un **messaggio coerente** con il tono of voice del brand, che sta dando ottimi risultati in termini di curriculum vitae ricevuti e di awareness:

L'obiettivo è stato quello di uscire dal solito tone of voice tipico del recruitment, spesso serio e impostato, cercando di parlare con gli utenti di TIkTok, utilizzando un **linguaggio più diretto e divertente**, in linea con i trend della piattaforma.