

12.02.2015 - 14:47 Uhr

Mehr Reichweite für Online-Stelleninserate

Zürich (ots) -

Prospective lanciert diese Woche ein Reichweiten-Produkt für Stelleninserate. Damit werden künftig auch Stellenanzeigen als Banner-Kampagnen auf stark frequentierten Webseiten in der Schweiz geschaltet.

Sechs von zehn Fachkräften sind latent auf der Suche nach einem neuen Job (gemäss Kelly Global Workforce Index, 2013) und damit bei einem guten Jobangebot an einem Wechsel interessiert. Insbesondere für schwierig zu besetzende Positionen sind dies vielversprechende Zahlen.

Um diese latent Suchenden anzusprechen, buchten Arbeitgeber bis vor einigen Jahren einfach ein Stelleninserat in einer Tageszeitung. Doch seit dem Einbruch bei den Printmedien fehlt ein analoges Onlineprodukt, womit Arbeitgeber eine grosse Reichweite erreichen können. Das Hauptproblem ist, dass im Internet nur gefunden wird, was auch aktiv gesucht wird.

Wie erreichen nun Arbeitgeber "nicht-proaktiv-suchende" Personen, welche nicht auf einer Online-Stellenbörse o.ä. auf Jobsuche sind? Im Online-Marketing sind ähnliche Probleme schon lange bekannt und passende Reichweiten-Angebote entwickelt worden. Prospective setzte sich daher zum Ziel, die Erfahrungen aus dem Online-Marketing zu adaptieren und mit neuen Produkten für die Rekrutierung nutzbar zu machen. Mit proAudience entwickelte Prospective ein Produkt, um Stellenanzeigen als Banner-Kampagne auf stark frequentierten Webseiten in der Schweiz zu schalten.

Ein individuelles Inserate-Banner wird auf einer Vielzahl von Internetseiten geschaltet und führt Interessenten direkt auf das Stelleninserat. Das individuell gestaltete Banner im CI/CD des Unternehmens verhilft zudem zu einer grösseren Marken-Präsenz und unterstützt das Employer-Branding.

Speziell am proAudience von Prospective ist, dass die Reichweiten- Kampagne nicht zusätzlich über einen weiteren Anbieter gebucht werden muss. Das Inserate-Banner wird automatisiert im JobBooster von Prospective erstellt und direkt geschaltet; parallel zum normalen Ausschreibungsprozess für Print- und Online-Medien. Somit entsteht keinerlei Mehraufwand für den Recruiter und die Performance der Banner kann analysiert und ausgewertet werden.

Migros Genossenschaftsbund MGB ist der erste Kunde von Prospective, welcher proAudience nutzt. Für ausgesuchte Inserate wird zusätzlich das Reichweiten-Produkt gebucht. David Girod, Personalverantwortlicher bei MGB ist überzeugt: "Mit Hilfe von proAudience ist es uns gelungen, die Anzahl Bewerbungen für schwer zu besetzende Stellen zu erhöhen und schliesslich das passende Profil zu finden."

Mehr Informationen zum proAudience:

Felix Mall, Prospective Media Services AG, +41 43 384 55 28

Pressekontakt
Prospective Media Services AG
8032 Zürich
Mara von Escher
Marketing- und Produktmanagerin
mara.vonescher@prospective.ch
+41 44 384 55 34
www.prospective.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002350/100768502> abgerufen werden.