

Programmatic Job Advertising: Talente finden statt suchen

Die Besetzung offener Stellen ist in vielen Branchen zunehmend schwierig und kostspielig. Wer mehr geeignete Talente für offene Vakanzen finden will, muss neue Wege gehen und deshalb auch auf Online-Kanälen werben, die latent Stellensuchende tagtäglich nutzen. Dies macht solique mit «Programmatic Job Advertising» möglich.

Text: Peter B. Müller, CEO, solique ag

Fachkräftemangel sowie die Passivität vieler Arbeitnehmenden sind unter anderem Gründe dafür, weshalb Unternehmen offene Stellen nicht mit geeigneten Talenten besetzen können. Immer öfter reicht es heutzutage nämlich nicht mehr, Stellenanzeigen «nur» auf Online-Jobbörsen zu publizieren und auf qualifizierte Bewerbungen von aktiv Stellensuchenden zu hoffen. Wer den weit grösseren Pool von latent Wechselwilligen ansprechen will, muss diese Zielgruppe dort erreichen, wo sie sich im digitalen Alltag aufhält.

Präzis und günstig

Mit «Programmatic Job Advertising» ermöglicht solique seinen Kunden genau dies: Ab sofort können Stellenanzeigen auch auf Social Networks wie Facebook und Instagram, bei YouTube sowie auf Websites, Nachrichtenseiten und Blogs publiziert werden. Hierfür setzt solique in der Schweiz exklusiv auf die Smart-Profiling-Technologie «Talent Attraction» von WONDERKIND. Für Inserenten bedeutet dies: deutlich geringerer Streuverlust und mehr qualifizierte Bewerberkontakte pro investierten Werbefranken.

Self-Service-Funktionalität

Anzeigen erstellen und Einzel-Kampagnen beauftragen, können solique-Kunden nach einem einmaligen, kostenlosen Onboarding direkt in der ihnen bekannten Multiposting-Applikation solique recruiter. Mit einer kombinierten Stellenausschreibung auf der eigenen Karriere-Website, auf ausgewählten Online-Jobbörsen sowie via Programmatic Job Advertising lässt sich so ein Maximum der auf dem Arbeitsmarkt aktuell verfügbaren, aktiv und passiv suchenden Talente ansprechen.

Kompromisslos auf Mobile optimiert

Wird eine Anzeige ausgespielt, gesehen und angeklickt, können Interessenten das Original der Stellenanzeige online abrufen und entscheiden, ob sie eine Kontaktaufnahme durch die HR-Abteilung wünschen, oder ob sie sich später mit ihrem CV bewerben wollen. Anschliessend müssen lediglich einige wenige Kontaktdaten angegeben werden – alles Weitere erfolgt automatisch. Entscheidend für hohe Konversionsraten respektive hohe Reaktionsquoten ist, dass das ganze Handling kompromisslos auf die Nutzung mit Smartphones und Tablets ausgelegt ist. Detaillierte Auswertungen und Reports dokumentieren transparent den Erfolg jeder Anzeigen-Kampagne.



Als fortschrittliches Unternehmen sucht auch die Vebego AG neue Mitarbeitende mittels Programmatic Job Advertising von solique.

Rekrutieren im World Wide Web

- 96,8% der verfügbaren Arbeitskräfte haben heute in der Schweiz einen Job
- Eine Stellenbesetzung dauert im Durchschnitt 87 Tage, die Rekrutierungskosten belaufen sich auf rund 4000 Franken – Tendenz steigend
- Über 60% der Arbeitnehmenden sind bereit für eine berufliche Veränderung
- Job-Plattformen erreichen nur aktiv Stellensuchende
- Mit Programmatic Job Advertising sind latent Suchende gezielt ansprechbar; pro qualifizierte Bewerbung verringern sich die Kosten um bis zu 50%
- Dank Smart-Profiling und intelligentem Targeting können Streuverluste minimiert und bis zu fünfmal mehr Talente erreicht werden
- Mit Programmatic Job Advertising lassen sich mehr und qualitativ bessere Kandidaten finden

Kontakt:

solique ag
Untere Grabenstr. 26
4800 Zofingen
Tel. +41 62 544 33 33

info@solique.ch
www.solique.ch

Erklär-Video

