

Communiqué de presse**DÉLAI: MO, 17.10.2005**

Zollikon, le 14 octobre 2005

«Je suis un Monstre»: lancement de la bourse d'emploi en ligne, monster.ch, avec une campagne de publicité à grande échelle.

Il y a environ 18 mois, le groupe jobpilot a été repris par le pionnier du recrutement international en ligne, Monster Worldwide. Après une collaboration relativement longue entre Monster et jobpilot, monster.ch sera lancé le 17 octobre 2005 grâce à des spots TV, des affiches, des e-boards, des annonces et des actions en ligne. La campagne a pour objectif d'accroître la notoriété de la plate-forme monster.ch qui compte dès le départ environ 4'300 annonces d'emploi suisse. Avec le message plein d'assurance «Je suis un Monstre, parce que je veux trouver le job qui me convient», elle cible les chercheurs d'emploi qualifiés. Elle implique de planifier activement sa carrière, de rechercher régulièrement des offres d'emploi sur monster.ch et de déposer son curriculum vitae sur le nouveau portail Monster afin de recevoir directement les nouvelles offres d'emploi des clients Monster.

Monster.ch allie les fonctions de recherche d'emploi les plus efficaces de jobpilot.ch à la technologie novatrice de Monster. En tant qu'élément du portail international Monster, monster.ch est aussi particulièrement adapté à la recherche d'emploi et au recrutement international. La bourse d'emploi en ligne jobpilot.ch reste en outre disponible jusqu'à l'achèvement total de l'intégration.

Investir dans des candidats qualifiés

Le renforcement du marketing candidats doit attirer des postulants qualifiés vers le portail. «Naturellement, ce qui rend une plate-forme d'emplois intéressante, c'est en premier lieu la diversité des offres. Mais celui qui n'investit pas dans la relation candidat omet un aspect des choses: l'évolution importante du marché du travail à long terme», déclare Renato Profico, Directeur national chez Monster Worldwide Switzerland SA, à propos des objectifs de campagne. Aussi, des portraits artistiques, d'excellente facture, de personnes ayant de l'assurance, de tous âges et des deux sexes, des collaborateurs potentiels absolument dénués de «comportements monstrueux», qui ne semblent pas actuellement «en phase de candidature» mais sont à la recherche du poste correspondant le mieux à leur situation de vie, constituent le cœur de la publicité Monster. Le concept de communication a été développé par M.E.C.H. (McCann Erickson Communication House) à Berlin.

Monster.com, une histoire d'Internet et de succès

Créée en 1994 sous le nom de Monster Board, la bourse d'emploi était à l'époque la 454e plate-forme Internet commerciale de la planète, elle est devenue Monster et fait aujourd'hui partie des 15 sites web les plus visités au monde. Tout a commencé à Maynard, dans le Massachusetts, avec son fondateur et directeur Jeff Taylor. En 1993, ce dernier dirigerait Adion, une agence créée par lui-même, opérant dans le créneau des annonces d'emploi pour des clients «à profil technologique», lesquelles étaient publiées dans les journaux américains. Parmi ces entreprises, 85 pour 100 d'entre elles avaient recours dans le passé à la presse écrite mais il devenait de plus en plus difficile de recruter des candidats dotés de savoir-faire techniques par ce biais. Sous la pression de la demande croissante d'alternatives en matière de recrutement, Jeff

Taylor eut un matin l'idée de créer Monster Board, une plate-forme Internet permettant la mise en relation de personnes proposant et recherchant des emplois. L'idée fit son chemin et de nouveaux cercles témoignèrent de l'intérêt pour ce concept. En 1995, Jeff Taylor vendit Adion à TMP Worldwide Inc., une agence établie depuis les années soixante et spécialisée dans le marketing de personnel et les pages jaunes à New York. Monster.com naquit en 1999, la marque devait aussi rapidement s'établir en Europe.

Monster aujourd'hui

Monster compte aujourd'hui pas moins de 25 sites web nationaux, avec contenus locaux en Europe, aux États-Unis et en Asie. Au total, avec plus de 49 millions de CV et plusieurs centaines de milliers d'offres d'emplois, il est dans le monde l'un des plus importants réseaux dédié à la gestion de carrière sur Internet. En Suisse, Monster exploite des portails en allemand, en français et bientôt en italien. Mensuellement, les portails «frères» monster.ch et jobpilot.ch enregistrent ensemble plus de 4 millions d'impressions de pages. Pour les chercheurs d'emplois, monster.ch offre de nombreuses caractéristiques utiles qui facilitent la recherche. Le portail carrière propose aux employeurs, en plus de la publication d'annonces et de recherches dans la banque de données des CV, le «Monster Office HR ATS», une solution logicielle basée sur Internet permettant la gestion en interne de l'ensemble du processus de recrutement. Monster Worldwide Switzerland SA emploie actuellement 15 collaborateurs. Le siège se trouve à Zollikon, la représentation pour la Romandie à Neuchâtel. Monster Worldwide Switzerland SA publie en outre chaque trimestre l'«Indice jobpilot». À partir d'octobre 2005, cette étude portant sur le développement du marché suisse du travail sondera désormais un échantillon représentatif de 1.000 entreprises, lesquelles seront régulièrement interrogées sur leur comportement en matière de recrutement. Elle sera conduite en collaboration avec l'EPF de Zurich et la Haute école spécialisée de Soleure du Nord-Ouest de la Suisse.

La nouvelle campagne Monster



Davantage d'informations:

Monster Worldwide Switzerland SA
Micol Rezzonico
Responsable marketing
Seestrasse 45
8702 Zollikon
Tél.: 043 499 44 06
Fax: 043 499 44 44
E-mail: micol.rezzonico@monster.ch
URL: news.monster.ch