

12.02.2015 – 14:47 Uhr

Plus de portée pour les offres d'emploi en ligne

Zurich (ots) -

Cette semaine, Prospective lance un produit à large portée pour les offres d'emploi. Grâce à lui, les offres d'emploi apparaîtront à l'avenir sous forme de campagnes de bannières sur les sites Internet suisses à forte fréquentation.

Six travailleurs qualifiés sur dix sont potentiellement à la recherche d'une nouvelle place de travail (selon Kelly Global Workforce Index, 2013) et, si une offre attrayante se présente, intéressés par un changement. Ces chiffres sont très prometteurs, en particulier pour les postes difficiles à pourvoir.

Pour éveiller l'intérêt des personnes potentiellement en quête d'un nouveau travail, les employeurs se contentaient, jusqu'à récemment, de publier une annonce dans un quotidien. Cependant, depuis que les médias imprimés sont en perte de vitesse, une offre analogue à large portée manque dans les produits en ligne. Le problème principal d'Internet est qu'il ne permet de trouver que ce que l'on cherche de manière active.

Dès lors, comment les employeurs peuvent-ils atteindre des personnes n'étant pas inscrites sur une bourse d'emplois en ligne ou ne recherchant pas un travail de manière proactive? Ce type de problèmes étant connus depuis longtemps dans le marketing en ligne, des offres adaptées à large portée ont été développées pour y remédier. Prospective s'est fixé pour objectif de s'inspirer des expériences du marketing en ligne et de les adapter pour élaborer des produits utiles au recrutement. Avec proAudience, Prospective a développé un produit permettant d'activer des offres d'emploi sous forme de bannières sur les sites Internet suisses très fréquentés.

Une bannière individuelle est activée sur un grand nombre de sites Internet et dirige les personnes intéressées directement vers l'offre d'emploi. Adaptée à l'identité graphique et visuelle de l'entreprise, la bannière contribue à renforcer la présence et l'image de marque de l'employeur.

Grâce à proAudience de Prospective, il n'est pas nécessaire de commander la campagne de large portée auprès d'un fournisseur supplémentaire. La bannière est créée automatiquement dans JobBooster de Prospective et directement activée, en parallèle avec le processus d'annonce normal pour les médias imprimés et en ligne. Cette nouveauté n'implique donc aucune charge de travail supplémentaire pour le recruteur et permet d'analyser et d'évaluer les performances de la bannière.

La Fédération des coopératives Migros FCM est le premier client de Prospective à utiliser proAudience et commande, pour certaines offres d'emploi, le produit à large portée. David Girod, responsable du personnel à la FCM, déclare avec conviction: «Avec l'aide de proAudience, nous avons pu augmenter le nombre de postulants à des postes difficiles à pourvoir, et enfin obtenir le profil adapté.»

Plus d'informations au sujet de proAudience:

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

Contact presse
Prospective Media Services AG
8032 Zurich
Jennifer Delorme
jennifer.delorme@prospective.ch
+41 44 384 55 23
www.prospective.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100002350/100768505> abgerufen werden.