

Recruiting ohne Cookies?

JobNinja präsentiert auf der ZPE
Contextual Targeting im Recruiting

Als wäre der Fachkräftemangel nicht schon Problem genug, droht den Personalabteilungen neues Ungemach und das aus einer Ecke, die (noch) kaum ein Recruiter auf dem Schirm haben dürfte: nämlich das „Aus“ für Drittanbieter-Cookies. Auf der Zukunft Personal Europe (Stand K.12) präsentiert die Jobbörse JobNinja mit Contextual Targeting einen Weg in die Zukunft des Performance Marketings im Recruiting ohne Cookies.

Mit Hilfe sogenannter Drittanbieter-Cookies werden Daten über das Verhalten von Webseitenbesuchern gesammelt. Bekannt sind Cookies vor allem aus dem Online-Marketing, aber auch für die Performance von Stellenanzeigen spielen sie eine enorm wichtige Rolle. Denn: Jobbörsen steuern damit die Weiterverbreitung von Stellenanzeigen in die verschiedensten Online-Kanäle. Verschärfte Datenschutzbestimmungen sorgen dafür, dass diese Drittanbieter-Cookies schon bald der Vergangenheit angehören werden. Einige Browser akzeptieren sie heute schon nicht mehr, Google hat angekündigt, sie in seinem marktführenden „Chrome“-Browser längstens bis Ende 2023 zuzulassen. Dann ist damit zu rechnen, dass Stellenanzeigen noch weniger Bewerbungen generieren.

Kandidatenansprache durch Contextual Targeting

Dass es auch ohne diese Cookies geht, zeigt JobNinja. Als erste und bislang einzige Online-Jobbörse in Deutsch-



land setzt das 2016 in München gegründete Startup in seinem Marketing-Mix bei der Bewerberansprache auf Contextual Targeting. Dabei werden Stellenanzeigen gezielt auf Webseiten ausgespielt, die von Usern aufgrund ihres Inhaltes (Content) besucht werden.

Beispiele aus der Praxis

Ein Krankenhaus sucht über JobNinja eine(n) Assistenz-Arzt/Ärztin in der Chirurgie. Diese Jobanzeige wird als Display-Werbung in Fachmagazine, Foren, Blogs etc. ausgespielt, die sich mit chirurgischen Fachthemen befassen.

Auch Programmierer und Entwickler müssen ständig up-to-date sein und sich über neue Tools, Lösungen etc. informieren. Eine Stellenanzeige für eine(n) er-

fahrene(n) Java-Entwickler(in) findet in entsprechenden Fachforen, Online-Fachzeitschriften etc., die sich mit dem Themenkomplex Java-Programmierung befassen, die entsprechende Zielgruppe.

Da auch weiterhin Informationen wie IP-Adresse oder Mobilfunkdaten verfügbar sind, die eine Lokalisierung ermöglichen, können Stellenanzeigen sogar ganz gezielt an User aus dem Einzugsgebiet des Auftraggebers ausgespielt werden.

„Contextual Targeting ersetzt zwar (noch) nicht das klassische Targeting. Es ist allerdings eine optimale Möglichkeit im Recruiting, um neue Bewerberkreise gezielt und effektiv zu erreichen“, fasst JobNinja-CEO

Mircea Popa die bisherige Erfahrung mit dieser neuen Form der Bewerberansprache zusammen.

Wie Contextual Targeting in der Praxis funktioniert, erläutert das JobNinja-Team interessierten Besuchern auf der Zukunft Personal Europe an Stand K.12.



JobNinja GmbH
Leonrodstr. 68
80636 München
www.jobninja.com