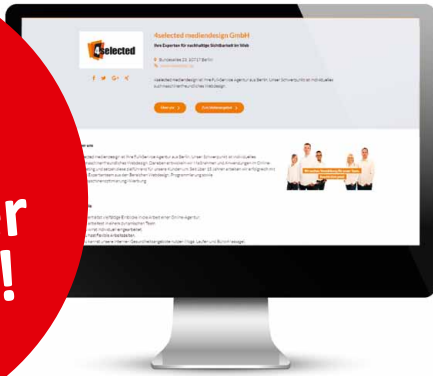
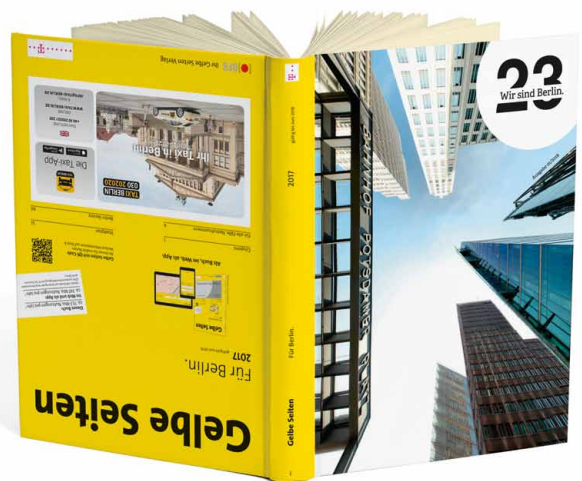


**Innovativ
neue
Mitarbeiter
gewinnen!**



BFB BestMedia4Berlin GmbH • Postfach 31 01 60 • 10631 Berlin

WIE **GELBE SEITEN** NACH DEM ZUKÜNFTI- GEN WERBEERFOLG DER INSERENTEN STREBT.



IMPRESSUM

Herausgeber / V.i.S.d.P.:
Inke Rusdorf

BFB BestMedia4Berlin GmbH
Bundesallee 23 • 10717 Berlin

Tel.: 030/86 30 3-0 • Fax: 030/86 30 3-200
E-Mail: info@bfb.de • www.bfb.de

INNOVATIV NEUE MITARBEITER GEWINNEN!

Sie verzeichnen eine ausgezeichnete Auftragslage, und das Potenzial, den Kundenstamm und das Auftragsvolumen zu erhöhen, nimmt rasant zu. Leider verpufft dieses Potenzial an einem ganz entscheidenden Punkt: Fachkräftemangel. Immer häufiger stehen kleine und mittelständische Unternehmen in Berlin genau vor diesem Problem. Sie wollen wachsen, aber ihnen fehlen die Mitarbeiter.

Die gute Nachricht: Die erfolgreiche Suche nach neuen Mitarbeitern wird heute durch eine Vielzahl innovativer neuer Wege in der Personalsuche unterstützt. Diese sind effizient und kostengünstig und helfen dabei, passende Mitarbeiter zu gewinnen.

Die Grundlage: eine attraktive Landingpage.

Generell gilt: Egal über welchen Weg der Bewerber Sie online findet, er muss auf die Stellenseite Ihrer Website bzw. eine Stellenanzeigen-Landingpage geleitet werden.

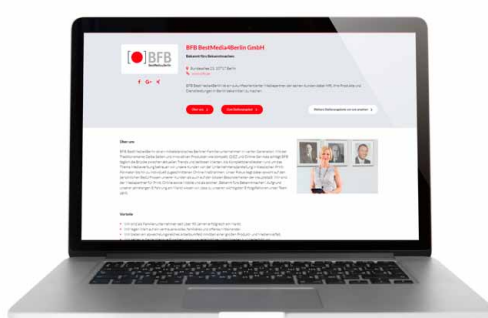
Warum?

Ihr Unternehmen befindet sich in der Lieblingshauptstadt gut ausgebildeter junger Menschen. Ein Großteil dieser **onlineaffinen Kandidaten** sucht online nach einem passenden Arbeitgeber. Eine professionell gestaltete Stellenanzeigen-Landingpage mit detailliert ausgeschrie-

bener Stelle steigert Ihre Attraktivität und macht Ihre Stellenanzeige im Internet bei der gewünschten Bewerberzielgruppe beliebt und online auffindbar.

Traditionelle Stellenbörsen: Das gilt es zu beachten.

Stellenbörsen sind häufig der erste Weg auf der Suche nach Mitarbeitern. Nicht zu unterschätzen: die Konkurrenz, die ebenfalls nach gut ausgebildetem Personal sucht. Stellenanzeigen können in der Masse schnell untergehen und in den Suchergebnissen auf den hinteren Suchergebnisseiten landen. Die Folge: Sie haben Ihr Budget für Stellenausschreibungen verbraucht und sind noch immer auf der Suche nach Mitarbeitern.



Recruiting über soziale Netzwerke.

Große Unternehmen machen es bereits vor, aber auch als Kleinunternehmen kann sich das Recruiting über soziale Netzwerke, wie XING oder Facebook lohnen. Neben dem Teilen der Beiträge, besteht

die Möglichkeit, Anzeigen zu schalten. Das ist kostengünstiger als der Weg über traditionelle Stellenbörsen. Auch hier gilt wieder: Ihre Stellenanzeige auf Facebook und Co. sollte im Idealfall auf Ihre Stellenanzeigen-Landingpage verlinken.

Google-AdWords-Kampagnen.

Um gezielt Mitarbeiter zu gewinnen, kann sich zusätzlich die Schaltung von **AdWords-Kampagnen** lohnen, die direkt auf die Karriere-Seite Ihrer Website bzw. Stellenanzeigen-Landingpage verlinken. Mit einer Google-AdWords-Kampagne können Sie Ihre Stellenanzeige ganz weit oben bei Google platzieren und damit die Sichtbarkeit Ihrer Stellenanzeige unterstützen. Die Vorteile dieses Suchmodells sind schnell zusammengefasst: Sie können ganz weit oben bei der Suche des Bewerbers in einem bestimmten Branchenumfeld stehen und gezielt suchende Bewerber erreichen. Zusätzlich lohnt es sich hier, den Kostenpunkt zu betrachten. Über Google-AdWords-Kampagnen investieren Sie in Klicks, wodurch Sie eine Investition nur in interessierte Bewerber tätigen.

Gut zu wissen:

Wir von BFB Best Media4Berlin unterstützen Sie mit einer Stellenanzeigen-Landingpage und Google-AdWords-Kampagnen erfolgreich bei Ihrer Mitarbeitersuche!

WIE GELBE SEITEN NACH DEM ZUKÜNFTIGEN WERBEERFOLG DER INSERENTEN STREBT.



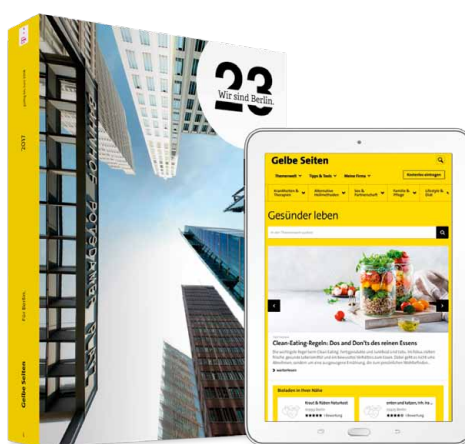
Gelbe Seiten genießt in Deutschland nahezu Vollbekanntheit (95,2 %). Das Verzeichnismedium bietet den Inserenten eine sehr gute Konversionsrate (87 % der erfolgreichen Kontaktaufnahmen werden in Käufe umgewandelt) und eine hohe durchschnittliche Geldausgabe pro Kunde (753 €). Wer auf Gelbe Seiten sucht, schließt mit hoher Wahrscheinlichkeit einen Kauf ab und ist in 70 % aller Fälle ein Neukunde. Diese positiven Zahlen¹ sind Ansporn, zukünftige Chancen zu nutzen: Das Produktmanagement-Team von BFB BestMedia4Berlin hat sich intensiv mit dem geänderten Mediennutzungsverhalten und den neuesten innovativen Werbeformen auseinandergesetzt, um unseren Inserenten weiterhin einen nachhaltigen Werbeerfolg zu garantieren. Erfahren Sie, wie sich das Medium Gelbe Seiten zukünftig entwickeln wird.

Das Nutzerkaufverhalten hat sich in der letzten Zeit drastisch verändert: Konsumenten informieren sich heutzutage intensiv über Produkte bzw. Dienstleistungen, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Diesbezüglich muss jeder Unternehmer bzw. Anbieter den Nutzern rund um die Uhr Zugang zu den geschäftsbezogenen Informationen gewähren. Gleichzeitig muss er sie durch relevante, detaillierte und transparente Inhalte überzeugen. Wer diese Entwicklung nicht mitgeht, verliert an Sichtbarkeit, Kontakten, Geschäftschancen und demzufolge Umsatz.

BFB versteht diese Trends als Chance: Ab jetzt wird das Angebot von Gelbe Seiten noch stärker an die Nutzergewohnheiten angepasst, damit den Inserenten ein **crossmedialer und noch wirksamerer Werbeauftritt** ermöglicht werden kann. Einzigartig ist der **ganzheitliche Ansatz**. Das neue Werbekonzept **verbindet Print und Online** ebenso wie die **Anbietersuche mit der Suche nach Inspiration** und den Wunsch der Nutzer nach mehr Informationen mit vielen spannenden **Geschichten hinter den Kulissen der Berliner Unternehmen**.

Die erste Säule dieser Produktinnovation ist die **Einführung eines neuen hochwertigen Magazins** unter dem Titel **23 – Wir sind Berlin**, das ab nächstem Jahr in einer geplanten Auflage von 450.000 Stück zusammen mit jedem Buch von Gelbe Seiten verteilt wird.

Die **23** als Hausnummer unseres Firmensitzes in der Bundesallee steht symbolisch für unseren Berliner Ursprung. Diese Verbindung mit der Stadt teilt BFB mit vielen anderen Firmen in der Hauptstadt. **Gemeinsam sind wir Berlin**. BFB kennt die Berliner Unternehmen – und gewährt den Berlinern einen Einblick ins Herz der Berliner Wirtschaft, nämlich den Mittelstand. Dank **23** haben Inserenten zukünftig die Möglichkeit, sich in modernen und wirksamen Content-Marketing-Formaten in den Mittelpunkt zu stellen und ihre Geschichte zu erzählen. Dazu zählen die redaktionellen Werbeformate **Advertorial, Unternehmerportrait, Checklisten und Top-Listen**. Eine relevante Ansprache der gewünschten Zielgruppe wird durch die **Einteilung nach Themen** („Gesünder leben“, „Haus & Garten“, „Recht & Finanzen“) gesichert. Besonders Augenmerk wird selbstverständlich auch auf die grafische Gestaltung und die verwendeten Materialien gelegt, um dem Magazin ein frisches und emotional ansprechendes Erscheinungsbild zu verleihen.



Wer im Magazin **23** inseriert, wird außerdem im traditionellen Branchenteil hervorgehoben: Der **Inserent bekommt zusätzlich eine 40-mm-Teaser-Farbanzeige** direkt unter seiner Darstellung im Branchenteil.

Im Zeitalter der Digitalisierung gehört zu einem **wirksamen Werbeauftritt** selbstverständlich eine starke **Online-Sichtbarkeit**: Alle redaktionellen Werbeformate, die im neuen Magazin **23** veröffentlicht werden, erscheinen auch in den **Themenwelten von GelbeSeiten.de**. Damit profitiert der Inserent vom starken **Besucherverkehr** und der **guten Suchmaschinenplatzierung** dieser Rubriken. Zusätzlich erlauben diese eine **relevante,**

interessenspezifische und geräteübergreifende Ansprache der Zielgruppe, die bei der Online-Suche nach einem Thema den Beitrag des Kunden findet bzw. in den Themenwelten von GelbeSeiten.de auf ihn stößt. Die Sichtbarkeit wird für den Inserenten auch im Fall einer aktiven Anbietersuche gewährleistet: Werden auf GelbeSeiten.de die passenden Suchbegriffe eingegeben, erscheint auf der Ergebnisseite eine Teaser-Box, die unmittelbar zum Beitrag des Kunden führt. Die gleiche Box wird auch in der Detailseite des Kunden eingebunden.

Es liegt auf der Hand: Kunden möchten beraten werden und suchen gezielt nach hilfreichen Informationen. **In diesem Zusammenhang spielen redaktionelle Inhalte eine grundlegende Rolle**: Durch die gezielte **Bereitstellung von relevanten und fundierten Empfehlungen** kann der Inserent sich gegenüber anderen Wettbewerbern hervorheben und den Nutzer in seiner Entscheidung bestätigen. Dabei profitiert er von der Glaubwürdigkeit und der Seriosität der Marke Gelbe Seiten².

Ihr Werbeerfolg liegt uns am Herzen!

Wie immer stehen wir Ihnen für ein unverbindliches und kostenloses Beratungsgespräch zur Verfügung. Kontaktieren Sie uns jetzt, um mehr über **die neuen umfassenden, medienübergreifenden Werbemöglichkeiten** von **23** und den Themenwelten von GelbeSeiten.de zu erfahren.

Innovativ & crossmedial werben!

¹ GfK Nutzeranalyse Verzeichnismedien 2016

² Für bis zu 84 % der Nutzer spielen die Verzeichnisse bei der Suche in der Region eine wichtige Rolle. Gelbe Seiten ist für 94 % der Befragten eine seriöse Informationsquelle. – GfK Nutzeranalyse Verzeichnismedien 2016.