



Mehr als nur Stellenmarkt!

„Fangen Sie Bewerber bereits da ab, wo diese ihre Suche beginnen!“

Google-AdWords zur Steigerung Ihrer Anzeigenerfolge

Google™ hat in Deutschland einen Marktanteil von über 90% und wird für nahezu alle anfallenden Suchanfragen eingesetzt.

Nutzen Sie diesen Umstand und platzieren Sie Ihre wichtigsten Stellenangebote noch vor den Inseraten Ihrer Mitbewerber, die sich erst einige Ebenen tiefer, verteilt über diverse Stellenportale im Web „verstecken“.

Ganz oben bei Google™ – und dies in Minuten

Schalten Sie Ihre AdWords-Anzeigen mit vergleichsweise geringen Kosten in Minuten auf Top-Position. Dabei „deckeln“ sie Ihr Tagesbudget bedarfsgerecht.

Kosten entstehen nur bei Klicks Ihrer Zielgruppe

Google-AdWords™ Anzeigen kosten nur wenige Cent (ca. 5–25 Ct.) pro Klick. Und dies logischerweise nur dann, wenn Sie auch angeklickt werden. Ihr Vorteil: kaum geklickte Anzeigen kosten Sie fast nichts, denn die für Sie optimierte Zielgruppenfilterung spart Ihnen unnötige Kosten!

Gezielt und regional bedeutet größtmögliche Relevanz

Ihre Stellenangebote können gezielt eingeschränkt, in einem von Ihnen gewählten regionalen Umfeld erscheinen. Je nach strategischer Ausrichtung Ihrer Suche ist jedoch auch eine Ausdehnung auf interessante Länder, Städte, Universitäts- oder Konkurrenzstandorte vorstellbar und für Sie bei spitajo.de mit wenigen Klicks kinderleicht planbar.

Mit Google AdWords™ einfach mehr erreichen...

„Google hat die Art und Weise wie wir Informationen suchen grundlegend verändert. Dieser Trend sollte Anlass für uns sein, nun auch unseren bisherigen Weg der Bereitstellung von unternehmensrelevanten Informationen auf Kosten und Nutzen zu überprüfen!“

Sascha Ballweg, scape | media GbR
Verantwortlich für Search Engine
Optimization & Search Engine Marketing

Abb.: AdWords-Bereiche in der Google-Suche



Im Prinzip einfach

spitajo.de ist anders als die meisten herkömmlichen Personalportale. Über die Bereitstellung von herkömmlichen Stellenanzeigen bieten wir Ihnen als weltweit erste Online-Stellenbörse eine einfach zu handhabende Schnittstelle zu Google-AdWords.

Doch damit nicht genug: Auch an vielen anderen Punkten heben wir uns gezielt von der Konkurrenz ab:

- **Kostenfreie Anzeigen***. Profitieren Sie von der BETA-Phase mit eingeschränktem Benutzerkreis!

- **Unser kostenfreies Angebot ohne Abo-Verpflichtung beinhaltet:**

Beliebig viele Online-Stellenanzeigen Ihres Unternehmens. Ihre Anzeige kann durch Anhänge kostenfrei erweitert werden...

- + Upload Ihres Logos und zwei Image-Bilder
- + Ihre gestaltete PDF-Anzeige
- + Ihr Weiterbildungskonzept
- + Qualitätsbericht der Fachabteilung oder Ihres Hauses

- Einstellgebühr nur für Stellenangebote.
- Einstellgebühr entfällt bei Backlink.
- Vollkommen werbefrei! Keine Banner oder andere Einblendungen.
- Kein Mindestzeitraum. Ihre Anzeigen und Schaltungen sind täglich kündbar.
- Einfache Export-Schnittstelle zur BfA (Jobboerse.de) in Planung.
- Einblendung auf Top-Domains wie z.B. „stellenangebote-heilberufe.de“ (u.a.)

* Bis mind. 01.07.2010 / bei optionaler AdWords-Nutzung fallen schaltungsabhängige Kosten an.

Wo genau werden Ihre Inserate über spitajo.de angezeigt und gefunden?

Beispiel A: Anzeige Ihrer Insertion über eine normale Suche.

Beispiel B-D: Platzierungsmöglichkeiten Ihrer AdWords-Schaltung

Beispiel A:
Ihr Inserat bei spitajo.de in Form eines normalen Suchergebnisses



Beispiel B:
Auf Ergebnisseiten, über und neben den Suchergebnissen



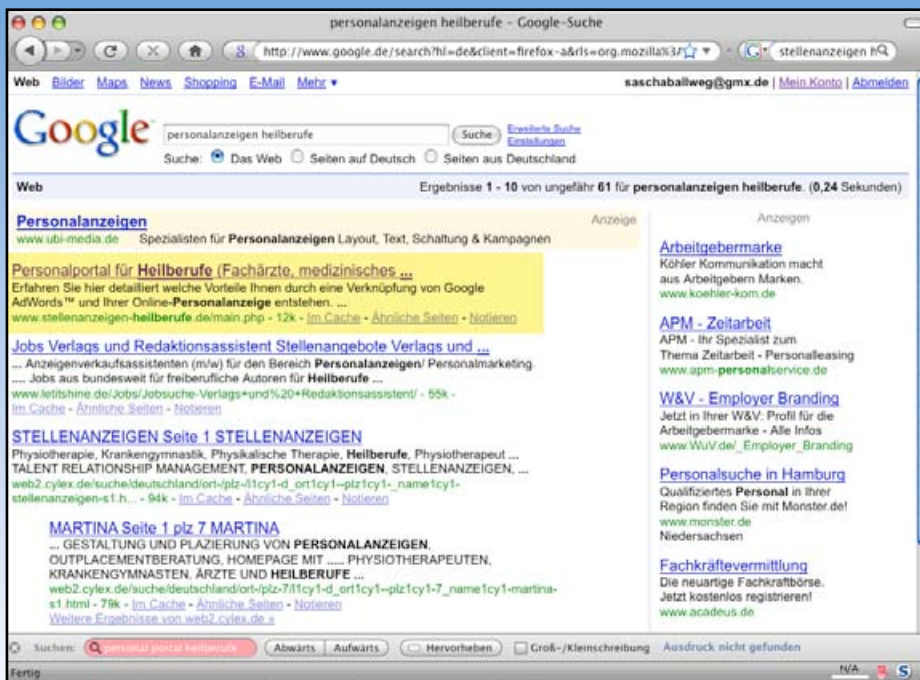
Beispiel C:
Neben Hausprofilen von Mitbewerbern z.B. bei Klinken.de



Beispiel D:
Neben Stellenanzeigen von Mitbewerbern bei diversen Portalen

In der regulären Ergebnisliste nach einer Google-Suche (gelb markiert). Rechts und über dem gelben Block sehen Sie zum Ergebnis konkurrierende AdWords-Anzeigen, in diesem Beispiel jedoch ausschließlich von Fremdfirmen.

Beispiel A



Links sehen Sie die Anzeige unseres Stellenportals bei Eingabe der Suchbegriffe „personalanzeige heilberufe“.

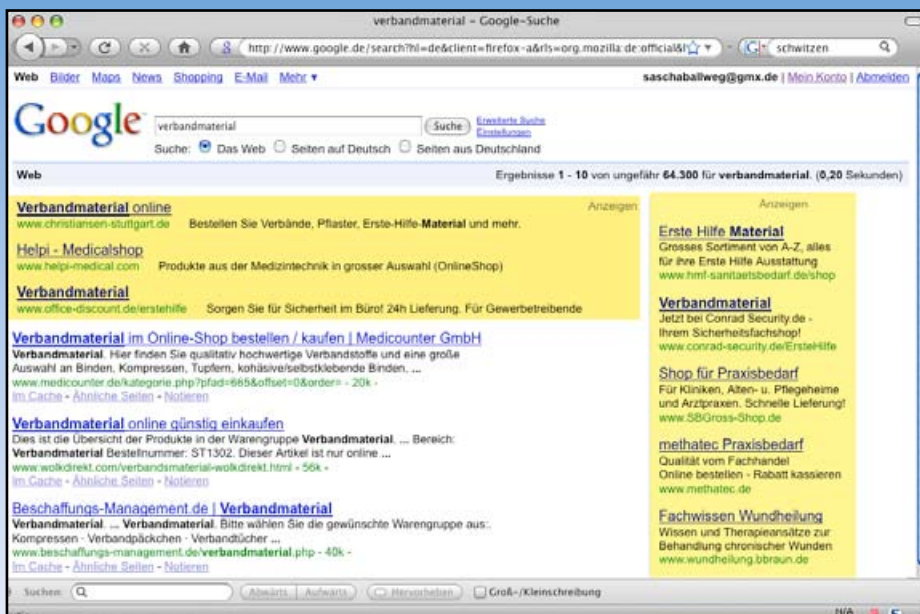
Nur bis zu diesem Punkt ist spitajo ein gewöhnliches Stellenportal. Wie einige unserer Mitbewerber versuchen wir uns durch Spezialisierung abzuheben.

Natürlich kann es auch zu Direktanzeige Ihrer Insertion kommen. Beispiel: www.spitajo.de/.../muster.php

Im optimalen Fall muß der Interessent also keine weitere Suchmaske benutzen, sondern kommt nach einem Klick bei Google direkt Ihr Inserat angezeigt.

In den gelb markierten Spalten die für AdWords-Werbung reserviert sind

Beispiel B



Im angezeigten Beispiel lautet der Test-Suchbegriff „verbandmaterial“. Natürlich funktioniert die Anzeige von thematisch passenden Anzeigen ebenso, wenn Sie die AdWords über unser System mit Suchbegriffen wie „stellenangebot“, „facharzt“, „neurologie“ füttern.

Je nach Suchbegriff, Klickgebot und regionalen Vorgaben wird Ihre Anzeige weiter oben oder unten angezeigt.

Wenn es für den/die von Ihnen gewählten Suchbegriffe hohe Gebote der Konkurrenz gibt, kann es vorkommen, dass Ihre Anzeige nicht bei jedem Suchresultat angezeigt wird sondern nur sporadisch.

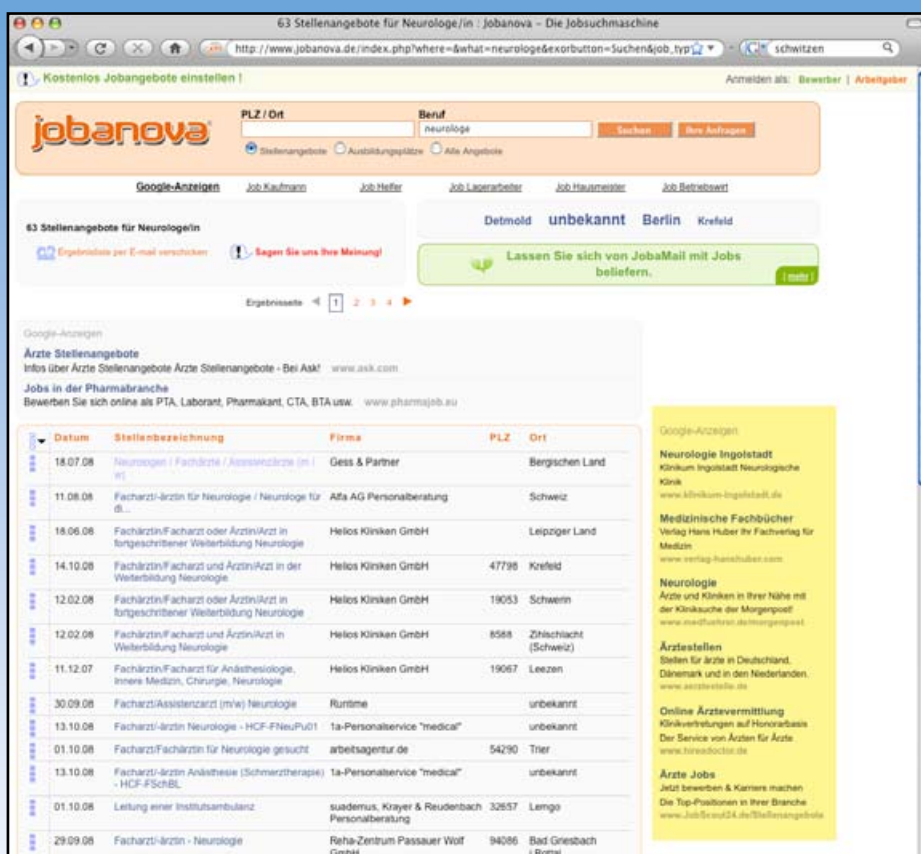


Wenn Sie dies wünschen erscheint Ihre Anzeige direkt neben den Selbstdarstellungen Ihrer Konkurrenten.

Sehr auffällig ist bei Kliniken.de die Werbelastigkeit. Die einzelnen Hausprofile sind regelrecht „umrahmt“ von Anzeigen.

Den für Sie verfügbaren Google-AdWords Werblock finden Sie im gelb markierten Bereich links, unten.

Genau an dieser Stelle könnte Ihre AdWords-Anzeige neben hunderten von Profilen Ihrer Mitbewerber erscheinen!



Das Beispiel „jobanova“ gilt stellvertretend für viele andere Stellenbörsen.

Als Beispiele wären hier u.a. folgende Portale zu nennen:

- jobs.de
- rekruter.de
- stellenmarkt.com
- jobmonitor.com
- jobscanner.de
- jobpiraten.com
- online-stellenangebote.de
- stellenmaschine.de
- jobrapido.de
- jobapido.at
- jobcrawler.org
- online-stellenmarkt.net
- karriere.com
- jobsuchmaschine.biz
- kalaydo.de
- jobworld.de
- icjobs.de
- job-radar.de
- job-consult.com
- jobagentur-24.de
- stellenmarkt-24.net

Vergleich zwischen drei unterschiedlichen Inserationsmöglichkeiten

Stellensuche über Angebot in Fachmagazin. Beispiel: „Deutsches Ärzteblatt“

Erfolgstendenz des Medientyps: **fallend** mit Zunahme der Online-Affinität der Zielgruppe (Verjüngung, höhere PC-Kenntnisse und -nutzung)

Beispiel 1

1.1 Suche im Magazinbereich „Stellenangebote“. Selektion durch Suche in jeweiligem Fachbereich. Visuelle Präferenzen liegt vermutlich auf perfekt gestalteten, mehrfarbigen Anzeigen.

Problematik: Auffindbarkeit in einem unübersichtlichen Medium ohne Suchfunktion. Sehr hohe Kosten gegenüber niedriger Erfolgsquote. Kurze „Verfallszeit“, da Ausgabe schnell nicht mehr aktuell.

Fragestellungen: Sehen Sie eine Rechtfertigung der hohen Kosten? Hinterfragen Sie die Erfolgsbilanz Ihrer Schaltungen im Bezug auf die angefallenen Kosten für Anzeigengestaltung und -schaltung!

Stellensuche über Online-Stellenmärkte im Internet

Erfolgstendenz des Medientyps: **steigend** mit Zunahme der Online-Affinität der Zielgruppe (Verjüngung, höhere PC-Kenntnisse und -nutzung)

Beispiel 2

1.1 Nutzung von Google (+ 90% aller Suchanfragen). Eingabe von Suchbegriffen wie „stellenanzeigen neurologie“ **oder** (allgemeiner) „stellenanzeigen krankenhaus“, „stellenanzeigen heilberufe“ um eine geeignete Stellenbörse mit Angeboten zu finden.

1.2 Einblendung von Suchergebnissen wie Kliniken.de, Doc-Medicus.de und zig anderen Online-Stellenbörsen

1.3 Eingabe von Suchbegriffen in Suche des Online-Stellenmarkts (z.B. Kliniken.de). Ggf. Auswahl über selektives Formular.

2.1 Benutzer kennt bevorzugten Service und tippt die entsprechende URL direkt im Browser ein.

Eingabe von Suchbegriffen in der Suchmaske des Online-Stellenmarkts (z.B. Kliniken.de). Ggf. Auswahl über selektives Formular.

2.2 Auswahl von Angeboten aus einer Ergebnisübersicht. Gegebenenfalls weitere Filterung über einschränkende Optionen.

Problematik: Weg durch mehrere Ebenen. Zu viele Stellenbörsen um 100% Abdeckung zu gewährleisten. Schlechte Auffindbarkeit in Stellenbörse. Konkurrenz über AdWords neben eigener Darstellung.

Fragestellungen: In wie vielen Online-Stellenbörsen wollen Sie Ihre Inserate schalten, um zu garantieren, dass ein qualifizierter Bewerber Ihr Inserat zu sehen bekommt und nicht ausgerechnet eine Online-Stellenbörse nutzt, in der Sie aus Zeitmangel oder Kostengründen gerade **nicht** schalten?

Stellensuche über www.spitajo.de mit aktivierten Google AdWords

Erfolgstendenz des Medientyps: **keine Erfahrungswerte da Weltneuheit** mit bisher nicht erprobtem Schaltungskonzept

Beispiel 3

1.1 Nutzung von Google (+ 90% aller Suchanfragen). Eingabe von Suchbegriffen wie „stellenanzeigen neurologie“ **oder** (allgemeiner) „stellenanzeigen krankenhaus“, „stellenanzeigen heilberufe“ um geeignete Stellenbörse mit Angeboten zu finden.

1.2 Einblendung Ihres Stellenangebots über und rechts-neben normalen Suchergebnissen. Ansprache erfolgt (auf Wunsch) regional eingeschränkt sowie (Standard) unter gezielter Ansprache auf Basis der Auswertung der bei Google benutzten Suchworte.

1.3 Direkte Anzeige Ihrer Stellenanzeige bei Klick eines Interessenten auf **AdWords-Anzeige**.

2.2 Anzeige Ihres Inserats bei spitajo.de in der Ergebnisliste neben Börsen wie Kliniken.de, Doc-Medicus.de und ähnlichen Services.

2.3 Auswahl von Angeboten aus einer Ergebnisübersicht. Gegebenenfalls weitere Filterung über einschränkende Optionen.

3.2 Eingabe von Suchbegriffen in der Suchmaske des Online-Stellenmarkts (z.B. Kliniken.de). Ggf. Auswahl über selektives Formular.

3.3 Auswahl von Angeboten aus einer Ergebnisübersicht. Gegebenenfalls weitere Filterung über einschränkende Optionen.

3.4 Einblendung **Ihrer Anzeige** neben den Stellenangeboten u. Profilen der Konkurrenz, z.B. bei Kliniken.de über **Google-AdWords**.

Problematik: Keine Auslieferung der Stellenangebote an verwöhnte Zielgruppe der Leserschaft von Fachanzeigen. Zielgruppe muss aktiv suchen (muss sie jedoch auch z.B. im Dt. Ärzteblatt).

Vorteile: Übergeordnete Schaltung Ihrer Anzeige (1. Ebene der Suche) unabhängig von der Stellenbörse. Mehrfache Chance des Auffindens durch Einblendung in AdWords-Spalte, den Suchergebnissen sowie neben Inseraten von Mitbewerbern in fremden Stellenbörsen. Vergleichsweise geringe Kosten bei kalkulierbarem Kostenrahmen. Sehr hohe Qualität der Zielgruppenfilterung.

Fragestellungen: Beobachten Sie, wie sich Ihre persönliche Art der Suche durch Google verändert hat. Wann haben Sie zuletzt z.B. die „Gelben Seiten“ benutzt? Wie häufig geben Sie gezielte und auch weniger gezielte Anfragen in die Google-Suche ein? In welches Medium verlagert sich jegliche Suche nach Informationen in Zukunft?



Mehr als nur Stellenmarkt!

Preis-/Kostenbeispiel

Kostenfreie Schaltung mit Backlink

Bis auf absehbare Zeit* werden für die Schaltungen auf spitajo.de keine Kosten anfallen solange ein Backlink aktiv ist. Aber eben dieser Backlink ermöglicht Ihnen gleichzeitig die nahtlose Integration und Verwaltung Ihrer Stellenanzeigen in Ihrem Webauftritt.

Beispiel Referenzkunde

„Evang. Krankenhaus Wesel“ (kurz EVK).

[Bitte klicken Sie hier um zur Seite zu gelangen](#) 

Die Stellenanzeigen werden über spitajo verwaltet und per Script automatisch auf der Website des Kunden integriert: der Aufwand für die Pflege der eigenen Website entfällt – unabhängig davon, ob diese im Google-AdWords-System kostenpflichtig aufgeschaltet werden oder nicht.

Provisionen und einmalige Kosten bei spitajo

Unsere Provision auf die Klickkosten bei Google beträgt 25%. Dazu fallen pro neu aufgesetzter AdWords-Personalanzeige einmalig 10 Euro an.

Vorteile gegenüber selbst verwalteten AdWords

Natürlich könnten Sie AdWords-Schaltungen auch selbst einstellen und verwalten. Dies ist jedoch mit verhältnismäßig hohem Aufwand und KnowHow verbunden, insbesondere dann, wenn Sie viele Suchbegriff-Kombinationen und Place-ments abdecken wollen (z.B. weitere Stellenbörsen aus dem medizinische Bereich).

Unser System generiert die passenden Suchbegriffe für Ihre Anzeigen fast vollständig automatisiert. In der Regel ist das Ergebnis ein Pool von 70-120 thematisch und regional passenden Suchbegriffen.

Unser Einstiegsangebot

Gern bieten wir Ihnen an, für einen Monat zwei Personalanzeigen kostenfrei in unser System und auch in die AdWords einzustellen. Bis auf die anfallenden Klickkosten (ohne Provision) fallen für Sie dabei keine Gebühren an.

Natürlich bekommen Sie dazu von uns vollen Zugriff das Google AdWords-Konto, das mit unserem System verknüpft ist, so dass Sie ständig volle Kostenkontrolle haben.

Und dies gilt nicht nur für den Testzeitraum! Natürlich können Sie in Absprache mit uns das tägliche Klickkosten-Budget deckeln und z.B. auf 5 Euro pro Anzeige festsetzen, damit Sie auf der Kostenseite keine bösen Überraschungen erleben.

Kostenbeispiel Monat 06.2009 / EVK Wesel

9 aktive Anzeigen (6 aus Vormonat/3 neue)
 525 Klicks von Interessenten (Kosten 99,19 Euro (s.u.))
 21.248 Einblendungen für insg. 9 Personalanzeigen

+ 24,80 Euro (= 25% spitajo Provision)
= 123,99 Euro Klickkosten für den Monat Juni
 zzgl. 30 Euro bei 3 neuen Anzeigen

Alle Preise gelten netto zzgl. 19% MwSt.
 * bis mind. 01.07.2010

Volle Kontrolle über Erfolg und Kosten

| Anzeigengruppe | Kampagne | Status | Max. CPC Suche | Max. CPC Content ausgew. | Max. CPC Content autom. | Max. CPM | Klicks | Impr. | Kosten |
|---|---|-------------------|----------------|--------------------------|-------------------------|----------|------------|---------------|----------------|
| 2008-11-12 ID:35 / Gesundheitspfleger | ID:35 / Gesundheitspfleger | Aktiv | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 325 | 7.063 | 62,33 € |
| 2008-11-12 10:44:47_AZ 9 | ID:25 / Assistenz Innere | Aktiv | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 60 | 8.107 | 12,19 € |
| 2009-06-10_AZ55_Facharzt, Assistenzarzt | 2009-06-10_AZ55_Facharzt, Assistenzarzt | Aktiv | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 45 | 1.161 | 8,87 € |
| 2009-04-08_AZ53_Facharzt für Nuklearmedizin | 2009-04-28_AZ54_KlinischeKodierfachkraft | Kampagne pausiert | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 27 | 278 | 2,94 € |
| 2008-12-05_AZ34_Assistenzarzt Allgemein-Chirurgie | 2008-12-05_AZ34_Assistenzarzt Allgemein-Chirurgie | Aktiv | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 20 | 1.432 | 4,33 € |
| 2009-04-08_AZ53_Facharzt für Nuklearmedizin | 2009-04-08_AZ53_Facharzt für Nuklearmedizin | Aktiv | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 20 | 495 | 3,63 € |
| 2009-02-06_AZ48_Medizinphysiker, Medizinphysikexperte | 2009-02-06_AZ48_Medizinphysiker, Medizinphysikexperte | Kampagne pausiert | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 13 | 570 | 2,19 € |
| 2009-02-06_AZ47_Facharzt Strahlentherapie | 2009-02-06_AZ47_Facharzt Strahlentherapie | Kampagne pausiert | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 11 | 1.099 | 1,96 € |
| 2009-06-19_AZ60_Oberarzt | 2009-06-19_AZ60_Oberarzt | Aktiv | 0,25 € | 0,15 € | Automatisch | -- | 4 | 415 | 0,75 € |
| Gesamt - alle gefilterten Anzeigengruppen | | | | | | | 525 | 20.620 | 99,19 € |
| Gesamt - Suche | | | | | | | 523 | 19.097 | 98,91 € |
| Gesamt - Content | | | | | | | 2 | 2.151 | 0,28 € |
| Gesamt - alle Anzeigengruppen | | | | | | | 525 | 21.248 | 99,19 € |