

Intermediair spil in nieuw digitaal carrièreplatform

26-06-2012 09:22

Organisatie

De recruitment-proposities van VNU Vacature Media worden gevormd rondom een carrièreplatform waarin het merk Intermediair een centrale verbindingsrol speelt, met daarnaast een jobboard propositie rondom NationaleVacaturebank.nl.

De samenvoeging van de recruitment-activiteiten van de Persgroep en VNU Media heeft diverse organisatorische gevolgen. De nieuwe onderneming telt straks meer dan 200 fte. Door de samenvoeging ontstaan synergiën en verdwijnen straks circa honderd banen in de commerciële, redactionele en ondersteunende afdelingen. Door onder meer een vrijwillig-vertrekregeling zullen gedwongen ontslagen zo veel mogelijk worden voorkomen. Over een Sociaal Plan is overleg gaande met de ondernemingsraden en de vakorganisaties.

Carrièrepropositie

Het nieuwe bedrijf heeft het plan om het Weekblad Intermediair, nu nog via gesloten circulatie verspreid onder circa 150.000 abonnees, te vervangen door een volledig nieuw interactief, digitaal magazine onder dezelfde naam. Het bedrijf kan op deze wijze een nog bredere en grotere doelgroep van hoogopgeleiden bereiken.

"We willen onder meer een kwalitatieve dienstverlener zijn voor HR professionals," zegt Dirk Velghe, algemeen directeur van VNU Vacature Media. "We gaan ook meerwaarde brengen voor degenen die actief of latent op zoek zijn naar een andere job. VNU Vacature Media zal zich zo onderscheiden van andere partijen in de markt."

De site vkbanen.nl wordt de komende periode opgenomen in Intermedair.nl, dat zich richt op het leveren van kwalitatieve carrière content, tests, tools en banen voor hoogopgeleiden. Omdat Intermediair.nl slechts 10% overlap heeft met vkbanen.nl wat betreft adverteerders en bezoekers, levert de integratie direct een aanzienlijke verbreding van het aanbod op van zowel banen als geschikte kandidaten.

Intermediair wordt voorts als merk gekoppeld aan en geïntegreerd met bestaande recruitment-pagina's van de Volkskrant, AD, Trouw en Het Parool. De koppeling van krantentitels aan het merk Intermediair zal het voor klanten mogelijk maken om vacatures vanuit de kranten door te plaatsen naar de site en het digitale magazine Intermediair. Hierdoor worden bereik, zichtbaarheid en respons verder vergroot.

Volgens Florence Schmit, commercieel directeur van VNU Vacature Media, is het de bedoeling dat het nieuwe magazine straks de digitale spil wordt van alle bestaande print en online recruitment-activiteiten van VNU Vacature Media. "Het nieuwe digitale magazine van Intermediair integreert content, social media en interactie met de website Intermediair.nl in een vernieuwend, relevant en dynamisch formaat. We verbreden hiermee onze doelgroep naar jonge gebruikers en kunnen bestaande adverteerders nieuwe functionaliteit en innovatieve toepassingen bieden om geschikte kandidaten te bereiken."

Het integrale carrièreplatform rondom Intermediair en de titels van de Persgroep levert een unieke multimediale propositie en veruit het grootste bereik in het HBO+ segment. "Waar vkbanen.nl sterk is in non-profit, heeft Intermediair.nl een krachtige positie in de profit sector. Een win-win propositie voor klanten en kandidaten", aldus Schmit.

Jobboard propositie

Jobboard NationaleVacaturebank.nl en InICT (jobboard van Tweakers.net en Computable) blijven cruciale

onderdelen van de propositie van VNU Vacature Media. Hier is ook het voornemen om beide merken aan elkaar te koppelen in een nog krachtiger propositie voor de ICT markt. VNU Vacature Media zal fors investeren om de positie en het product van NationaleVacaturebank.nl als brede vacaturesite in MBO en HBO markten verder te versterken.

Tweakers.net, de IT/consumentenelektronica site, blijft onderdeel van VNU Vacature Media, met ambitieuze plannen om de marktpositie in Nederland te vergroten en tevens uit te breiden naar België.

VNU Vacature Media bereikt nu al met alle recruitment-activiteiten tezamen 40% van de beroepsbevolking.

David Huijzer