



Menschen Methoden Lösungen

Über bridgingIT

Im März 2008 als unabhängiges IT-Beratungsunternehmen gegründet, versteht sich bridgingIT als innovativer Dienstleister und verbindet die Anforderungen der Fachseite mit Lösungen der IT. Mit seinen mittlerweile 500 Mitarbeitern an acht Standorten in sechs Bundesländern werden jährliche Umsatzzuwächse in Millionenhöhe erzielt. Zum Kundenstamm gehören Unternehmen des gehobenen Mittelstands sowie Konzerne aus den wirtschaftlichen Ballungsräumen in Deutschland und in der Schweiz. www.bridging-it.de

Ziele

- Ansprache von Java-Entwicklern für offene Stellen
- Erhöhung der Markenbekanntheit bei potenziellen Kunden

Maßnahmen

- Klassische Suchanzeigen und solche mit Standorterweiterung
- Weitere Online- und Offline-Instrumente

Ergebnisse

- 4-facher Anstieg des Bewerbungseingangs
- Gesteigerter Traffic um ein Drittel
- Zunahme der Projektanfragen
- Im Schnitt 100 Klicks pro Tag auf der Landingpage
- Gewinnung qualifizierter Leads und geringere Absprungrate als durch andere Website-Besucher

bridgingIT erhöht Markenwert mit Google AdWords

Der IT-Berater bridgingIT setzt seit der Gründung im Jahr 2008 auf Kundennähe und hochmotivierte Mitarbeiter. Zum Kundenstamm gehören Unternehmen des gehobenen Mittelstands sowie Konzerne. Das Unternehmen ist bundesweit aktiv und hat acht Standorte in sechs Bundesländern. Das Erfolgsgeheimnis sind die mittlerweile 500 Mitarbeiter.

bridgingIT entstand durch den Zusammenschluss von Unternehmensberatern, die ihre langjährigen Erfahrungen mit großen Konzernen und internationalen Beratungshäusern in einem neuen, unabhängigen IT-Beratungsunternehmen bündeln wollten. Ein ganz wichtiger Grundsatz, der bis heute den Erfolg des Unternehmens mitprägt, ist die Fokussierung auf die eigenen Mitarbeiter. bridgingIT hat eine stringent regionale Ausrichtung, so dass die eigenen Mitarbeiter Beruf und Freizeit ideal in Einklang bringen können, ohne tagelang auf Außenterminen unterwegs zu sein. Doch gerade auf dem hart umkämpften IT-Personalmarkt ist es gar nicht so einfach, Mitarbeiter anzuwerben. **Für eine Online-Personalmarketingkampagne wurden erstmals Google AdWords-Anzeigen geschaltet mit sagenhaftem Erfolg für die Bewerbungseingänge sowie die Marke bridgingIT.**

Google AdWords stärkstes Instrument der Kampagne

Ziel der Personalmarketingkampagne war es, speziell Java-Entwickler anzusprechen und gleichzeitig die Sichtbarkeit für die Marke bridgingIT regional weiter zu stärken. Der Entschluss auch Google AdWords in die Kampagne miteinzubeziehen, erfolgte aufgrund der **Möglichkeit, gezielt lokal potenzielle Bewerber und Kunden anzusprechen**. Außerdem überzeugte die flexible Anpassung von Anzeigen, weil es sehr der eigenen Arbeitsweise entspricht: Nach der Erstellung und Publikation folgen die Auswertung sowie im Anschluss die Optimierung.

Die Kernelemente der Kampagne bildeten eine spezielle Kampagnen-Landingpage, klassische Suchanzeigen und solche mit Standorterweiterungen von Google AdWords, Stellenanzeigen, Banner auf Jobportalen und in Social Media-Netzwerken sowie verschiedene Offline-Kanäle. Über die Landingpage konnten sich potenzielle Bewerber über einen Call-to-Action-Button direkt bewerben.



„Mit Google AdWords erreichten wir echte Interessenten und verringerten die Absprungraten auf der Website.“

Andreas W. Frary, Head of Marketing

Der Erfolg, der sich auf Google AdWords zurückführen ließ, sprach für sich. **Neben dem erwünschten Bewerbereingang, der um das Vierfache zum Vor-kampagnenzeitraum anstieg, haben Page-Impressions für eine deutliche Zunahme der Markenwahrnehmung geführt.** Im Kampagnenzeitraum nahmen die Anfragen zur Projektunterstützung messbar zu. Insgesamt wurden mithilfe von Google AdWords im Schnitt täglich 100 Klicks generiert. Die Absprungraten lagen deutlich unter denen anderer Website-Besucher, so dass viele qualifizierte Leads gewonnen werden konnten. Google AdWords war insofern das stärkste Instrument der Kampagne.

Für die Zukunft Google AdWords auch für Kundenakquise eingeplant

Inspiriert durch den ersten Erfolg wird Google AdWords künftig auch für weitere Marketingziele eingesetzt. **„Google AdWords ist in einer agilen und digitalen Welt ein ideales Instrument, schnell und effizient die richtige Zielgruppe zu erreichen“**, so Andreas W. Frary, Head of Marketing. Geschäftskunden unterscheiden sich bei Recherchen nicht sonderlich von Endkunden: Google ist der erste Anlaufpunkt. Insofern liegt es nahe, in der Google-Suche die Sichtbarkeit bei potenziellen Kunden zu erhöhen.



Ein besonderer Vorteil, den andere Online-Maßnahmen nicht bieten, ist die Möglichkeit, jede Zielgruppe mit den für sie relevanten Themen ansprechen zu können. „Ein Kunde im Bereich Automotive hat beispielsweise andere Ansprüche als einer aus dem Sektor Finance“, so Andreas W. Frary. Dem kann bridgingIT mit der genauen Anzeigenaussteuerung gerecht werden. Hinzu kommt, dass bereits mit einem vergleichsweise geringen Budget eine hohe Reichweite erzielt wird. Im nächsten Schritt werden Display-Anzeigen mit ortsabhängigem Targeting für die Neukundenakquise eingesetzt. Außerdem sollen für die Zukunft auch Videoanzeigen zum Einsatz kommen, da sie sich für erklärungsbedürftige Lösungen des IT-Unternehmens sehr gut eignen.