#### **A** ATLASSIAN

**Employer Branding** 

# Verbessertes Recruitment Marketing

## Herausforderung

Devin Rogozinski suchte Designer und Entwickler für Positionen bei Atlassian und plante Marketingkampagnen, mit denen diese Personengruppen angesprochen werden sollten. Doch die Suche nach Designern erwies sich schwieriger als gedacht. Devin Rogozinski versuchte, seine Zielgruppe besser zu verstehen und sein Marketingbudget besser einzusetzen.



## Lösung

Mithilfe von Talent Insights fand er heraus, dass es **pro Designer 25 Entwickler gab.** 

#### Software-Ingenieure

Fachkräfte: **122.264**Personalnachfrage: **Sehr hoch** 

#### Designer

Fachkräfte: **4.890**Personalnachfrage: **Sehr hoch** 



Dank LinkedIn Talent Insights konnte ich dem Management zeigen, wo die Probleme einiger Arbeitsmärkte liegen

> Troum Rightnski tellulung des

Budgets sinnvoll wäre."

## **Ergebnis**

Mit den Einblicken von Talent Insights konnte Devin Rogozinski höhere Investitionen in den Designer-Kandidatenpool rechtfertigen, um diese schwierige Zielgruppe zu erreichen.

**Umschichtung des Budgets** für
bessere Ergebnisse

Mehr Einstellungen durch Aufzeigen von Problemen mithilfe von Daten Unterstützung vom Management dank schlüssiger Begründungen zu neuen Recruiting-Ansätzen