



HeadHunter

Монетизация соискательской аудитории на job- сайтах



2 Модели монетизации

- **Распространенность соискательских сервисов сильно зависит от истории рынка**
 - **Крупные сайты на основе модели «плата за доступ к базе вакансий»**
 - **catho.com.br (Бразилия) — «Вас вызовут на интервью»**
 - **alljobs.co.il (Израиль) — «У нас ВСЕ вакансии»**
- **На остальных рынках доминируют модели "деньги с работодателя".**

3 Монетизация и этика

- Кризис ставит вопрос о том, чтобы заработать там, где есть спрос.
- **Этично ли это?**

4 Монетизация и этика

- **Этический кодекс АКПП**
 - Ни в какой форме, и ни при каких обстоятельствах не принимать вознаграждения от соискателей за их трудоустройство.
- **Регуляции ЕС запрещают брать деньги за доступ к вакансиям**

5 Монетизация и этика

- **Почему монетизация не является неэтичной?**
 - **job-сайты НЕ занимаются трудоустройством**
 - **главное, чтобы не было дезинформации пользователя**
 - **плата за сервис несущественна**
 - **пользователи довольны**
 - **есть альтернативная бесплатная услуга**

6

Какие сервисы можно предлагать?

- **Реклама резюме**
- **Мобильное оповещение о вакансии**
- **Консультации по составлению резюме**
- **Карьерный коучинг**
- **Плата за доступ к вакансиям**
- **Плата за отклик**

7

ГОТОВЫ ЛИ ЛЮДИ ПЛАТИТЬ?

- **ГОТОВЫ, НО МАЛО**
- ***опыт hh.ru***
 - ***5500 человек в мес.***
 - ***каждый в среднем 55 р.***

- **Успешность внедрения платных соискательских сервисов зависит от консолидированной позиции ведущих job-сайтов**