



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.***

# 8

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