

- ▶ Entwicklung des „Robert Half Index“ als strategisches Element zur Positionierung der Marke Robert Half in den Medien
- ▶ Optimieren der Basismaterialien, Verfassen von Pressemitteilungen und Newslettertexten
- ▶ Verstetigen der Medienpräsenz durch Pressegespräche und Bewegtbild-Einsatz

Kommunikative Herausforderung

Robert Half International ist ein Personaldienstleister mit Fokus auf Fach- und Führungskräfte.

Ziel der Arbeit von wbpr_ Kommunikation ist die Steigerung der Bekanntheit der Marke Robert Half bei Medien und somit die Erhöhung der Bewerberzahlen.

Zentrale Inhalte der Kommunikation sind die Einrichtung qualifizierter Presseverteiler, die Definition von Themen, ein kontinuierliches Medien-Monitoring und die Organisation von Pressegesprächen.

Medienarbeit & Positionierung

Bestehende Basismaterialien wurden überarbeitet, beispielsweise ein Unternehmensporträt und ein Paper mit den wichtigsten Fragen und Antworten zu Robert Half.

Die konsequente Medienpräsenz wird durch den regelmäßigen Versand von Pressemeldungen und die Entwicklung von Speaking Opportunities in Key-Medien erreicht.

wbpr_ Kommunikation produzierte und distribuierte mehrere Vodcasts. Zur stärkeren Markenwahrnehmung wurde ein



Steigerung der Medienpräsenz

Durch die zielgerichtete Ansprache von Fachmedien konnte wbpr_ Kommunikation die Medienpräsenz von Robert Half bei Key-Journalisten stark erhöhen. Das Unternehmen ist bei Fachzeitschriften wie der Wirtschaftswoche oder Financial Times ein gefragter Ansprechpartner zu Themen rund um das Thema Personaldienstleistungen im Finance-, Office- und HR-Bereich. Die Bewerberzahlen sind durch die Präsenz in Publikumsmedien deutlich gestiegen und die Marke Robert Half wurde durch den eigenen Unternehmensindex erfolgreich auf dem deutschsprachigen Markt positioniert.