

***InfoJobs*·it**

Il numero 1 in Italia per l'offerta di lavoro.

PRESS KIT

About us

InfoJobs è la principale realtà in Italia ed in Europa nel settore del **recruiting online** per numero di offerte di lavoro, traffico internet e numero di CV in data base.

InfoJobs.it è il sito web numero 1 in Italia per la ricerca di lavoro, con il maggior numero di offerte pubblicate, dove le esigenze specifiche delle aziende incontrano le capacità e qualifiche professionali dei candidati, per trovare il lavoro giusto in modo facile e veloce.

InfoJobs.it raccoglie la più ampia varietà di CV sempre aggiornati e di tutte le tipologie, in modo da permettere alle aziende di trovare il candidato più idoneo, che risponda ai requisiti specifici dell'offerta di lavoro dell'azienda.

Ad oggi, il sito ha raggiunto il traguardo dei **3,5 milioni di candidati** e conta più di **45.000 offerte di lavoro attive** (più del doppio rispetto ai competitor). Oltre **50.000 aziende** hanno scelto di affidarsi al know-how di InfoJobs.it per la ricerca di personale.

InfoJobs.it è online in Italia da luglio 2004 e già nel 2006 si è affermato come primo player del settore. Il sito è cresciuto costantemente, raggiungendo una posizione di leadership indiscussa tra i siti specializzati nella ricerca di lavoro con *1.075.400 visitatori unici, tempo medio di permanenza sul sito superiore agli 11 minuti* e oltre *28,5 milioni di pageview* (Fonte: Nielsen NetRatings).

Servizio, rapidità, qualità, prestigio, innovazione e sicurezza sono le parole chiave alla base della filosofia e della strategia di InfoJobs.it. L'elevata qualità del servizio offerto e l'ottimizzazione dei processi di selezione da parte delle imprese e la ricerca di lavoro da parte dei candidati sono alla base dello straordinario successo dell'azienda nel nostro Paese.

InfoJobs.it in pillole:

2004: nasce InfoJobs.it

2005: il sito si presenta con un design ancor più dinamico e con nuove funzioni

2006: InfoJobs.it conquista la leadership del mercato italiano

2007: il sito raggiunge il traguardo del primo milione di iscritti

2008: gli utenti di InfoJobs.it sono due milioni

2009: il sito presenta una nuova Home Page e nuove sezioni tra cui il canale Green-Job, il primo canale in Italia dedicato alle offerte di lavoro della green economy

2010: InfoJobs.it raggiunge i tre milioni di candidati iscritti

2011: viene lanciato No Profit, il primo canale dedicato al lavoro nel Terzo Settore; InfoJobs.it si conferma il numero 1 anche nelle preferenze degli utenti nella categoria "impiego e carriera" nella classifica sui siti preferiti dagli internauti NetObserver®, il più grande osservatorio sui comportamenti online.



Il Gruppo

Il primo aprile 1998, Nacho Gonzalez-Barros, dopo l'esperienza come Responsabile delle Risorse Umane del Gruppo Intercom, ha l'intuizione di sviluppare un servizio di recruiting online capace di ottimizzare i processi di selezione delle imprese e la ricerca di lavoro dei candidati. Da questa idea nasce InfoJobs.net.

Il modello è vincente e per soddisfare il crescente numero di offerte e di candidati di altri Paesi, nel gennaio 2001, viene lanciato il portale InfoJobs.net International. Nel 2003, TopJobSites.com posiziona InfoJobs.net come il primo sito di recruiting online di lingua non inglese del mondo.

Nel maggio 2004, Trader, multinazionale leader nel settore degli annunci, presente in oltre 20 paesi, acquisisce il 60% di InfoJobs.net e realizza una Joint Venture con InfoJobs International per potenziarne la crescita internazionale.

Alla fine del 2009, InfoJobs è stato acquisito da **Schibsted Media Group** che opera in 26 paesi e impiega circa 7500 dipendenti. Il Gruppo è attivo nell'editoria offline e online, televisione, film e mobile. Per quanto riguarda l'e-recruiting, oltre a InfoJobs, Schibsted Media Group possiede anche Finn Jobs, brand leader nel mercato norvegese.

InfoJobs è oggi attivo in Spagna, Italia, Brasile e Portogallo.

Il ruolo di InfoJobs.it

InfoJobs.it nasce con l'obiettivo di facilitare l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, ottimizzando i processi e rendendo la selezione sempre più rapida ed efficace per le imprese, diventandone un partner serio, affidabile ed efficiente. A questo proposito, il sito è stato sviluppato per essere particolarmente intuitivo, facile da fruire e da navigare.

Se da un lato le offerte delle aziende sono attendibili, e di qualità, dall'altro le candidature sono sempre aggiornate e pertinenti alle richieste delle aziende stesse.

I due target di InfoJobs.it

- ✓ **I CANDIDATI:** dai neolaureati agli impiegati, dagli operai agli artigiani, ma anche i professionisti con un profilo medio-alto.
 - I candidati che si rivolgono a InfoJobs.it hanno un'età media compresa tra i 25 e i 29 anni (27.6%). Il 24.1%, invece, è composto da 30-34enni.
 - Per quanto riguarda la formazione, il 49.1% ha conseguito il diploma di maturità, il 21.7% ha una laurea specialistica ed il 9.9% una laurea breve.
 - Il 34.1% ha maturato dai 6 ai 10 anni di esperienza, mentre il 20% dei candidati lavora da 3/5 anni.
- ✓ **LE AZIENDE:** di ogni dimensione. Dalle piccole medie imprese che costituiscono il tessuto imprenditoriale italiano, alle multinazionali.

I servizi

Uno dei punti di forza di InfoJobs.it è la sua piattaforma tecnologica che garantisce efficienza, facilità d'utilizzo e di accesso all'ampia gamma di servizi specializzati per le aziende alla ricerca di personale.

Per semplificare al massimo la ricerca di lavoro dei candidati e, contestualmente, mettere in evidenza specifiche offerte di lavoro, InfoJobs.it ha sviluppato il canale Primo Lavoro, dedicato ai candidati con poca esperienza professionale.

Inoltre, InfoJobs.it ha implementato altre piattaforme dedicate: Green Job è il primo canale tematico dedicato alle offerte di lavoro nel settore della **green economy** lanciato da InfoJobs.it nel luglio del 2009, in collaborazione con TimeStars e con un partner d'eccezione come Legambiente; No Profit, invece, è il primo canale in Italia destinato alle offerte di lavoro nel settore senza scopo di lucro.

UN VALORE AGGIUNTO PER LE AZIENDE

Per ottimizzare i processi di selezione, le aziende hanno a loro disposizione dei servizi dedicati alla semplificazione del processo di selezione.

- **FILTRO VELOCE:** i CV ricevuti sono classificati secondo tre categorie: formazione, esperienza o area geografica
- **KILLER QUESTION:** l'azienda può rivolgere una serie di domande ai propri candidati. Sulla base delle risposte fornite, i candidati ricevono un punteggio o vengono eliminati dalla selezione, ottimizzando lo screening
- **GESTIONE DEI CV RICEVUTI:** i CV ricevuti possono essere classificati secondo quattro parametri: ricevuti, in esame, finalisti, scartati. Le aziende possono decidere di far conoscere ai candidati lo status della propria candidatura
- **CV FAVORITI:** i CV più interessanti possono essere evidenziati attraverso un'apposita icona
- **ACCESSO AL DATABASE DI CV:** le aziende hanno accesso all'intero database di InfoJobs.it. Questo permette loro di poter visionare l'intero contenuto dei curricula, mentre l'accesso ai dati di contatto è a pagamento

SERVIZI INNOVATIVI PER I CANDIDATI

InfoJobs.it ha sviluppato dei servizi ad hoc anche per soddisfare le esigenze di candidati.

- **ALERT:** i candidati ricevono via e-mail le offerte più interessanti e coerenti con il loro profilo professionale
- **SKILL SET:** questo servizio permette di specificare le conoscenze acquisite nel corso delle proprie esperienze lavorative

- **LETTERA DI PRESENTAZIONE:** i candidati hanno la possibilità di redigere ed archiviare una o più lettere di presentazione da allegare al proprio CV
- **RSS FEED:** attraverso la sottoscrizione degli RSS Feed, gli utenti possono ricevere in tempo reale le ultime offerte di lavoro.

Il management

Vittorio Maffei – Managing Director InfoJobs.it



Vittorio Maffei, dopo la laurea in Economia Aziendale, ha cominciato la sua esperienza professionale presso la 3M Italia come assistente al responsabile marketing di Post it per poi passare in Alleanza Assicurazioni e, in seguito, nel Gruppo BNP - Paribas.

Nel 1999, lascia il settore finanziario per quello delle telecomunicazioni, sponda Vodafone, dove lavora ai progetti legati ai servizi a valore aggiunto da cui vedranno la luce Omnitel 2000 e quindi Vlive!. In queste strutture è dapprima responsabile delle Partnership ed in seguito Advertising Sales & Marketing Manager. Due anni dopo è in Fastweb dove lavora ai più significativi progetti legati alla produzione di servizi per massimizzare l'utilità della banda larga, da "il Nuovo" al video on demand. Nel 2001 entra in Zed Italia come Business Director e, dal 2004, assume la carica di Country Manager ed Amministratore Delegato. Nel 2006 viene nominato anche President B2B per l'Europa.

Nel 2007 diventa Amministratore Delegato di lastminute.com Italia. Nel 2009, passa alla guida operativa di Mobango Ltd, società media londinese finanziata da Doughty&Henson e Innogest, incrementandone traffico e fatturato. Ha partecipato alle trattative di vendita culminate con la cessione dell'azienda al gruppo Indiano People Infocom Pvt Ltd nell'estate del 2010.

Nel settembre del 2010, Vittorio Maffei diventa Managing Director per l'Italia di InfoJobs.it con l'obiettivo di consolidare la posizione di leadership dell'azienda ed incrementare l'utilizzo dei servizi offerti tra gli operatori professionali e il tessuto imprenditoriale italiano costituito dalle piccole e medie imprese.

Anna Maria Mazzini – Marketing Manager InfoJobs.it



Da settembre 2008, Anna Maria è Marketing Manager di InfoJobs.it. È responsabile della pianificazione e attuazione delle strategie di marketing e collabora in sinergia con l'headquarter di Barcellona. Ha recentemente curato il lancio di 'Green-Job', il primo canale interamente dedicato alle offerte di lavoro green e di 'Sei Stato Candidato', la prima guida al colloquio di lavoro interamente user-generated.

Nel 2002, Anna Maria ha conseguito il Certificate in Communication and Marketing presso l'Audrey Cohen College di New York e nel 2003 il Bachelor of Arts in Scienze della Comunicazione – specializzazione in Marketing and Promotions presso la European School of Economics/Nottingham Trent University.

Inizia la propria esperienza professionale lavorando presso l'ufficio stampa della Fondazione Biblioteca di via Senato a Milano e del Museo Poldi Pezzoli, successivamente collabora con il New York Post di New York dove segue alcuni progetti in ambito Marketing ed HR.

Dal 2004 al 2008 è stata International Marketing and Communication Manager di Buongiorno S.p.A, occupandosi della creazione del nuovo brand consumer di Buongiorno per i VAS su scala internazionale e dell'ideazione e implementazione delle attività di marketing strategico e operativo per i paesi di competenza (UK, US, ES, NL e Australia) oltre che delle attività a supporto alla rete commerciale, dell'ideazione e gestione di campagne pubblicitarie integrate (on line e off line) e dello studio e progettazione di nuovi formati pubblicitari per i prodotti adv di Buongiorno S.p.A.