

Business Intelligence Insights – Analyse des Nutzerverhaltens der Jobsuchenden im Internet am Beispiel der JobNinja GmbH

Projektstudium

Hintergrund

JobNinja ist ein 2 Jahre altes Startup aus München, das sich fest vorgenommen hat, Recruiting-Prozesse deutlich zu vereinfachen. Unser Ziel ist es, eine innovative Online-Jobplattform aufzubauen und wirtschaftlich zu betreiben, bei der Arbeitgeber die Sicherheit haben, passende Bewerber zu finden.



Die Stellenanzeigen, die bei JobNinja geschaltet werden, erscheinen in der JobNinja-App, auf der JobNinja-Webseite sowie bei über 100 Partner-Jobbörsen. Dabei wird für jede Anzeige gezielt Traffic eingekauft – Ziel ist es, immer nur den Traffic (zu einem optimalen Preis) einzukaufen, der auch zu Bewerbungen führt.

Zielsetzung und Vorgehen

Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt Unterstützung im Bereich Business Intelligence!

Welche Merkmale haben aktive und passive Jobsuchende? Welche Traffic-Provider liefern welchen Traffic? Inwieweit ist der Cost-per-Click für Conversion Rates relevant? An welchem Tag bewerben sich die meisten Jobsuchenden?

Hauptbestandteil dieser Arbeit sind statistische Auswertungen der vorhandenen Nutzerzahlen. Ziel der Arbeit ist es, das Nutzerverhalten von Jobsuchenden bei der Recherche von Jobanzeigen zu analysieren und zu verstehen. Dabei soll u.a. auf die o.g. Fragen eingegangen und Korrelationen gefunden werden.

Wenn Ihr selbstständig arbeitet, Statistik liebt und das Nutzerverhalten von Jobsuchenden im Internet verstehen wollt, könnt Ihr Euch gerne bei uns per Email an mircea@jobninja.com bewerben.