

NetJobs re-designar hela nätverket

NetJobs släpper nu en omfattande re-design av samtliga 40 jobbsajter, designen bottenar i nätverkets nya visuella identitet som har en tydlig 50-tals känsla. Man har också lagt till en ny pay off: -Livet är för kort för ett dåligt jobb.

"Syftet är att skapa en tydlig identitet som differentierar oss gentemot våra konkurrenter som generellt har en ganska likformad identitet. Vi lanserar den här re-designen med en massiv TV kampanj i MTGs kanaler. Det är ett viktigt och spännande steg i utvecklingen av våra varumärken. Huvudfokus är hela tiden att arbeta för att komma ett steg närmare visionen att bli #1 i världen inom nischade jobbsajter", säger Björn Widmark, Marknads Direktör på NetJobs.

I samband med re-designen har man också utvecklat en del ny funktionalitet, som t.ex. en ny blogg, ett tydligare "socialt lager" och väsentligt förbättrade profilsidor för medlemmar.

"De senaste förändringarna på sajterna kommer innebära att fler nya användare hittar till oss och erbjudandet stärks mot våra kunder. Vi kommer under 2011 att fortsätta släppa nya produkter vilket ger vår säljkår fler möjligheter att skräddarsy attraktiva lösningar till våra kunder och öka användarnyttan", säger Frank Ljungstedt, VD på NetJobs.

För mer information kontakta Frank Ljungstedt, VD, på: 08 - 67 87 420.

NetJobs Group AB (publ) äger norra Europas största jobbsajtnätverk med 35 nischade jobbsajter och 5 generella jobbsajter i Sverige, Norge, Finland, Danmark och Tyskland med över 350 000 unika besökare i månaden (Google Analytics-Januari 2011). NetJobs Group AB (publ) grundades 2004 och är sedan 2006 börsnoterat på Nasdaq OMX First North. Bolagets Certified Adviser är Avanza Bank. Visionen är att vara #1 i världen inom nischade jobbsajter.