

# HVAD SKER DER MED STILLINGSOPSLAGENE?

Direktør **Lars Qvistgaard**,  
Præsteforeningen



**D**u er måske en af dem, som følger med i, hvilke embeder, der bliver slået op? Hvem ved, måske var der noget, man kunne blive inspireret af.

Stillingsopslagene er populært læsestof i Præsten. Og vi har i Præsteforeningen fået en hel del henvendelser om stillingsopslagene, siden vi i foråret lancerede jobportalen og ændrede på formatet for stillingsopslag.

## Utidssvarende krav

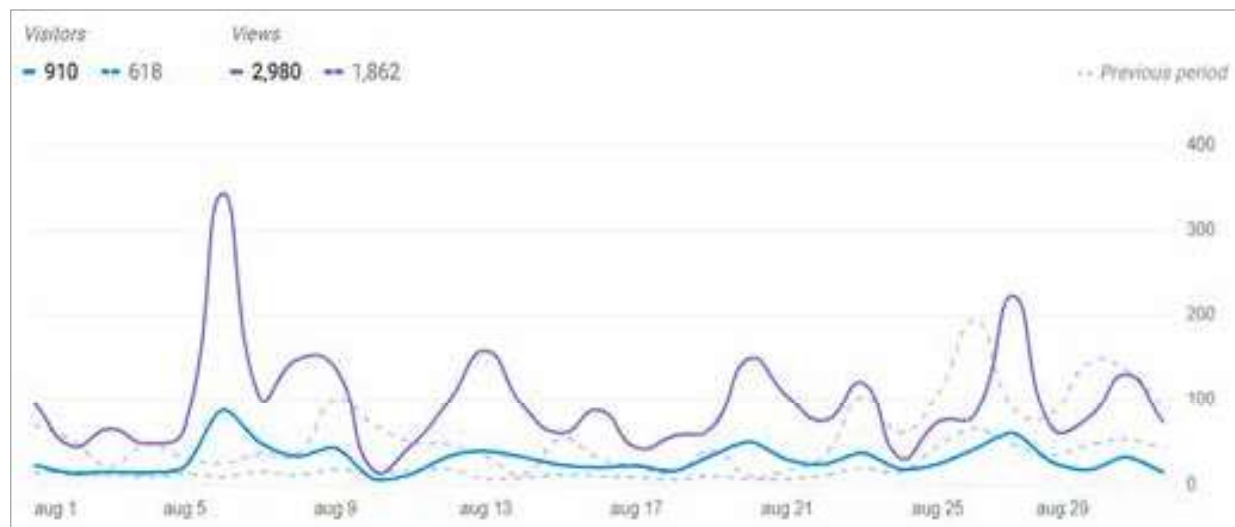
Annoncering af ledige præstestillinger var fastlagt i et cirkulære med skarpe tidsmæssige krav. Krav, som ikke passer ind i en di-

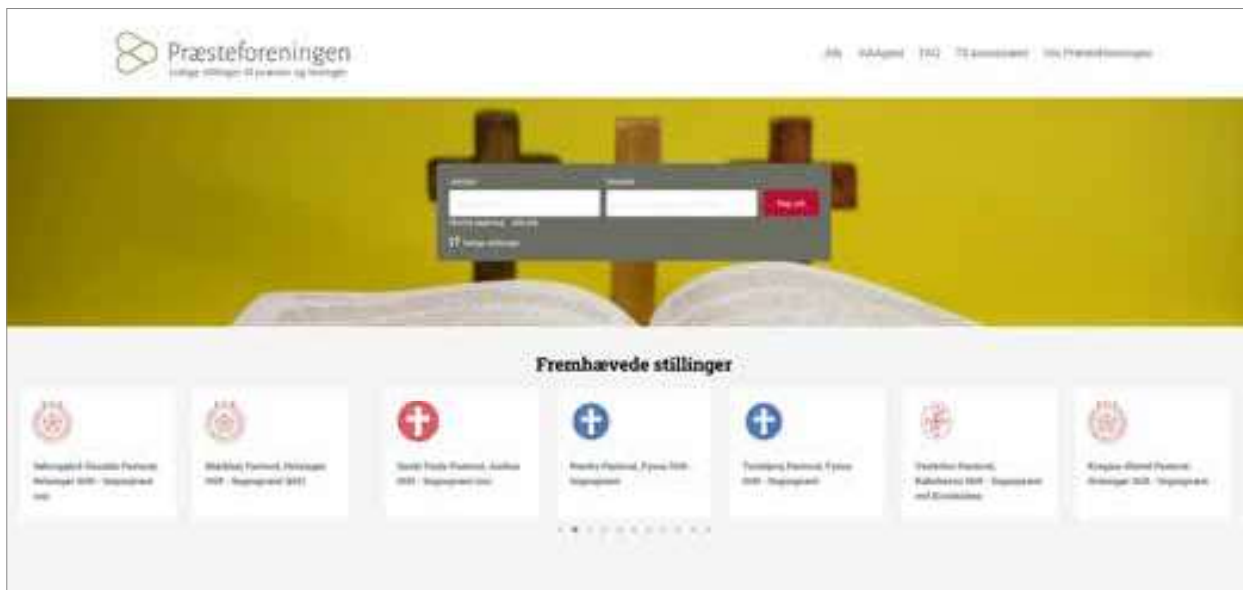
gital verden, hvor hjemmesider har overtaget en stor del af de trykte mediers annoncer og informationer. Stifterne har derfor efterlyst mere fleksibilitet, når embeder slås op. Før var det obligatorisk at annoncere i Præsten; nu er reglerne ændret. Stifter og menighedsråd kan nu selv vælge, i hvilket omfang de vil bruge Præsteforeningens medier.

## Målrettet annoncering til konkurrencedygtige priser

Præsteforeningen har med jobportalen skruet op for mulighederne, når man skal have en stilling besat. Vi har et unikt tilbud, hvor stillingsopslagene kommer langt bredere ud, samtidig med at vi har fastholdt muligheden for annoncering i Præsten. Det er nemlig fortsat der, de fleste af vores 3500 læsere først orienterer sig.

Siden vi i april gik i gang med portalen, har der været næsten 13.000 visninger af stillingsopslagene





På jobportalen kan man oprette en jobagent og få mail, når drømmeembedet bliver slået op

Vi har øget den redaktionelle assistance til embedsbeskrivelser, så de bliver præsenteret med flere billeder og mulighed for at linke til lokale informationer. På jobportalen kan man oprette en jobagent og få mail, når drømmeembedet bliver slået op. Når opslagene ligger digitalt, betyder det også, at potentielle ansøgere, som ikke læser Præsten, finder opslagene ved at søge på nettet eller ved at oprette en jobagent. Og vi findes også på LinkedIn.

Vores fokus er, at annoncørerne skal nå så mange potentielle ansøgere som muligt. Altså langt flere, end hvis man nøjes med omtale på km.dk og stiftets hjemmeside. Vores anbefaling er en kombination af omtale i vores medlemsblad og annoncering på nettet. Det gør vi til konkurrencedygtige priser, og så er vores læsere målgruppen.

#### Det virker

Som med alt nyt er det spændende, hvordan det bliver modtaget. Ligesom vi selv har skullet vænne os til forandringerne, har menighedsråd og stifter også skulle vænne sig til, at der nu er mange flere kanaler at annoncere på.

Vi følger helt naturligt, hvor mange der bruger jobportalen. Siden vi i april gik i gang med portalen, har der været næsten 13.000

visninger af stillingsopslagene. Det svarer til, at hver besøgende i snit har læst 4 stillingsopslag. Med andre ord: der er rigtig mange, som ser stillingsopslagene. Rigtig mange har også valgt at benytte muligheden for at sætte en jobagent op til at blive orienteret om nye stillingsopslag.

**» Vi har et unikt tilbud, hvor stillingsopslagene kommer langt bredere ud samtidig med, at vi har fastholdt muligheden for annoncering i Præsten**

Vi ved, at vi har næsten 3500 faste ugentlige læsere. Med jobportalen når vi endnu længere ud. I en tid med præstemangel er det et godt tilbud.

#### Gamle vaner er svære at bryde

Medlemmerne læser bladet baglæns. Brugerstatistikken viser, at det tilsyneladende ikke har ændret sig med det digitale tilbud. Medlemsbladet er derfor stadigvæk også et stærkt medie, hvis man ønsker en synlig annoncering af et ledigt embede. Det tager stifter og menighedsråd forhåbentlig med i deres overvejelser, når de skal vælge, hvilken type annoncering de ønsker. ☺