

PRESSEMITTEILUNG

STARKER AUFTRITT: RAY SONO GEWINNT PITCH FÜR RELAUNCH DER RUBRIK „KARRIERE“ AUF WWW.BMWGROUP.COM

München, 27.05.2008 – Konzept für die Neugestaltung überzeugte mit interaktiven und informativen Services, benutzerfreundlichen Bewerbungswegen und individueller Ansprache

Jeden Tag stehen tausende Schüler, Hochschulabsolventen und erfahrene Experten auf der Suche nach dem richtigen Job vor der Frage, wo und wie man sich am besten bewirbt. Die BMW Group zählt nicht nur in Deutschland, sondern auch weltweit zu den größten und bekanntesten Arbeitgebern. Daher ist der Bereich „Karriere“ eine der meist besuchten Rubriken der Internetseite www.bmwgroup.com, insbesondere im deutschsprachigen Raum. Dort sollen die Bewerber eine möglichst attraktive, flexible und effektive Online-Bewerbung mit gezielten und individuellen Informations- und Service-Angeboten vorfinden.

Im Rahmen einer Ausschreibung zum geplanten Relaunch setzte sich die Ray Sono AG gegen Mitbewerber aus dem HR-Umfeld durch und betreut damit den fünften von insgesamt sechs Online-Bereichen der BMW Group. Der Internetspezialist aus München überzeugte mit einem klaren und durchgängigen Konzept. Die konzeptionellen Schwerpunkte legte Ray Sono dabei auf eine intuitive Informationsarchitektur, Textreduktion und Visualisierung sowie bedarfsorientierte Einstiege. So sollen potentielle Bewerber nicht nur umfassend informiert, sondern auch emotional angesprochen werden. Die zielgruppenspezifische Ansprache führt Bewerber – je nach Ausbildungsgrad, Erfahrung oder Wunschstandort – individuell über die für sie relevanten Unternehmensinformationen zur eigentlichen Bewerbung.

Ray Sono realisiert den Relaunch des Bereiches in zwei Phasen. Die Neugestaltung und inhaltliche Überarbeitung wird bis August dieses Jahres durchgeführt, der weitere Ausbau der Funktionalitäten und Services für Bewerber erfolgt dann anschließend bis Ende 2008.

„Wir versuchen mit unserem Konzept nicht nur, etwas Bestehendes zu verbessern, sondern einen neuen Karriere-Bereich mit einem eigenständigeren Profil zu entwickeln“, erklärt Sylvia Merz, Leiterin des Projekts bei Ray Sono, den Gewinn des Pitches. „Mit der Rubrik Karriere betreuen wir nun einen weiteren Bereich auf der Webseite der BMW Group. Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit“, betont Sylvia Merz.

Seit 2001 unterstützt ein festes Team an Beratern, Art-Direktoren, Software-Architekten und Projektmanagern bei Ray Sono die BMW Group bei der Umsetzung ihrer Internet- und Intranetstrategie. Zu den Leistungen gehören E-Business-Beratung und Konzeption, Implementierung von Portal- und Softwarelösungen sowie E-Branding, Content- und Medienproduktion.



Hintergrund Ray Sono

Die Ray Sono AG ist Partner für die Konzeption, Implementierung und Betreuung innovativer internetbasierter Lösungen. Ray Sono gestaltet und optimiert die elektronischen Geschäftsabläufe seiner Kunden und fokussiert sich dabei auf Corporate Websites und Portale, E-Finance Beratungs- und Vertriebssysteme sowie Trainings- und Simulationslösungen. Zu den Kunden von Ray Sono zählen Unternehmen aus allen Bereichen der Wirtschaft: Austrian Airlines, Bayerische Landeszentrale für Neue Medien, BMW Group, Credit Suisse, Deutsche Bundeswehr, General Dynamics, HDW, HypoVereinsbank, Lufthansa, MAN Nutzfahrzeuge Gruppe, Mövenpick, Postbank, Siemens und SWISS.

Weitere Informationen:

Ray Sono AG

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Anke Zormeier

Tel: 089 74646-124

Fax: 089 74646-100

E-Mail: anke.zormeier@raysono.com

www.raysono.com

WORDUP Public Relations

Achim von Michel

Tel: 089 2 878 878 0

Fax: 089 2 878 878 9

E-Mail: vonmichel@wordup.de

www.wordup.de