

CornerJob recrute la chose !

Communiqué de presse. Paris, le 31 août 2017.

Avec de nouveaux investisseurs en poche et de grands projets en tête, la start-up de recherche d'emploi CornerJob développe ses outils et redessine son identité. À l'issue d'une compétition, c'est à l'agence la chose qu'elle fait confiance pour sa nouvelle stratégie de communication 2017.

C'est en 2015 que la start-up CornerJob fait une entrée remarquée sur le marché des jobboards. Deux ans après, elle poursuit son ascension sur le segment des profils non cadre à vitesse grand V. L'application compte en effet 8 millions de candidats et pas moins de 200 000 entreprises prêtes à recruter leur prochain staff en quelques secondes. Une réussite attribuée à la facilité d'utilisation de l'appli qui ringardise le traditionnel CV et lettre de motivation tout en introduisant la géolocalisation.

Le géant de l'intérim Randstad lui même, n'a pas hésité à investir massivement pour permettre à la start-up de développer de nouveaux outils afin de renforcer l'offre et la qualité de ses services.

Aujourd'hui, c'est à **la chose** que CornerJob fait confiance pour refonder sa communication et cela commence par une nouvelle signature plus en phase avec les valeurs de la marque : « **Rejoignez l'équipe** »

Cette formulation simple et percutante s'inscrit pleinement dans l'univers des annonces d'offres d'emploi tout en rappelant l'essentiel quand on cherche un job ou des employés: simplicité, efficacité et immédiateté.

C'est également à travers une campagne TV pour la France, l'Espagne, l'Italie et le Mexique, que la chose met en lumière les points forts de la start-up. Ces spots TV qui rendent l'atmosphère positive et le dynamisme de CornerJob sont d'ores et déjà visibles en France sur les chaînes du groupe TF1.

Pour encore renforcer son impact et conquérir un marché international, la campagne sera également déclinée en presse, print, affichage digital et radio courant septembre 2017.