



Der smarte Weg zur Neukundengewinnung

Alles, was Personaldienstleister wissen müssen, um ihre Teams dabei zu unterstützen, kontinuierlich neue Kunden zu gewinnen



Für den Erfolg eines Personaldienstleisters

Ist es heutzutage unabdingbar, sich von der Konkurrenz abzuheben. Zudem ist es in einem sich schnell ändernden Markt wichtig, nicht nur die besten Talente zu finden, sondern auch aktiv neue Kunden zu gewinnen.

Dieser Leitfaden ist Ihr Kompass, um im wettbewerbsstarken Recruiting-Markt erfolgreich zu sein. Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen Strategien, Tools und Insights an die Hand, mit denen Sie bestehende Kunden besser binden und neue Leads einfacher generieren können.

Profitieren Sie von den Erkenntnissen von über 10.000 Kunden von Bullhorn, gepaart mit den Erfahrungen unserer Vertriebskolleg:innen aus der täglichen Zusammenarbeit mit zahlreichen Personaldienstleistern.

Wo Sie starten sollten?

Vom Legen des Fundaments bis zum Lernen und anpassen - Es gibt einen smarteren Weg, um Ihren Unternehmenserfolg voranzutreiben:



Die Neukundengewinnung hat für Führungskräfte die höchste Priorität in diesem Jahr, nachdem der Fokus zuvor viele Jahre lang auf der Talentakquise lag - wie **unsere Umfrage unter 2.000 weltweit tätigen Personaldienstleistern ergab.**

Bullhorn GRID 2023 Recruiting-Trends-Report

- ✓ Die Effizienz und Skalierbarkeit erhöhen
- ✓ Wertvolles Wissen anwenden, um Chancen richtig zu nutzen
- ✓ Den Fokus auf langfristige Kundenbeziehungen legen.



Der smarte Weg zum erfolgreichen Business Development

Wer erfolgreich Neukunden akquirieren will, braucht nicht nur starke Prozesse, sondern auch die passende Technologie.

Auch wenn das Business Development bei jedem Personaldienstleister unterschiedlich aufgesetzt ist, gilt für alle:

Konsistente Prozesse, eine KI-gestützte Technologie und die Pflege des bestehenden Kundenpools sind die Basis für den Erfolg. So bringen eine stets aktualisierte Datenbank, innovative Strategien sowie KI- und Automatisierungstechnologien einen echten Wettbewerbsvorteil.

Klicken Sie auf das Icon, um mehr über den nächsten Schritt zu erfahren oder lesen Sie weiter, um mehr zu erfahren:



Fundament legen

Erfolg braucht eine solide Basis. Nehmen Sie sich die Zeit, um die profitabelsten Kunden zu identifizieren. Konzentrieren Sie sich dann auf die Kunden mit dem größten Potenzial, um langfristige Kundenbeziehungen und Folgeaufträge zu sichern.



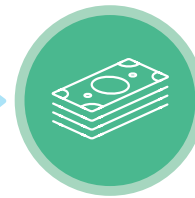
Gezielte Kontaktaufnahme

Legen Sie jetzt das Hauptaugenmerk auf Kunden und potenzielle Neukunden in Wachstumsmärkten. Erhöhen Sie Ihre Chancen auf Erfolg, indem Sie sie mit der richtigen Botschaft zum richtigen Zeitpunkt ansprechen.



Pipeline-Aufbau

Wandeln Sie qualifizierte Leads in loyale Kunden um. Aktualisieren Sie Ihre Datenbank mit wichtigen Informationen, um ihre Pipeline weiter aufzufüllen.



Kundenpflege und Closing

Bleiben Sie in engem Kontakt mit Ihren potenziellen Kunden, damit Sie bereit sind, wenn Ihre Kunden es sind. Bieten Sie ein maßgeschneidertes Erlebnis und Verständnis für die Bedürfnisse Ihrer Kunden, um sich von der Konkurrenz abzuheben.



Lernen und Anpassen

Lernen Sie aus Ihren Erfolgen - und Misserfolgen. Passen Sie Ihre Prozesse stets an und bauen Sie einen skalierbaren, konsistenten Prozess auf, der das Wachstum fördert.





PHASE 1: Fundament legen

In dieser Phase bringen Sie sich und Ihr Team auf Erfolgskurs. Recherchieren Sie ausführlich und planen Sie, mit welcher Strategie Sie neue Kunden gewinnen und bestehende halten möchten.

Die größte Herausforderung:

Die vielversprechendsten Leads zu identifizieren und die Bedürfnisse noch unerschlossener Kunden herauszufinden, ist ein sehr schwieriges Unterfangen. Deshalb münden die Aktivitäten vieler Personal-dienstleister hier oftmals in einer wenig zielgerichteten und erfolglosen (Neu-)Kundenansprache.



BULLHORN INSIGHTS:

Mit einigen Kunden lässt sich besser arbeiten als mit anderen. Die Nutzer:innen von **Bullhorn wenden die Hälfte Ihres Vermittlungsaufwands für Kunden auf, bei denen die Vermittlungsquote bei über 75 % liegt.** Im Umkehrschluss wird die zweite Hälfte der Zeit für Kunden aufgewendet, bei denen die **Placement Ratio nur bei 25 % liegt.** Das geht auch smarter! Segmentieren Sie Kunden nach dem Aufwand, den Sie für ein erfolgreiches Placement benötigen. So können Sie Ihre Margen erhöhen und besonders aufwandsintensive Kundenaufträge über ein Retainer-Modell abwickeln.

Bullhorn data, 2023

INSIDER-TIPP:

Ein neues Logo ist kein smarter Weg zu mehr Umsatz! Kunden, bei denen Sie in der Vergangenheit schon Kandidat:innen erfolgreich vermittelt haben, hingegen schon. Identifizieren Sie mehrere Ansprechpartner:innen pro Unternehmen. Hat Herr Müller keinen Bedarf, sieht es bei Frau Maier vielleicht ganz anders aus."

**Joe McGuire, Director,
Sales & Strategy, Bullhorn**



Wichtige Schritte in Phase 1	Tipps
Branchenanalyse	Beschäftigen Sie sich intensiv mit der Branche und identifizieren Sie die wichtigsten Entscheider und Akteure. Bestimmen Sie Ihre Zielkunden und stellen Sie Ihre Strategie entsprechend auf.
Market Mapping	Analysieren Sie Ihren Zielmarkt und segmentieren Sie potenzielle Kundengruppen. Finden Sie Gemeinsamkeiten für die Ansprache ihrer Zielkunden.
Bedarfsanalyse	Sie müssen die Bedürfnisse Ihrer Zielkunden verstehen. Teilen Sie Erfolgsgeschichten anderer Kunden und erläutern Sie genau, wie Sie unterstützt haben.
Wettbewerbsanalyse	Identifizieren Sie alle Konkurrenten auf dem Markt und prüfen Sie, wie Ihr Angebot im Vergleich abschneidet. Nutzen Sie Ihre Erkenntnisse, um sich einen Vorsprung zu verschaffen.
Kundensegmente	Bereiten Sie eine Multi-Channel-Kampagne vor, die eine persönliche Ansprache mit einer automatisierten Kontaktaufnahme kombiniert. Holen Sie Ihre Kunden dort ab, wo diese gerade stehen.
Value Proposition	Definieren Sie Ihr Wertversprechen für Ihre Zielkunden und zeigen sie so, dass Ihr Team der beste Partner für die offenen Vakanzen Ihrer Kunden ist.

Auf dem Weg zum Erfolg: Sie müssen Ihren Zielmarkt, die auftragsstärksten Kunden und die richtigen Ansprechpartner in jedem Unternehmen kennen.

Neukunden mit der Bullhorn Plattform noch smarter gewinnen:

- **Bullhorn ATS/CRM:** Sammeln Sie wichtige Daten zu allen Leads und Prospects, wie zum Beispiel eine Wettbewerbsanalyse. Segmentieren Sie Ihre Kunden nach Neukunden und Bestandskunden.
- **Bullhorn Automation:** Entwickeln Sie ein besseres Verständnis für Ihre Kunden mithilfe von Umfragen, geben Sie die Richtung für künftige Ziellisten an und verbessern Sie die Datenqualität.
- **Bullhorn Analytics:** Identifizieren Sie Ihre Stärken, die umsatzstärksten Kunden und ungenutzte Potentiale.





PHASE 2: Gezielte Kontaktaufnahme

Jetzt geht es darum, ins konkrete Handeln zu kommen. Definieren und finalisieren Sie Ihre Strategie und Aktionsplan, um neue Leads bei Ihrer Zielgruppenliste zu generieren.

Die größte Herausforderung:

Ohne die richtigen Daten ist es schwierig, eine erfolgreiche Akquisestrategie umzusetzen. Zudem geht unnötige Zeit für das Datenmanagement verloren, das besser in der Pflege und dem Aufbau von Kundenbeziehungen investiert wäre.



BULLHORN INSIGHTS:

Bullhorn Automation und Analytics versprechen in Kombination den größten Erfolg: Bullhorn Kunden, die diese beiden Tools für ihre Kundenansprache nutzen, können durchschnittlich 40% mehr Endkundenaufträge abschließen als Nutzer: innen, die nur das Bullhorn ATS/CRM nutzen.

Mit den Insights aus den Tools können Sie sicherstellen, dass Sie sich gezielt auf Ihre Target List fokussieren. Die Kontaktpflege und das Engagement mit dem gesamten Netzwerk übernimmt die Automatisierung für Sie.

Bullhorn data, 2023

INSIDER-TIPP:

*Ohne Leads kein Sale. Denken Sie in dieser Phase immer an zwei Dinge: **Bleiben Sie in Erinnerung und heben Sie sich von der Konkurrenz ab.***

Joe Wertz, National Account Executive, Bullhorn



Wichtige Schritte in Phase 2	Tipps
Strategieentwicklung	Arbeiten Sie konkrete Maßnahmen aus und Lösungen, mit denen Sie möglichen Herausforderungen wirksam begegnen. Das Ziel der Strategieentwicklung ist es, einen genauen Fahrplan für Ihr Business Development zu haben.
Datenerfassung	Geben Sie relevante Informationen in Ihr System ein, z.B. Kontaktdaten oder frühere Kontaktversuche. Halten Sie Ergebnisse fest. Nutzen Sie Technologien, um die Datenerfassung und die Rückverfolgbarkeit von Informationen zu optimieren.
Kontaktaufnahme und Akquise	Ob via Telefon, E-Mail oder SMS - "Erreichbar sein" gehört unabhängig vom Kanal zu einer erfolgreichen Taktik bei der Kundenakquise. So erhöhen Sie die Chancen auf den Auftrag, wenn ein Zielkunde Bedarf hat.
Evaluierung und Qualifizierung	Bereiten Sie Ihren Sales Pitch und die Einwandbehandlung gut vor! Sie haben nur wenige Sekunden, um das Interesse eines Kunden zu wecken. Ihre Ansprache muss klar und auf den Punkt sein.
Qualifizierte Leads gewinnen	Der Kunde benötigt Unterstützung? Fragen Sie alle wichtigen Informationen wie Budget, Zeitplan oder strategische Vorgaben ab. Sorgen Sie mit einer regelmäßigen Kommunikation über E-Mails und Telefon für eine gute Kundenbindung.

Auf dem Weg zum Erfolg: Bahnen Sie sich Ihren Weg zum Zielkunden. Nutzen Sie verschiedene Kanäle und Formate, um durch gezielte Ansprache deren Aufmerksamkeit zu gewinnen. Nutzen Sie beispielsweise Videos, handschriftliche Notizen oder Werbegeschenke dafür.

Neukunden mit der Bullhorn Plattform noch smarter gewinnen:

- **Bullhorn ATS/CRM:** Kombinieren Sie Bullhorn ATS/CRM mit Tools wie LinkedIn Sales Navigator, um den Fokus auf die richtigen Zielkunden zu behalten.
- **Bullhorn Automation:** Führen Sie automatisierte Outreach-Kampagnen per E-Mail und SMS durch, um das Interesse Ihrer Zielgruppen zu qualifizieren. Senden Sie Kandidat: innen passende Jobangebote, um Ihre Professionalität zu untermauern und neue Türen zu öffnen.
- **Bullhorn Analytics:** Messen Sie den Erfolg Ihrer Outreach-Aktivitäten, um die besten Quellen und Kommunikationswege für das Neukundengeschäft zu bestimmen.





PHASE 3: Pipeline-Aufbau

Dank der Phasen 1 und 2 ist es nun an der Zeit, bestehende Kundenbeziehungen zu pflegen und potenzielle Kunden in Leads zu konvertieren. Nutzen Sie Technologien, die kontinuierlich für eine volle Sales-Pipeline sorgen.

Die größte Herausforderung:

Verzichten Sie auf den "Viel bringt viel"-Ansatz, der meist mit hohem Aufwand, aber von wenig Erfolg gekrönt ist. Setzen Sie stattdessen auf einen qualitativen und smarten Ansatz.



BULLHORN INSIGHTS:

Bullhorn-Kunden **besetzen 39% mehr offene Stellen** bei Kunden, mit denen sie zuvor schon gearbeitet hatten, als mit neuen Kunden. Pflegen Sie die Kontakte in Ihrer Datenbank – Sie werden sehen, es lohnt sich.

Bullhorn data, 2023

INSIDER TIPP:

Die erfolgreichsten Personaldienstleister **segmentieren ihre Kontakte in der Datenbank. Das stellt sicher, dass Kampagnen zielgerichtet und auf den potenziellen Kunden zugeschnitten sind.** Sie führen A/B-Tests **testing** durch, um die effektivsten Kommunikationsbotschaften zu bestimmen. Sie nutzen das Feedback, um ihre aktuellen und zukünftigen Kampagnen **entsprechend anzupassen.**

Aaron McIntosh, Managing Director, APAC, Bullhorn



Wichtige Schritte in Phase 3	Tipps
Definition der Verkaufsstufen	Legen Sie die Systemkonfiguration so fest, dass sie Ihrem Sales-Prozess entspricht. Damit der gesamte Business Development Prozess reibungslos abläuft, müssen Ihre Systeme die Sales-Strategie unterstützen.
Pflege von Kunden in der Datenbank	Gehen Sie auf Kontakte und Unternehmen zu, die bereits in Ihrem ATS/CRM sind. Dort ist man schon mit Ihnen und Ihrer Personaldienstleistung vertraut. Nutzen Sie diese Chance, indem Sie den Kontakt regelmäßig pflegen.
Durchführen von Outreach-Kampagnen	Erstellen Sie Outreach-Kampagnen und passen Sie Ihre Ansprache an die Zielkontakte an. Technologie unterstützt Sie dabei, personalisierte Botschaften in großem Maßstab zu versenden.
Ausschreibungen koordinieren	Kontaktieren Sie potenzielle Kunden, die mit Ausschreibungen arbeiten, frühzeitig. So schaffen Sie Hindernisse schon aus dem Weg, die bei Auftragserteilung entstehen könnten.

Auf dem Weg zum Erfolg: Bauen Sie eine starke Pipeline auf, die mit spezifischen Handlungsanweisungen versehen ist. So wissen Sie genau, welche Ansprechpartner Sie zu welchem Zeitpunkt mit welcher Botschaft ansprechen müssen.

Neukunden mit der Bullhorn Plattform noch smarter gewinnen:

- **Bullhorn ATS/CRM Leads:** Erfassen Sie die richtigen Daten, wie beispielsweise Kontaktinformationen, bisherige Interaktionen mit den Interessenten und alle weiteren relevanten Informationen der potentiellen Opportunity.
- **Bullhorn Automation:** Nutzen Sie A/B-Tests und Engagement Scoring, um die richtige Nachricht zur richtigen Zeit zu versenden. So erhöhen Sie die Antwortraten und die Anzahl engagierter Personalmanager. Automatisieren Sie die Datenpflege, um fehlende Informationen zu ermitteln und nachzutragen.
- **Bullhorn Analytics:** Achten Sie auf den Umsatzwert in Ihrer Pipeline, um frühzeitig zielführende Maßnahmen zu ergreifen.





PHASE 4: Kundenpflege und Closing

In dieser entscheidenden Phase für Ihr Business Development geht es darum, aus Leads und potenziellen Kunden Umsätze zu generieren. Die Value Proposition aus Phase 1 wird jetzt zum Erfolgsfaktor.

Die größte Herausforderung:

Ungenutzte Chancen, eine widersprüchliche Kommunikation und zu wenig Sichtbarkeit führen zu verlorenen Leads und verpassten Käufersignalen, ebenso wie zu Fehlentscheidungen.



BULLHORN INSIGHTS:

Bullhorn Kunden, die automatisierte Kommunikationskampagnen zur Kundenpflege einsetzen, konnten **22 % mehr Stellen besetzen und die Besetzungsquote pro Mitarbeiter:in um 36 % steigern.**

Bullhorn data, 2023

INSIDER-TIPP:

Die Automatisierung ist ein entscheidender Faktor in dieser Phase. Sie spart Ihnen Zeit, reduziert Fehler und gewährleistet einen Fokus auf den Aufbau von Beziehungen und den Abschluss von Geschäften.

**Erik Mateev, Sales & Strategy
Manager, Bullhorn**



Wichtige Schritte in Phase 4	Tipp
Opportunity tracking und Datenerfassung	Aktualisieren und halten Sie Potenziale in Ihrer Pipeline fest, um ein besseres Management und Forecasting zu erzielen. Nutzen Sie die Datenanalyse für Vorhersagen und für einen schnelleren Projektabschluss.
Engagement stärken, Folgeaufträge gewinnen und Chancen zur Wiedervermittlung von Kandidat:innen identifizieren	Pflegen Sie einen engen Austausch mit potenziellen Neu- und Bestandskunden, mit denen Sie weiter zusammenarbeiten möchten. Passen Sie Ihre Kommunikation und Ihre Angebote individuell an deren Kundenbedürfnisse an.
Conversion	Sichern Sie sich aus potenziellen Chancen echte Kundenaufträge und verhandeln Sie Stunden- oder Tagessätze sowie vertragliche Bedingungen. Identifizieren Sie weitere Potenziale bei bestehenden Kunden.

***Auf dem Weg zum Erfolg:** Erfolgreiche Vermittlungsaufträge dank effizienter Kommunikation von Leads und Interessenten durch personalisierte und relevante Outreach-Maßnahmen. Mit potenziellen Kunden im Austausch bleiben und auf ihre Bedürfnisse eingehen, um Sie durch die Sales-Pipeline bis hin zur Conversion zu führen. Effiziente Datenerfassung und das Erkennen von Chancen fördern eine bessere Entscheidungsfindung.*

Neukunden mit der Bullhorn Plattform noch smarter gewinnen:

- **Bullhorn ATS/CRM Leads:** Setzen Sie auf eine Basis, in der Sie alle Leads und Opportunities mit einem Klick abrufen können. Damit stellen Sie sicher, dass Ihnen keine Chance entgeht. Verhandeln Sie Ihre Margen selbstbewusst, denn Sie wissen, dass Sie effizient arbeiten.
- **Bullhorn Automation:** Pflegen Sie Ihre Kundenbeziehung mit automatisierten Multi-channel-Kampagnen. Das hilft Ihnen, mehr Aufträge zu gewinnen und Absagen zu reduzieren. Halten Sie Ihr Team mit Benachrichtigungen auf dem Laufenden, so dass sie zur richtigen Zeit aktiv werden und anstatt administrativer Aufgaben ihre Zeit in die persönliche Beziehungspflege mit Kunden investieren.
- **Bullhorn Analytics:** Nutzen Sie die Erkenntnisse auf Beraterenebene, um zu verstehen, worauf sich Ihr Fokus und Ihre Energie richten sollten.





PHASE 5: Lernen und Anpassen

Ohne kontinuierlich zu lernen und sich anzupassen, können Personal-dienstleister nicht wachsen. Deshalb geht es nun darum, Erfolge festzuhalten, aus Misserfolgen zu lernen und die Strategie entsprechend anzupassen.

Die größte Herausforderung:

Verfeinern der Strategie und die weitere Fokussierung, um die bestmögliche Reichweite und passgenaue Inhalte für das ideale Kundenprofil zu liefern.



BULLHORN INSIGHT:

Weniger als **20% der Chancen auf eine Wiederbesetzung** werden genutzt, was im Schnitt zu einer Wiederbesetzungsquote von **weniger als 5%** führt. Personaldienstleister, die Automatisierung und künstliche Intelligenz einsetzen, **steigern die Wiedervermittlung um mehr als 50%**.

Bullhorn data, 2023

INSIDER-TIPP:

Setzen Sie einen systematischen Ansatz auf, um das erwartete Ergebnis zu messen. Passen Sie dann an. **Ihr Team muss diesen Prozess komplett verinnerlichen.**

**Keith Weightman, Regional Vice President,
National Accounts, Bullhorn**



Wichtige Schritte in Phase 5	Tipp
Analysieren Sie Ihre besten Prospects und Kunden	Finden Sie mit Analysetools heraus, bei welchen Kunden der ROI (Return on Invest) am höchsten ist. Nutzen Sie die Erkenntnisse, um den Prozess und Ihre Strategie anzupassen.
Verfeinern Sie Ihre Engagement-Strategie	Stellen Sie Ihre Engagement-Strategie auf den Prüfstand: Was funktioniert, was nicht? Nutzen Sie dieses Wissen für künftige Aktionen und teilen Sie es mit Ihrem Team, um optimale Ergebnisse zu erzielen.
Aktualisieren Sie Ihre Target Lists und Segmentierungen	Erstellen Sie Zielkundenlisten auf der Grundlage früherer Phasen und der Erkenntnisse aus der Analyse. Nutzen Sie Technologien für die Segmentierung, Priorisierung und den personalisierten Outreach mit generativer KI und Automatisierung.
Wiederholen Sie Phase 2 oder 3	Wenden Sie die Schritte aus Phase 2 oder 3 erneut an, um Interessenten anzusprechen und neue Kundenaufträge zu generieren. Um regelmäßig Hebel für das weitere Wachstum oder Optimierungen zu finden, müssen Sie den kompletten Prozess regelmäßig analysieren und anpassen.

***Auf dem Weg zum Erfolg:** Die umsatzstärksten Kunden identifizieren, Kanäle und Prozesse zu etablieren, um diese dann zu skalieren. Verfeinern Sie Ihren Ansatz, indem Sie den Markt segmentieren, den Wettbewerb beobachten und ein tiefes Verständnis für Ihre Zielkunden gewinnen.*

Neukunden mit der Bullhorn Plattform noch smarter gewinnen:

- **Nutzen Sie KI:** für einen individuellen Outreach, die Segmentierung Ihrer Zielkunden und der Identifikation von Chancen.
- **Bullhorn Analytics:** Messen Sie den Erfolg Ihrer Kampagnen und verfeinern Sie Ihre Strategie.



Sind Sie bereit, Kunden zu gewinnen?

So bringen Sie Ihr Business Development auf ein neues Level und schaffen neue Möglichkeiten:

- **Erstellen Sie einen Plan.**
Schaffen Sie eine Grundlage für Ihren Erfolg, basierend auf Daten, Segmentierung und einem tiefen Verständnis Ihres Zielmarktes.
- **Kennen Sie Ihren Wer**
Zeigen Sie, warum Ihr Team der beste Partner für die Besetzung offener Stellen und großartiger Möglichkeiten ist.
- **Senden Sie personalisierte Kampagnen,**
basierend auf Ihrer Marktanalyse und der Kundensegmentierung.
- **Automatisieren Sie administrative Aufgaben,**
damit Sie sich auf den Aufbau und die Pflege persönlicher Beziehungen konzentrieren können und aus Leads Aufträge gewinnen.
- **Kontaktieren Sie Kunden, die bereits in Ihrer Datenbank sind.**
Diese Leads haben den höchsten Return on Investment (ROI) und sollten deshalb Ihre primäre Zielgruppe bei der Kundenakquise sein.
- **Nutzen Sie die Datenanalyse**
für Pipeline-Prognosen und Erkenntnisse, um Handlungen abzuleiten und für schnellere Prozesse zu sorgen.
- **Bleiben Sie mit Leads im Austausch, um neue Business-Potenziale zu erschließen.**
Arbeiten Sie weiter am Aufbau von Beziehungen zu neuen Leads, bestehenden und potenziellen Kunden, damit sich Ihre Pipeline kontinuierlich mit vielversprechenden Kundenaufträgen füllt.

Wir legen in diesem Jahr unseren Fokus auf die Automatisierung, um unserem Salesteam zu helfen, Interessenten zu erkennen und zu Kunden zu konvertieren. Dieses Tool werden wir auch in Nurture-Kampagnen einsetzen, um unsere Kunden stets auf dem Laufenden zu halten und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit und -bindung zu steigern.“

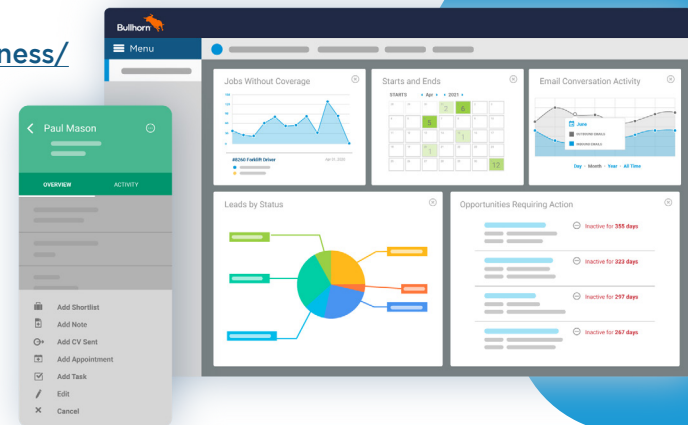
**Scott Fiore,
Präsident, TriStarr**



Über Bullhorn

Bullhorn ist der weltweit führende Anbieter von Software für die Staffing- und Recruitment-Branche. Mehr als 10.000 Unternehmen vertrauen auf Bullhorns cloudbasierte Plattform, um ihre Rekrutierungsprozesse von Anfang bis Ende zu optimieren. Bullhorn ist mit Niederlassungen auf der ganzen Welt vertreten und hat seinen Hauptsitz in Boston. Das Unternehmen wird vom Gründer Art Papas geleitet und beschäftigt weltweit über 1.500 Mitarbeiter:innen.

Weitere Informationen finden Sie unter bullhorn.com/de/win-new-business/ oder folgen Sie Bullhorn auf LinkedIn.



Sie möchten ebenfalls den smarten Weg zur Neukundengewinnung gehen?

Das Team von Bullhorn ist gern persönlich für Sie da.

Weitere Tipps für Ihr Business Development

Erfahren Sie hier, wie Sie Ihren Geschäftserfolg mit dem Einsatz moderner Technologien bis hin zum Training Ihres Teams ausbauen.

[Der smarte Weg zur Neukundengewinnung - Bullhorn DE](#)

Persönlicher Kontakt

Wir unterstützen Sie beim Einsatz der richtigen Technologie für Ihren Erfolg. Vereinbaren Sie jetzt Ihren [unverbindlichen Gesprächstermin](#).

