

Utiliza el coco y gánate el pan. eDarling y Laboris.net lanzan una nueva campaña cazatalentos

- Para conseguir un trabajo en eDarling, los concursantes deberán reírse de la propia marca.
- La idea reside en que si una persona puede demostrar su creatividad y su capacidad de autopromocionarse en internet, tendrá un talento natural para trabajar en una empresa que gasta hasta un 50% de su presupuesto anual en marketing online.

Para conseguir un trabajo en la vanguardista ciudad de Berlín, no tiene uno por qué hablar alemán ni entrar en el programa que la Canciller Merkel presentó el año pasado en su visita a España. Sólo se necesita talento creativo y poder de movilización.

Dos grandes empresas de internet, [eDarling](#) y [Laboris.net](#), han unido fuerzas para lanzar una campaña cazatalentos en las redes sociales. Bajo el lema "[Utiliza el coco y gánate el pan](#)", la originalidad de esta campaña está en que la marca eDarling no tiene miedo de reírse de sí misma. Por eso, pide a los internautas que presenten finales originales para la famosa frase de su anuncio "me registré en eDarling porque...". Tanta es la osadía que incluso sus propios trabajadores se han puesto a parodiar los anuncios de esta página de búsqueda de pareja por internet para promocionar la campaña.



"La idea surgió en las redes sociales directamente. Nos dimos cuenta de que la gente reaccionaba a nuestros anuncios, twitteando frases inventadas. Algunas eran divertidísimas y decidimos crear una campaña que premiara la creatividad", explica Arantxa Sánchez, directora de eDarling.



Leído en Twitter

Marta, abogada: "Me registré en eDarling porque busco un hombre con clase y seguro".
Niña, tú lo que buscas es un profesor de autoescuela.

Dada la alta cuota de paro juvenil en España, "colaborar con eDarling en esta campaña es la oportunidad de ayudar a alguien a encontrar un trabajo basado en la creatividad. Desde Laboris.net creemos que es importante utilizar métodos innovadores en la búsqueda de

empleo, y por ello apoyamos a eDarling en esta campaña", afirma Anna Maria González, directora de Laboris.net.

Otras empresas han vendido ya la idea del "trabajo de tus sueños" como Wimdu y Citroën. Éstos ofrecían trabajos como viajar todo un verano o conducir coches de alta gama durante un año. La diferencia con esta campaña está clara: el trabajo es una oportunidad laboral real.

El ganador asumirá el puesto de [Junior Community Manager y RRPP](#) para eDarling España y aprenderá una de las profesiones más demandadas a día de hoy.

La participación está abierta hasta el 8 de enero y el ganador se dará a conocer el 18 de febrero de 2012. Más información sobre la campaña aquí: www.edarling.es/utilizaelcoco

Sobre eDarling

eDarling, fundada en 2008 en Berlín, es uno de los portales líderes de Europa para la búsqueda de pareja estable en internet. Está presente en 11 países (España, Alemania, Austria, Suiza, Francia, Polonia, Holanda, Suecia, Italia, Turquía y Rusia) y cuenta con más de 8 millones de usuarios.

Su éxito se debe a la seriedad que eDarling ha conseguido transmitir (método científico, calidad de la atención al cliente, éxito certificado por el número de parejas que cuentan su historia de amor) frente a otros portales ya existentes en el mercado.

Más de 280 trabajadores gestionan los portales de eDarling desde su sede central en Berlín.

Sobre Laboris.net

Laboris.net es la 2ª bolsa de empleo más importante de España, con 1,5 millones de usuarios únicos al mes. Pertenece a Anuntis, la compañía online líder de España que gestiona 14 portales en los sectores más importantes: inmobiliaria, con fotocasa.es, motor, con coches.net y motos.net, empleo, con laboris.net y clasificados en general, con segundamano.es. Anuntis está participada en un 76% por el grupo de comunicación Schibsted y un 24% por los fundadores de Anuntis.

Atentamente,

Arantxa Sanchez

Directora eDarling España