

JAK NAPISAĆ DOBRE I SKUTE CZNE **OGŁOSZENIE REKRUTACYJNE**



KAŻDA REKRUTACJA ZACZYNA SIĘ OD OGŁOSZENIA O PRACĘ.

Masz wakat, opisujesz swoje potrzeby i to, co masz do zaoferowania. Zaczynasz poszukiwania idealnego kandydata. Publikujesz ogłoszenie na tablicy ogłoszeń i... Okazuje się, że Twoja oferta nie przyciąga uwagi kandydatów, na tyle na ile byś liczył. Warto się wtedy przyjrzeć ogłoszeniu – czy aby na pewno jest dobrze przygotowane?

Jak wiele innych aspektów naszego życia, również szukanie pracy, przeniosło się na łamy Internetu. „Pytamy” Internetu, za pośrednictwem różnych wyszukiwarek, praktycznie o wszystko – również o pracę. Ten ebook pomoże Ci w przygotowaniu ogłoszenia, które da się „znaleźć” na łamach internetowych tablic i wyszukiwarek z ofertami pracy.

Dzięki tej ściągawce będziesz wiedział, jak przygotować poszczególne elementy ogłoszenia o pracę, aby dało się ono wyszukać i zainteresowało kandydata.



STANOWISKO – CZYLI DOBRY TYTUŁ OGŁOSZENIA

Jeśli chcesz, aby ludzie znaleźli Twoją ofertę pracy, musisz się upewnić, że masz to, czego rzeczywiście szukają.

Pracodawcy coraz częściej starają się, aby ich ogłoszenia były unikalne, jedyne w swoim rodzaju, oryginalne. Używają w tym celu zabawnych nazw czy opisów zamiast konkretnych tytułów stanowisk. Warto jednak wtedy zadać sobie pytanie, ile osób będzie rzeczywiście szukało pracy pod hasłem wojownik czy superbohater?



2.

abc

UŻYWAJ SŁÓW KLUCZOWYCH I SYNONIMÓW NAZWY STANOWISKA W TREŚCI

Zadaj sobie pytanie, jak sam byś szukał tego typu pracy czy stanowiska.

Sprawdź, jakich słów w swoich ogłoszeniach używają inni pracodawcy. Używaj synonimów i trafnych, konkretnych opisów. Specjalista do spraw eksportu, w treści ogłoszenia może być pracownikiem działu sprzedaży międzynarodowej. Pamiętaj, że dla niektórych stanowisk przyjęto używać zarówno nazw polskich, jak i angielskich – kierownik może być menedżerem, a nawet manager'em! Słowa kluczowe, po których z największym prawdopodobieństwem będzie szukał danej pracy kandydat powinny stanowić około 2% całej treści ogłoszenia. Wkomponowanie ich w ogłoszenie pozwala na lepsze pozycjonowanie oferty w wynikach wyszukiwania, na stronach z ogłoszeniami o pracę.

LOKALIZACJA – CZYLI MIEJSCE WYKONYWANIA PRACY

Możesz mieć najlepszą ofertę pracy na świecie. I może się jednocześnie okazać, że idealny kandydat nie będzie nią zainteresowany już na poziomie ogłoszenia. Być może tylko dlatego, że nie wie, gdzie znajduje się firma, miejsce pracy. Dodatkowo brak tej informacji spowoduje, że kandydat nawet nie zobaczy Twojego ogłoszenia na liście, jeśli zawęży wyniki wyszukiwania na stronie filtrami lokalizacji, do konkretnego województwa lub miasta. Kandydaci bardzo często sprawdzają czas dojazdu do pracy z miejsca zamieszkania, zanim zaaplikują. W miarę możliwości zawsze podaj kraj, region i miasto; jeśli jest taka możliwość zaznacz w ogłoszeniu możliwość pracy zdalnej. W przypadku pracy za granicą lub zdalnej dodaj tę informację dodatkowo w tytule ogłoszenia, obok stanowiska.

3.



4.



WYPEŁNIJ OPCJONALNE POLA

Jeśli wpisujesz treść ogłoszenia w gotowy formularz, wypełnij pola, które są tam jedynie opcjonalne. Szczególnie te, które na większości tablic z ogłoszeniami pojawiają się w opcji filtrów, po których kandydat może zawęzić swoje wyniki.

Dla przykładu, informacja o zarobkach zwiększa dwukrotnie zainteresowanie ofertą. Innymi słowy masz szansę, aby Twoje ogłoszenie o pracę przeczytało dwa razy więcej kandydatów niż analogiczne, bez podanej informacji o zarobkach.

Nawet jeśli publikujesz ogłoszenie tylko na jednej tablicy ogłoszeń, zapoznaj się z filtrami jakie oferują inne. Im więcej informacji dodatkowych (jak rodzaj umowy, wielkość etatu) zawierać będzie twoje ogłoszenie, tym większe prawdopodobieństwo jego wyświetlenia w przypadku re-publikacji przez inne serwisy i użycia filtrów.

OPUBLIKUJ SWOJE OGŁOSZENIE W ODPOWIEDNIM MIEJSCU

Jeśli zamierzasz publikować oferty o pracę poza firmową stroną lub swoim serwisem, powinieneś zdecydowanie postawić na dywersyfikację kanałów pozyskiwania ruchu.

W zależności od ilości wakatów, jakie masz do obsadzenia i tego czy reprezentujesz pracodawcę czy agencję rekrutacyjną możesz wybrać miejsce, które sprawdzi się najlepiej. Powinieneś też mieć świadomość, że ogłoszenia opublikowane w jednym miejscu mogą być re-publikowane w innych. Może to wynikać ze współpracy między serwisami lub chęci dodania przez niektóre z nich ciekawych treści dla swoich użytkowników. Traktuj każde darmowe źródło ruchu na twoje ogłoszenia jako plus! To zawsze dodatkowa możliwość dotarcia do kandydatów.

Zapoznaj się ofertami agencji rekrutacyjnych, tablic i agregatorów, takich jak **Adzuna**. Nie bój się próbować nowych sposobów na dotarcie do kandydatów, odpowiednio przygotuj swoje ogłoszenia, aby uwzględnić różne wyszukiwarki i tablice. Zanim opublikujesz gdzieś ogłoszenie nie bój się pytać o pomoc specjalistów z danego serwisu, pytaj gdzie jeszcze może pojawiać się ogłoszenie i jak to się przekłada na korzyści dla Ciebie.

5.



PAMIĘTAJ TEŻ, ABY REGULARNIE SPRAWDZAĆ SKUTECZNOŚĆ SWOICH DZIAŁAŃ

Szczególnie poprzez mierzenie ilości i jakości napływających z danych kanałów marketingowych aplikacji. Użyj tych danych przy kolejnych rekrutacjach.

Wykorzystuj możliwości darmowych narzędzi do analizy danych jak Google Analytics do mierzenia konwersji (ilości aplikacji) oraz usług firm jak **Elevato**, które pomogą prześledzić drogę kandydata od ogłoszenia do zatrudnienia pracownika marzeń!

6.



W razie pytań napisz do nas: www.adzuna.pl