



**Jak tworzyć dobre
ogłoszenia o pracę**

?

Spis treści

- 1. Wprowadzenie - strona 3*
- 2. Zawartość ogłoszenia - strona 4*
- 3. Forma - strona 15*
- 4. Ogłoszenie dla programisty - strona 19*
- 5. Dobre praktyki w tworzeniu ogłoszeń - strona 22*

WPROWADZENIE

Ogłoszenia to wciąż jedna z głównych i najbardziej popularnych metod pozyskiwania kandydatów. Zdarza się jednak, że mimo wielu odsłon danej oferty pracy liczba wpływających aplikacji okazuje się niewielka i nie jest dla rekrutera satysfakcjonująca. Czasem nawet drobne szczegóły wpływają na zainteresowanie ogłoszeniem, a w konsekwencji - liczbę złożonych aplikacji, ich jakość oraz czas zakończenia rekrutacji. Dlatego warto poświęcić chwilę na zastanowienie się, co zrobić, aby tworzone przez nas ogłoszenia przynosiły jak najlepsze efekty w postaci zapewnienia wakatów odpowiednimi kandydatami.

W niniejszej publikacji znajdziesz kilka pomocnych wskazówek na temat tego, co zrobić, aby podwyższyć jakość swoich ogłoszeń i przyciągnąć uwagę kandydatów - m.in. jak dopasować jego wygląd i treść do grupy odbiorców, na czym się skupić i czego unikać.

2. ZAWARTOŚĆ OGŁOSZENIA

Treść ogłoszenia jest jednym z jego kluczowych elementów - w dużej mierze to od niej zależy, czy kandydat zwróci na nie uwagę. Pracodawcom zdarza się w swoich ogłoszeniach stosować zasadę „kopiuj-wklej”, korzystając z tego samego szablonu. Warto jednak zwrócić szczególną uwagę na elementy umieszczane w ogłoszeniu, ponieważ nawet drobne zmiany w treści mogą mieć znaczący wpływ na jego odbiór.

Osoby przeglądające ogłoszenia szukają konkretnych informacji, które pozwolą im na podjęcie decyzji, czy są zainteresowani daną ofertą, co w konsekwencji przekłada się na kliknięcia w przycisk „Aplikuj” na ogłoszeniu. Jak pokazuje badanie zrealizowane na zlecenie GoldenLine („Oczekiwanie wobec ofert pracy”), do informacji, których najbardziej brakuje kandydatom w ogłoszeniach o pracę, należą przede wszystkim dane o wynagrodzeniu, dniach i godzinach pracy oraz zakresie obowiązków.

Elementy, których najbardziej brakuje poszukującym pracy w ogłoszeniach:



Jakie informacje zawrzeć w ogłoszeniu?

Zanim przystąpisz do stworzenia ogłoszenia, warto pamiętać o 3 zasadach, które mogą mieć wpływ na powodzenie twojej rekrutacji.

I. Dopasowanie oferty do grupy odbiorców

Przed wszystkim dobrze jest podejść do ogłoszenia jak do narzędzia marketingowego. W tym celu warto wczuć się w rolę osoby z naszej grupy docelowej, która natrafi na nasze ogłoszenie i je przeczyta.

Aby jak najlepiej zrozumieć kandydata i dopasować do niego ogłoszenie, stwórz personę. Będzie ona reprezentować grupę odbiorców twojej oferty. W tym celu odpowiedz sobie na kilka pytań dotyczących potencjalnego kandydata na wolne stanowisko:

- *ile ma lat?*
- *gdzie mieszka?*
- *jakie są jego umiejętności?*
- *jaką ma osobowość?*
- *jakie są jego aspiracje?*
- *w jakiej sytuacji zawodowej aktualnie się znajduje?*
- *czym się interesuje?*



Po stworzeniu persony warto dobrze jej się przyjrzeć i dopasować do niej całą komunikację rekrutacyjną, zaczynając od ogłoszenia.

Wskazówki

1. Dostosuj język, komunikaty i słowa kluczowe do grupy odbiorców. Np. w przypadku ogłoszenia tworzonego dla branży IT użyj terminów branżowych.

NASZ TY CZŁOWIEK, JEŚLI:

- NIENAWIDZISZ ODTWARZAĆ, BO **JESTEŚ PO TO BY TWORZYĆ**
- SŁOWO „CZCIONKA” PRZYPRAWIA CIĘ O NIEPRZYJEMNE DRESZCZE
- WIESZ, ŻE GRADIENTY WYSZŁY JUŻ Z MODY
- BRIEF „ZRÓB TAK, ŻEBY BYŁO ŁADNIE” ODRZUCASZ POPRZECZ KLAUZULĘ SUMIENIA

Fragment ogłoszenia Pracowni EB GoldenLine na stanowisko grafika

2. Warto również odpowiedzieć sobie na pytanie: jakie minimum cech powinna posiadać osoba, która będzie wystarczająco dobra na tym stanowisku?

3. Zastanów się, czy sam zaaplikowałbyś na ogłoszenia, które tworzysz. To dobry moment na zastanowienie, czy rzeczywiście ogłoszenie, które zamierzasz właśnie przygotować, przyciągnie uwagę kandydata z interesującej nas grupy docelowej i zachęci go do aplikowania.

II. Niepowielanie schematów

Często ogłoszeniodawcy nie zdają sobie sprawy z tego, że istnieje wiele z utartych sformułowań, które powtarzają się w niemal każdym ogłoszeniu. Powielanie ich sprawia, że stają się podobne do pozostałych ogłoszeń, przez co pracodawcy trudniej jest się wyróżnić. Żeby sprawdzić, ile takich sformułowań powtarza się w ofertach pracy, przejrzelśmy 200 ogłoszeń zamieszczonych na wybranych portalach pracy.

W branży sprzedaż na 100 ogłoszeń powtórzyły się następujące określenia:

Atrakcyjne wynagrodzenie - 54 razy

Stabilna praca - 37 razy

Możliwość rozwoju - 28 razy

Ciekawa praca - 11 razy

Konkretne wynagrodzenie zostało podane w 5 ofertach

W branży customer care na 100 ogłoszeń powtórzyły się następujące określenia:

Atrakcyjne wynagrodzenie - 34

Stabilne zatrudnienie - 32

Możliwość rozwoju zawodowego - 30

Dobra atmosfera - 12

Konkretne wynagrodzenie zostało podane w 8 ofertach

Wskazówki

- Zastanów się nad tym, co **unikalnego** ma do zaoferowania twoja firma; porozmawiaj z pracownikiem lub menedżerem działu, do którego rekrutujesz - podpowie, jakie ciekawe elementy codziennej pracy na danym stanowisku warto wyróżnić w ogłoszeniu.
- **Wyróżnij się w swoim stylu** - nawet dwie podobne firmy mają inną kulturę organizacyjną, której elementy warto wyeksponować w ofercie. Nawet jeśli wydaje ci się, że w twojej firmie nie ma nic niezwykłego, co mogłoby przyciągnąć kandydata, warto poszukać tego, co odróżnia ją od innych organizacji z twojej branży. W tym celu warto porozmawiać z pracownikami, którzy niedawno dołączyli do firmy i mają na nią świeże spojrzenie. Te osoby powiedzą nam, co im się w niej podoba.
- Warto skupić się na **rzetelnych informacjach**. Np. możliwość rozwoju to dość ogólne sformułowanie, które pojawia się w wielu ofertach i zbyt wiele kandydatowi nie mówi. Warto od razu, na etapie ogłoszenia, podać szczegóły - przykładowo opisać rzeczywiste szanse na rozwój, takie jak szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne, ścieżki rozwoju, ciekawe projekty lub kontakt z osobami, od których przyszły pracownik będzie mógł się wiele nauczyć.

III. Spójny wizerunek

Wzmianki na temat twojej firmy znajdują się w wielu miejscach - zarówno w internecie, jak i poza nim - m.in. na stronie firmowej, w katalogach pracodawców, ulotkach rozdawanych na targach pracy, na profilu firmy na GoldenLine czy na Facebooku. Warto zadbać o to, żeby informacje zawarte w ogłoszeniu były spójne z komunikatami publikowanymi w innych miejscach, dzięki czemu stworzą jednolity obraz firmy w oczach kandydata.

ELEMENTY OGŁOSZENIA

Spójrzmy teraz na poszczególne elementy ogłoszenia. Ważne jest, aby ogłoszenie było przejrzyste i podzielone na odpowiednie sekcje, co ułatwi kandydatowi szybkie znalezienie interesujących go informacji. Niektóre z sekcji można ze sobą łączyć, jeśli jest taka potrzeba, m.in. aby nie powielać niepotrzebnie tych samych informacji.

Nazwa stanowiska, czyli co będę robił w tej pracy

Nazwa stanowiska jest jedną z najbardziej istotnych części ogłoszenia. Najczęściej to właśnie po nazwie kandydat wyszukuje oferty pracy.

Zasady dotyczące nazwy stanowiska:

- jeśli istnieje obawa, że oficjalna nazwa stanowiska będzie dla kandydata niejasna lub niezrozumiała, w ogłoszeniu można zastąpić ją bardziej przystępnym nazewnictwem, jednak oddającym w pełni charakter stanowiska (np. "Specjalista ds. obsługi klienta" zamiast "Customer service specialist")
- zadbajmy o to, aby nazwa jak najjaśniej sugerowała kandydatowi, z jakim stanowiskiem ma do czynienia; raczej unikajmy zbyt długich, skomplikowanych nazw stanowisk, które mogą odstraszyć kandydatów

Lokalizacja - gdzie szukać firmy

Równie ważnym elementem ogłoszenia jest nazwa miasta, którego dotyczy ogłoszenie. Pamiętaj, aby w ofercie podać lokalizację docelowego miejsca pracy, a nie centrali firmy. Może to zmylić pracowników, którzy nie są gotowi na relokację.

Opis firmy

Nie jest to sekcja obowiązkowa, ale warto dodać elementy obrazujące kandydatowi, jakie wartości wyznaje firma i pokazać jej kulturę organizacyjną, aby już na początku zapoznać go z firmą.

Pamiętajmy, aby w tej sekcji umieścić informacje istotne z punktu widzenia kandydata - niekoniecznie musi interesować go cała historia firmy, jednak warto zawrzeć np. branżę, w której działa czy wyznawane wartości. Warto dodać zdjęcia lub filmy, które pokażą firmę "od kuchni" i załączyć wtyczki do profili firmy w social mediach oraz Profilu Pracodawcy firmy na GoldenLine. Kandydaci chcą dotknąć atmosfery firmy i zobaczyć, jak jest w środku - dlatego dobrym rozwiązaniem może być zamieszczenie w ogłoszeniu zdjęć zespołu czy biura.

Główne zadania, czyli czym się będę zajmował

Kolejną częścią oferty pracy jest zakres obowiązków - według badania GoldenLine „Oczekiwania wobec ofert pracy” to trzeci element, którego najczęściej brakuje kandydatom w ofertach pracy, więc warto poświęcić uwagę na dobre opisanie zakresu zadań na danym stanowisku - zamiast zwyczajowej nazwy „obowiązki” lepiej użyć określenia „zadania”, „główne zadania” czy „wyzwania”. Zakres zadań jest przygotowywany na podstawie opisu stanowiska. W tej sekcji znajdują się informacje o tym, jakie zadania obejmuje praca na danym stanowisku i jakie czynności są do niego przypisane. O zakres obowiązków można zapytać osób, które pracują na równoległym stanowisku. Niekiedy warto zawrzeć w ogłoszeniu wagę poszczególnych zadań.

Wymagania - co muszę umieć, żeby dostać tę pracę

Wymagania obejmują warunki, które musi spełniać kandydat, aby dostać pracę na danym stanowisku. Najczęściej zawierają:

- doświadczenie zdobyte na tym stanowisku, wyrażone w latach
- ukończone kursy
- znajomość danej metodologii
- poziom znajomości języków obcych
- wymagane cechy
- posiadanie prawa jazdy
- preferowany ukończony kierunek studiów

Wskazówki

- *wymagania opiszmy zwięźle i konkretnie, najlepiej wymieniając je w podpunktach*
- *dobrze jest podzielić wymagania na konieczne i mile widziane, z czego konieczne powinny być wymienione na początku*
- *liczba punktów nie powinna przekraczać 7 lub liczby elementów wymienionych w sekcji „oferujemy”*
- *wymagania powinny być adekwatne do rzeczywistości - zastanówmy się, czy nie są na wyrost. Czy kandydat na pewno będzie posługiwał się w pracy angielskim?*

- *jeśli stanowisko wymaga umiejętności miękkich, zawrzyjmy je w ogłoszeniu, jednak pamiętajmy, że nie powinny przeważać*
- *unikajmy wpisywania elementów, które niepotrzebnie zajmują miejsce - podobnych do siebie, powtarzających się*
- *w przypadku technicznych stanowisk, np. w branży IT, dodajmy umiejętności twarde - najlepiej jako osobną sekcję, aby były widoczne*
- *w przypadku stanowisk technicznych, warto podać również typy projektów, których dotyczy oferta*

Oferujemy - kandydacie, co przekona cię do pracy u nas?

W sekcji „oferujemy” również zadbajmy o konkretne informacje. Powinny znaleźć się tam m.in. benefity czy forma zatrudnienia:

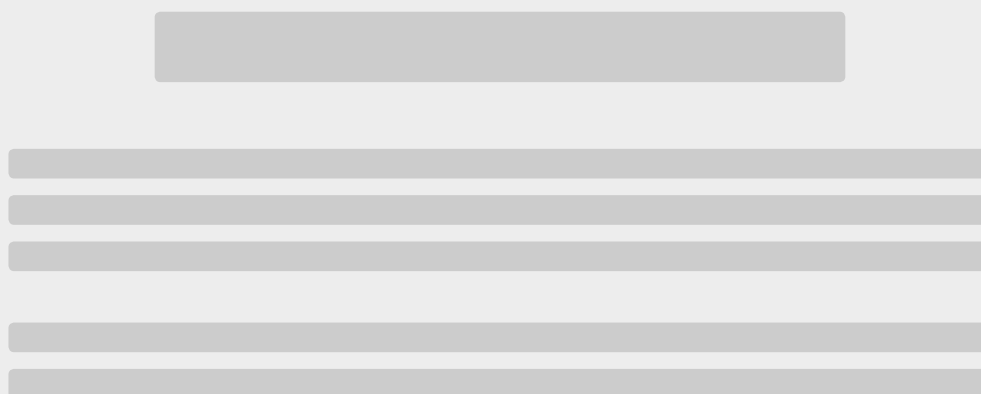
- sekcja „oferujemy” nie powinna być o wiele krótsza, niż „zadania” i „wymagania”
- nie umieszczajmy w tej sekcji narzędzi niezbędnych do pracy - telefon i laptop służbowy to nie benefit, ale narzędzie pracy. Jest to ważny element ogłoszenia, jednak warto wymienić je w osobnej sekcji, zatytułowanej np. „narzędzia pracy”
- opiszmy konkretne benefity, a nie ogólności; zamiast np. „atrakcyjny system benefitów” warto opisać, co rzeczywiście zawiera. Miła atmosfera jest dosyć ogólnym stwierdzeniem - może zamiast tego warto napisać, że oferujemy spotkania integracyjne, a pracownicy wychodzą razem po pracy?

- w tym miejscu możemy napisać o wszelkich udogodnieniach dla pracownika, takich jak możliwość pracy zdalnej
- starajmy się unikać koloryzowania - nie piszmy o możliwościach rozwoju, jeśli struktura w firmie jest płaska lub szanse na awans nikłe
- jeśli jest to możliwe, podajmy przewidywane wynagrodzenie lub widełki płacowe; unikniemy sytuacji, kiedy kandydat zrezygnuje na ostatnim etapie, kiedy okaże się, że wynagrodzenie nie spełnia jego oczekiwań.

CTA: Aplikuj!

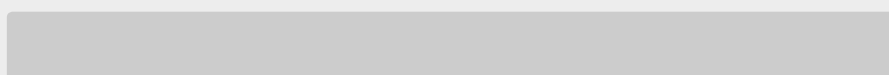
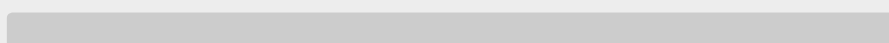
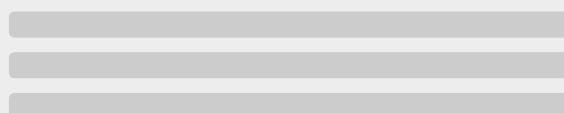
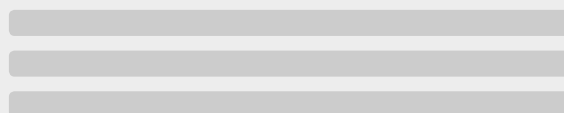
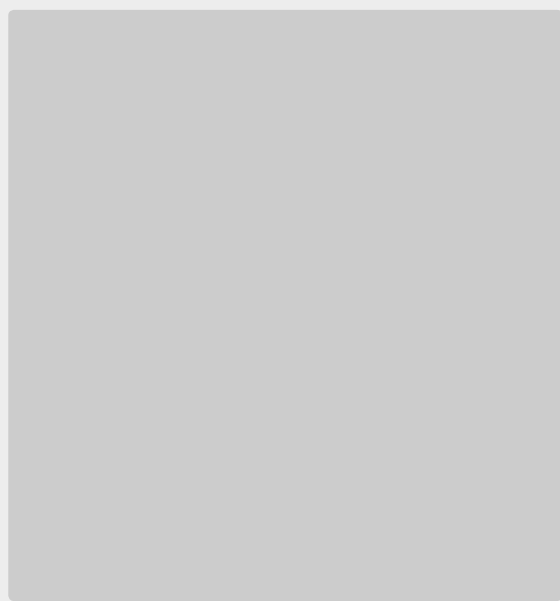
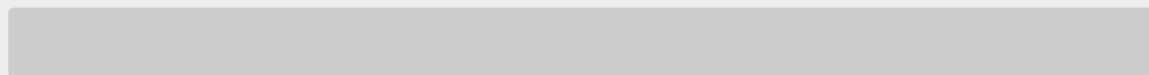
Tzw. call to action, czyli zachęta do działania (w przypadku ogłoszeń - do aplikowania) musi znajdować się w odpowiednim miejscu, aby została zauważona. Najczęściej można go spotkać w formie przycisku „Aplikuj”, który powinien być widoczny i wyróżniać się spośród tekstu i szaty graficznej ogłoszenia. Zazwyczaj znajduje się w jego dolnej części, ale można go zamieścić również z boku lub u góry, ewentualnie powtarzając zachętę do złożenia aplikacji w jego dolnej części.

Dobre umiejscowienie CTA

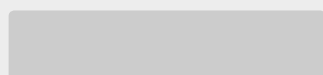


Aplikuj

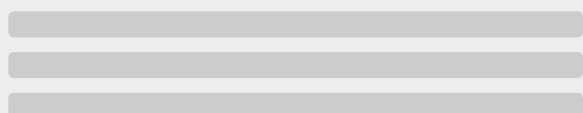
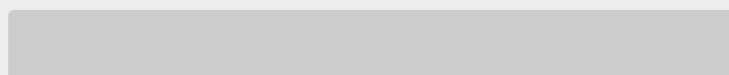
Złe umiejscowienie CTA



Rozpraszacz



Aplikuj



3. FORMA

Przygotowując ogłoszenie, warto zwrócić uwagę nie tylko na treść, ale i na szatę graficzną. Najczęściej jest to pierwsze, co przyciąga uwagę w ogłoszeniu.

Szata graficzna ogłoszenia powinna:

- być estetyczna
- uwzględniać podział na sekcje, dzięki czemu ogłoszenie będzie czytelne
- uwzględniać identyfikację wizualną marki (jeśli mówimy o ogłoszeniu wizerunkowym)

Ważne

Pamiętajmy, aby dostosować szatę graficzną do grupy docelowej. Przede wszystkim powinna być dopasowana do branży i kultury organizacyjnej firmy. Jeśli jest marką typowo korporacyjną, ogłoszenie powinno to komunikować za pośrednictwem kolorystyki i zastosowanych w nim zdjęć. W tym przypadku lepiej sprawdzi się np. osoba w garniturze niż chłopak w trampkach. Kreowanie w ogłoszeniu wizerunku firmy, który nie pokrywa się z rzeczywistością, nie przyniesie efektu - w trakcie rozmowy kandydat wyczuje niezgodność.

W przypadku kreatywnych stanowisk, takich jak grafik, szata graficzna może, a często nawet powinna być bardziej oryginalna i wyróżniać się spośród innych ogłoszeń. Specyfika stanowiska sprawia, że nie będą tu razić bardziej żywe kolory czy wykorzystanie niestandardowych kreacji. Dlatego zadbajmy o odpowiedni design.



#MAKE
MY LOGO
BIGGER

*Fragment ogłoszenia Pracowni EB GoldenLine
na stanowisko grafika*

Dodatkowe elementy ogłoszenia

Ogłoszenie to nie tylko treść, wymagania i obowiązki. Często jest to pierwszy kontakt kandydata z firmą, dlatego dobrym rozwiązaniem może być zapoznanie go z organizacją już w tym momencie. Warto ułatwić to kandydatowi, zamieszczając w ogłoszeniu odnośniki do miejsc, w których będzie mógł znaleźć więcej informacji o firmie.

Żeby zaznajomić kandydata z firmą, zamieść w ogłoszeniu:

- link do strony firmowej
- link do Zakładki Kariera, jeśli firma ją posiada
- informację o firmowych kanałach social media
- wideo prezentujące biuro, pracowników lub kulturę organizacyjną

Wskazówka

Dobrze, aby ogłoszenie umożliwiło zapoznanie kandydata z firmą, jej kulturą i tym, jak wygląda miejsce pracy. Dzięki temu może zdecydować, czy firma pasuje do jego wyobrażeń o idealnym dla niego miejscu pracy. Większa wiedza na temat firmy na początkowych etapach rekrutacji może pomóc zaoszczędzić czas obydwu stronom i zmniejszyć prawdopodobieństwo tego, że kandydat zrezygnuje na jej kolejnych etapach - np. część kandydatów lubi pracować na tzw. open space, ale dla niektórych będzie to powód do odrzucenia oferty pracy.

Znaczenie marki

Nie da się ukryć, że marka może wpływać na odbiór ogłoszenia. Znane i duże marki są rozpoznawalne, dlatego w pierwszej chwili mogą być bardziej przekonujące dla aspirujących kandydatów. Jednak nie oznacza to, że mniejsze lub mniej znane na rynku pracy firmy są skazane na długie i żmudne rekrutacje - odpowiednie zaprezentowanie zalet marki i potraktowanie ogłoszenia jako narzędzia marketingowego może przyczynić się do sukcesu rekrutacyjnego.

Wskazówka

Jeśli twoje ogłoszenie będzie zawierało zdjęcia lub elementy graficzne, lepiej sprawdzi się w nich czynnik ludzki niż np. fabryka.

Co dalej?

Po stworzeniu i opublikowaniu ogłoszenia warto zastanowić się, jak zoptymalizować dotarcie do interesujących nas grup.

W tym celu udostępniliśmy naszym Klientom szybkie i łatwe udostępnianie ogłoszeń na Facebooku. Za pośrednictwem swojego prywatnego konta rekruter korzystający z Panelu Klienta może zamieścić ogłoszenie na swojej tablicy, na tablicy znajomych lub w dowolnej grupie tematycznej, docierając w ten sposób do wybranej grupy docelowej.

4. OGŁOSZENIE DLA PROGRAMISTY

Na obecnym rynku kandydata zrekrutowanie programisty nierzadko pozostaje wyzwaniem. Tworząc ogłoszenie, warto więc zwrócić szczególną uwagę na jego zawartość. Poniżej znajdziesz kilka wskazówek, przygotowanych na podstawie zrealizowanych przez nas analiz, które mogą być pomocne podczas tworzenia ogłoszenia skierowanego do branży IT.

1. **Ogłoszenie nie może być za długie** – powinno zmieścić się maksymalnie w 1600 znakach bez spacji
2. **Opis firmy:**
 - Powinien być raczej krótki, ale „chwytliwy” – dla IT bardzo liczy się marka i jej opinia na rynku, przy czym dużym plusem jest przykuwający uwagę opis
 - Unikajmy zwrotów typu „w związku z dynamicznym rozwojem...” (zdecydowanie lepiej jest wspomnieć, że np. powstaje nowy ciekawy projekt, do którego poszukuje się ludzi ambitnych i kreatywnych, którego warto być częścią)
3. **Sekcja „Opis stanowiska”:**
 - Powinna zawierać jak najdokładniejszy opis wykonywanych funkcji np. „projektowanie i tworzenie aplikacji internetowych z wykorzystaniem języka PHP” przy czym obowiązuje **zasada ‘ogłoszenie na piątkę’ (nie więcej niż 5 punktów)**
 - Opis stanowiska powinien zawierać konkretne zadania, a nie potrzebne umiejętności (te powinny znaleźć się w kolejnej sekcji)
4. **Sekcja „Wymagania”:**
 - Musi zawierać tylko kluczowe umiejętności – optymalnie 5 punktów, jeżeli chodzi o kompetencje twarde (języki programowania/konkretne umiejętności) – ich nadmiar nie tylko odstrasza od ogłoszenia, ale i może sugerować niekompetencję osoby rekrutującej, która w oczach kandydata „sama nie wie, kogo szuka”

- Coraz częściej istotne jest podanie kompetencji miękkich, z tym, że proporcja liczby punktów z umiejętnościami twardymi do liczby punktów z miękkimi powinna wynosić 2:1 (wymienienie kompetencji miękkich jest ważne, ponieważ dzięki nim kandydat może lepiej utożsamić się z poszukiwaną osobą)

5. Sekcja „Oferujemy”:

- Powinna zawierać wysokość wynagrodzenia lub widełki płacowe
- Powinna się znaleźć w każdym ogłoszeniu i zawierać konkretne informacje,
- Powinny być w niej wypisane wszystkie konkretne benefity, z tym, że np. zamiast ogólników „szerokie możliwości rozwoju, szkolenia”, lepiej podać informację o istnieniu indywidualnego budżetu na konferencje IT, lekcje językowe
- Powinna zawierać informację o atmosferze w pracy – dodając również przykłady dodatkowych aktywności (relax roomy, wyjazdy integracyjne itd.)

Wskazówka

- *Lepszym rozwiązaniem jest ukrycie pod przyciskiem „Aplikuj” maila do rekrutera niż korzystanie z ATS – programiści nie będą wypełniać skomplikowanych formularzy, a tym bardziej wyszukiwać danego ogłoszenia na stronie (stąd duża liczba klików w aplikuj w wielu przypadkach przekłada się na niewielką liczbę faktycznych aplikacji);*
- *Większe znaczenie ma treść ogłoszenia niż szata graficzna*

- *Tworząc szatę graficzną należy zwrócić uwagę, żeby nie było w niej „przerostu formy nad treścią”, ma przykuwać uwagę, a nie przytłaczać*
- *Jeżeli nazwa stanowiska zawiera dwa języki programowania jednocześnie, lepiej zmienić ją tak, aby zawierała jeden*

5. DOBRE PRAKTYKI W TWORZENIU OGŁOSZEŃ

Na kolejnych stronach prezentujemy przykłady ciekawych i przyciągających uwagę ofert pracy, które pod wieloma względami warto postawić sobie za przykład.




**Dołącz do nas!
Pracuj w sprzedaży.**

Przywództwo masz we krwi, a Twoim żywiołem jest sprzedaż?
**Dołącz do programu Sales&Operations Trainee
dla przyszłych Menadżerów Sprzedaży.**

Przebieg programu:



Intensywne **szkolenie wstępne**, które pomoże Ci poznać firmę

Praca jako **Przedstawiciel Handlowy lub Doradca Klienta** w jednej z naszych jednostek biznesowych

Dynamiczne przejście przez kolejne szczeble kariery

Dla najlepszych **stanowisko Kierownika Sprzedaży**

Dołącz do nas, jeśli:

- jesteś studentem ostatnich lat studiów lub ukończyłeś studia maksymalnie 2 lata temu
- posiadasz już pierwsze doświadczenia zawodowe w sprzedaży
- jesteś zdeterminowany i zawsze dążysz do realizacji wyznaczonych celów
- możesz podjąć pracę na cały etat
- jesteś gotowy na częste podróże służbowe i zmianę miejsca zamieszkania
- posiadasz prawo jazdy kat. B

Czeka na Ciebie:

- dynamiczny rozwój w pionie sprzedaży w jednej z największych firm w kraju
- ambitne zadania i cele już na samym początku kariery zawodowej
- wsparcie doświadczonego mentora wywodzącego się z kadry menadżerskiej firmy
- atrakcyjne wynagrodzenie w oparciu o umowę o pracę oraz premię za osiągnięte wyniki
- szkolenia doskonalące umiejętności twarde i miękkie
- narzędzia pracy: samochód, laptop, telefon komórkowy
- benefity: opieka medyczna, ubezpieczenia na życie, karty sportowe w atrakcyjnych stawkach cenowych

APLIKUJ



Chcesz wiedzieć więcej?
Sprawdź co o programie mówią jego uczestnicy:
www.soters.wordpress.com

www.kariera.eurocash.pl

Ogłoszenie Eurocash. Wyróżnia je przede wszystkim klarownie opisana ścieżka rozwoju, jasno określone oczekiwania i to, co firma ma do zaoferowania, a także zdjęcie obecnych pracowników na tle firmy.

dobrze podane, smakuje lepiej



Orange Polska to przestrzeń dla ciekawych ludzi, którzy potrafią dzielić swoją pasję z zaangażowaniem w pracy. To, że nasi pracownicy to osoby aktywne, realizujące się na wielu polach – podróżnicy, odkrywcy, ludzie, którzy rozwijają swoje talenty plastyczne czy muzyczne – jest dla nas tak samo ważne jak to, że mają otwarte umysły - patrzą na zadania i problemy z więcej niż jednej perspektywy. To dzięki wiecznie ciekawym, Orange każdego dnia tworzy cyfrowy świat dla swoich klientów, czyniąc go nowoczesnym i innowacyjnym, a wciąż interesującym i dostępnym dla każdego. Jeśli interesuje Cię rozwój osobisty i zawodowy... i masz pasję, **dołącz do zespołu Orange.**

Specjalista ds. sprzedaży w Salonie firmowym Orange – umowa na czas określony w celu zastępstwa pracownika

Orange Polska S.A.; Otwock

jestem osobą otwartą i gotową na:

- sprzedaż i promowanie oferty Orange w Salonie Sprzedaży
- budowanie i utrzymywanie długotrwałych relacji z klientami
- obsługę klientów zgodnie ze standardami Orange
- stałe uaktualnianie wiedzy o ofertach Orange oraz rynku telekomunikacyjnym

oprócz zapału wyróżnia mnie:

- umiejętność słuchania i reagowania na potrzeby klientów
- gotowość do bycia doradcą i opiekunem klientów
- zainteresowanie nowymi technologiami
- pasja i dynamizm w realizacji zadań
- dbałość o satysfakcję klientów
- skuteczność w działaniu
- doświadczenie w sprzedaży i obsłudze klientów

od przyszłego pracodawcy oczekuję:

- szkoleń sprzedażowych i produktowych
- rozwoju zawodowego
- prywatnej opieki medycznej, dostępu do obiektów sportowych
- premii uzależnionej od wyników pracy

Zobacz jak wygląda **typowy dzień pracy** w naszym nowoczesnym Salonie Orange - Smart Store

[aplikuj](#)

Ogłoszenie Orange. Jego zaletą są wyszczególnione sekcje, jasno określony rodzaj umowy już w nazwie stanowiska, a także załączenie linku, który umożliwia kandydatom sprawdzenie, jak wygląda codzienna praca na tym stanowisku.

Bank Zachodni WBK

Grupa Santander



Potrafiłś jednocześnie robić notatki, słuchać muzyki, oglądać telewizję, rozmawiać ze znajomymi np. na Facebooku i przeglądać wiadomości? A do tego jesteś kimś, kto zorganizował niejedno wydarzenie lub konferencję?

Wyobraź sobie bank, do którego możesz przyjść, usiąść sobie na kanapie, napić się kawy, popracować, spotkać się ze znajomymi lub współpracownikami, a wieczorem posłuchać wykładu o włoskiej kuchni, francuskiej komedii dell'Arte czy prawie leasingowym. Do tego poznać znane osoby. Już wkrótce otwieramy właśnie takie miejsce i szukamy do niego pracownika – Człowieka Orkiestry

Idealnie pasujesz do naszego nowego typu placówki relacyjnej.

{ Człowiek Orkiestra

Miasto: Warszawa

Twoje zadania:

- inspirowanie klientów odwiedzających placówkę,
- organizacja i prowadzenie różnorodnych eventów, imprez i wydarzeń w placówce,
- promowanie wydarzeń w mediach społecznościowych (np. wysyłając zaproszenie wszystkim znajomym),
- planowanie wieczoru - tworzenie nowych propozycji wydarzeń, które mogłyby być zrealizowane,
- budowanie przyjaznej atmosfery,
- służyć dobrym słowem i pomocną dłońią
- dbałość o prawidłowe funkcjonowanie miejsca,
- nadzór i opieka nad bieżącymi sprawami placówki,
- zarządzanie kalendarzem rezerwacji i wydarzeń.

Co Ci się przyda:

- wyższe wykształcenie,
- umiejętność swobodnej rozmowy w języku angielskim,
- umiejętność organizowania wszystkiego – od konferencji, przez warsztaty, po zwykające urodziny,
- zdolność dogadania się ze wszystkimi, nawet z dziećmi,
- odpowiedzialność i zaangażowanie we wszystko co robisz,
- dyspozycyjność w tzw. "nocy o północy", czyli również w soboty,
- pozytywna energia, którą obdzieliłś ze dwie zwykłe placówki banku,
- zdolności Social Media Ninja – im więcej do tej pory udało Ci się ogarnąć, tym lepiej.

Co oferujemy:

- organizowanie nietypowego miejsca na mapie Warszawy,
- spotkanie znanych osób,
- współpracę z kreatywnymi ludźmi o bogatych doświadczeniach, którzy opowiedzą Ci niejedną ciekawą historię,
- pracę w nowym miejscu, ale opartym o stabilną strukturę Banku Zachodniego WBK S.A.,
- dobre zdrowie i formę, czyli prywatną opiekę medyczną i kartę benefit system.

Podjmiesz wyzwanie i zostaniesz naszym pracownikiem?
Przejdź na stronę rekrutacyjną, klikając w poniższy przycisk:

Aplikuj teraz

Ogłoszenie Banku Zachodniego WBK. Wyróżnia je ciekawa nazwa stanowiska (w konwencji innych ogłoszeń tego pracodawcy, jak np. Dyrygent Placówki), jasno określone oczekiwania i sekcja "oferujemy".



Nasze marki

