

Metody autoprezentacji



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Proces rekrutacji jak proces sprzedaży

Rynek pracy jest rynkiem jak każdy inny, toteż obowiązują na nim podobne zasady, jak na innych rynkach. Działa prawo popytu i podaży, które określa działania dwóch grup graczy – sprzedających i kupujących. Z tą różnicą, że zarówno pracodawcy, jak i pracownicy są jednocześnie w roli sprzedających i kupujących. Proces rekrutacji można porównać do procesu sprzedaży, w którym każda ze stron ma do zaoferowania konkretne „produkty” i „korzyści”.

W tym ebooku pokażemy Ci, jak prezentować swoją ofertę, aby przekonać do siebie pracodawcę. Nie tylko dobrze przygotowana oferta, ale sposób, w jaki ją zaprezentujesz wpływa na Twoją skuteczność. Dzięki tej lekturze dowiesz się:

- ▶ Jak najskuteczniej dotrzeć do potencjalnego pracodawcy
- ▶ Jak „opakować” swoją ofertę
- ▶ Jaki wizerunek i prezentacja będą odpowiednie podczas bezpośredniego spotkania z pracodawcą

Przygotowanie oferty – rozpoczęcie procesu sprzedaży

Ze strony pracodawcy

Pracodawcy dokładnie przygotowują swoją ofertę, dbając o to, żeby była dobrze przemyślana i odpowiadała rzeczywistym potrzebom ze strony podmiotów odpowiadających na podaż, czyli menedżerów planujących powiększać swoje zespoły. Dlatego w przygotowanie oferty pracodawcy zaangażowane są specjalnie do tego powołane wewnętrzne działy lub specjalistyczne firmy zewnętrzne. Pracodawcy dbają, żeby ich oferta była odpowiednio sprecyzowana – w formie ogłoszenia bądź zlecenia do firmy rekrutującej.

Dodatkowo pracodawca przykładą coraz więcej wagi do tego, aby oferta ta była atrakcyjna, wizerunek firmy rozpoznawalny a proces starannie przygotowany – w końcu zależy im na dobrym dopasowaniu kandydata do kultury organizacyjnej danej firmy. Zrobią więc wszystko, aby w ramach dostępnych środków i zasobów zyskać jak największą pewność, co do słuszności wyboru.

Jak widać – obszar rekrutacji to prężna i rozbudowana gałąź w niejednej firmie.

Dobrze przygotowana oferta to taka, która będzie nie tylko atrakcyjna, ale czytelna dla odbiorcy (kandydata). Dlatego pracodawca, aby stworzyć wizerunek poważnego gracza na rynku i przyciągnąć tych kandydatów, którzy jak najpełniej mogą odpowiedzieć na jego oczekiwania, dba o jakość swojej oferty. I tak, dobrze skonstruowane ogłoszenie będzie zawierało oczekiwania co do wiedzy, doświadczenia, umiejętności i cech kandydata. Wszystko po to, żeby zachęcić kandydata, a ten na tak przygotowaną ofertę powinien odpowiedzieć w równie atrakcyjny sposób.

Pracodawca sprzedaje swoją markę, prestiż, wizerunek i możliwość zatrudnienia. Ty – kwalifikacje, dyspozycyjność i zaangażowanie

Ze strony kandydata

Kandydaci na pracowników często nie zdają sobie sprawy z tego, że tak samo jak pracodawca, mają do sprzedania konkretną ofertę. A przecież na nią składa się to wszystko, co nabyłeś przez wszystkie lata kariery: tak w obszarze stricte zawodowym, jak i doświadczeń bardziej prywatnych. Co zatem masz do zaoferowania jako kandydat?

Wiedza – Na każdym etapie Twojej dotychczasowej kariery zawodowej byłeś odpowiedzialny za wykonywanie konkretnych zadań, które wymagały od Ciebie konkretnej wiedzy. Biorąc pod uwagę fakt, że w obszarze każdej branży/dyscypliny na przestrzeni lat w mniejszym bądź większym stopniu dokonywały się pewne przemiany, związane tak z rozwojem technologii, metod pracy, treści, ale także otoczenia, sukcesywnie poszerzałeś swoją wiedzę tak merytoryczną, jak formalną. Im większa jest Twoja wiedza – podparta certyfikatami, referencjami, osiągnięciami, tym atrakcyjniejsza dla pracodawcy będzie Twoja oferta.

Doświadczenie – To ten element Twojej oferty, dzięki któremu niejednokrotnie zdobywałeś przewagę nad młodszymi rywalami w procesie rekrutacji. Dzięki doświadczeniu masz nie tylko większą wiedzę merytoryczną, ale także lepiej radzisz sobie w sytuacjach trudnych. Łatwiej radzisz sobie z rozwiązywaniem problemów, w większym stopniu znasz mechanizmy funkcjonowania w obszarze danej branży i sprawniej obracasz się w określonym środowisku biznesowym. Nawet jeśli obecnie zmieniasz branżę, możesz wykorzystać swoje doświadczenie np. w zakresie pracy w zespole, zarządzania, pracy z klientem, negocjacji itp.

Umiejętności – to kolejny z kluczowych elementów Twojej oferty, który zadecyduje o jej atrakcyjności w oczach pracodawcy. Na przestrzeni lat nie tylko poszerzałeś wachlarz swoich umiejętności, ale także podniosła się ich jakość. Dotyczy to zarówno umiejętności „miękkich”, jak i „twardych”: obsługi programów komputerowych, znajomości języków obcych, negocjacji, podejmowania decyzji, analizy itp. Wykorzystaj świadomość swoich umiejętności i wyeksponuj te, które uważasz za swój największy atut.

Ponadto, na Twoją ofertę składa się dyspozycyjność, gotowość do świadczenia określonej pracy i wykonywania określonych obowiązków, a także motywacja i zaangażowanie. W dużej mierze od tego, w jaki sposób przedstawiś tę ofertę pracodawcy, będzie zależała Twoja dalsza kariera zawodowa.

Przykłady ogłoszeń umieszczonych na portalach internetowych:



Producent opakowań foliowych dla branży ogrodniczej, dystrybutor folii polipropylenowych. Firma w przeciągu 17 lat działalności na rynkach europejskich zyskała status lidera branży. W maju 2009r. zakończona została budowa nowoczesnej fabryki w Ksawerowie. Firma zatrudnia obecnie 70 osób.

W związku z dynamicznym rozwojem poszukujemy osób do pracy na stanowisku:

Pracownik Biura Obsługi Klienta
Miejsce pracy: Ksawerów k. Łodzi

Osoba zatrudniona na tym stanowisku będzie odpowiedzialna między innymi za:

- dbałość o kompletność dokumentacji oraz jej archiwizowanie
- bezpośrednią i telefoniczną obsługę klienta
- utrzymywanie przytyśnych relacji z klientami

Id kandydatów/kandydatek oczekujemy:



Boisz się, że praca nigdy nie stanie się Twoją pasją? Zmienisz zdanie!

Coca-Cola HBC Polska

Chcesz, żeby praca była dla Ciebie pasją. Wierzyć, że skuteczność to podstawa sukcesu. Potrafić szybko reagować na zmiany i dobrze sobie radzić z powierzoną Ci odpowiedzialnością. Myślisz, że nie dościgniesz, mamy dla Ciebie ofertę pracy w Coca-Cola HBC Polska.

Aktualnie do naszego zespołu szukamy osób, które: mają wykształcenie wyższe (preferowane techniczne), praktyczną znajomość zagadnień i standardów w zarządzaniu jakością, posiadają doświadczenie w kontaktach z zespołem oraz dobrze znają język angielski.

Osoby te będą pracować na stanowisku:

SZEF ZMIANY

Miejsce pracy: Łódź
No Rele: 100,0000

KLIENT Pracuj.pl

Lider w swojej branży, w związku z rozszerzeniem firmy poszukujemy osoby na stanowisku:

Doradca Podatkowy
Region: łódzkie

Opis stanowiska:

- Kierownictwo podziałów (Coty Kapitałowej)
- Zarządzanie projektem optymalizacji podatkowej
- Zarządzanie zewnętrznymi audytami podatkowymi
- Zarządzanie polityką cen transferowych
- Zapewnianie zgodności z przepisami podatkowymi i kwalifikacjami podatkowymi w kraju i za granicą
- Nadzór nad prawidłowym przebiegiem wewnętrznej kontroli podatkowej
- Określanie obszarów stanowiących przedmiotem ryzyka podatkowego
- Przygotowanie badań podatkowych, w tym analiza przypadków i przewodnictwa krajowego i zagranicznego
- Przygotowanie opinii z punktu widzenia prawa podatkowego

Wymagania:

- Co najmniej 4/5 lat doświadczenia zawodowego w dziedzinie polskiej i zagranicznej opodatkowania, w szczególności wiedzy zawodowej w zakresie CIT / VAT
- Znajomość przepisów dotyczących cen transferowych, INTRASTAT oraz LIS GAMP

Autoprezentacja

Przeanalizowałeś już swoją ofertę, nadszedł zatem czas, aby zastanowić się na jej sprzedaż. Jak skutecznie przekonać do siebie pracodawcę?

Przede wszystkim powinieneś zadbać o dobrą prezentację na trzech obszarach: dotarciu do pracodawcy, „opakowaniu” oferty i kontakcie bezpośrednim.

1. Dotarcie do potencjalnego pracodawcy

Zrobiłeś analizę rynku pracy i wciąż masz wrażenie, że firmy nikogo nie rekrutują albo oferują tylko „dorywcze stanowiska dla absolwentów i studentów”

W rzeczywistości sytuacja nie wygląda aż tak źle.

Do pracodawcy możesz dotrzeć na trzy sposoby:

Na rynku jawnym

- ▶ Przeglądając ogłoszenia w mediach papierowych
- ▶ Monitorując ogłoszenia na portalach internetowych

Nie ograniczaj się do jednego źródła informacji o prowadzonych rekrutacjach. Wykorzystaj wszystkie możliwości, jakie daje Ci rynek pracy

1. Dotarcie do potencjalnego pracodawcy – c.d.

Na rynku ukrytym

Aż 40% rynku pracy to rekrutacje ukryte. Większość z nich dotyczy wykwalifikowanych i menedżerskich stanowisk, Dzięki doświadczeniu zawodowemu możesz mieć przewagę nad kandydatami, których kariera dopiero się rozwija. Zorientuj się, czy pracodawcy prowadzą rekrutacje niejawne (poprzez sieć kontaktów i rekomendacji lub posiadaną bazę CV kandydatów).

Skontaktuj się z Agencją Doradztwa Personalnego lub Agencją Zatrudnienia i zarejestruj się u nich bazie danych jako potencjalny kandydat. Pracodawcy zlecają takim agencjom prowadzenie rekrutacji na zasadzie bezpośredniego wyszukiwania kandydatów.

Przykładowa lista Agencji: <http://www.praca-dla-studentow.pl/agencje-doradztwa-personalnego.html>.

Przez marketing bezpośredni

Bezpośrednio aplikuj się do potencjalnych pracodawców, bez względu na to, czy w danej chwili prowadzą rekrutację, czy nie. Zrób listę 100 potencjalnych pracodawców dla Ciebie – firm i instytucji, które z określonych powodów najbardziej Tobie odpowiadają i u których chciałbyś pracować. Namiary i dane znajdziesz w Internecie, środowiskach branżowych, targach.

Wykorzystaj sieć kontaktów (znajomych, przyjaciół) w celu zdobycia informacji lub rekomendacji. Nie proś o załatwienie pracy – bo nikt tego nie zechce zrobić, proś wyraźnie o użyteczną informację o potencjalnych wakatach lub rekrutacjach oraz za rekomendacje Twojej osoby tam, gdzie to możliwe. Badania wyraźnie wskazują, że obecnie to jeden ze skuteczniejszych sposobów poszukiwania pracy.

Zadbaj o odpowiedni wizerunek i ofertę w Internecie i środowisku branżowym – przygotuj specjalnie sprofilowany pod pracodawcę list motywacyjny.

2. Odpowiednie „opakowanie” Twojej oferty

Nawet najlepsza oferta, żeby móc ją skutecznie sprzedać, wymaga odpowiedniego opakowania i reklamy. W przypadku procesu rekrutacyjnego takim opakowaniem są Twoje dokumenty aplikacyjne, zdjęcie i wizerunek w Internecie.

Twoje CV jest Twoją wizytówką, dlatego zastanów się, czy Twój dokument odpowiednio sprzedaje Twoją kandydaturę: czy jest atrakcyjny, odpowiednio sprofilowany i czytelny, a także, czy dobrze przedstawia Ciebie, jako kandydata mającego określoną wiedzę, umiejętności i doświadczenie.

Curriculum Vitae

Imię i Nazwisko: XXX XXX
 Data urodzenia: 20.01.19XX r.
 Adres: XXX, ul. XXX 2/12
 Telefon: XXX XXX XXX
 e-mail: XXX

WYKSZTALCENIE wyższe

2009 – w trakcie Uniwersytet XXX w XXX, studia II stopnia uzupełniające, kierunek Politologia
 2001 - 2006 Uniwersytet XXX w XXX, kierunek Historia, nauka zakończona uzyskaniem tytułu magistra
 1997 - 2001 LO im. XXX w XXX

DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE

2007 r. - obecnie EFG Eurobank Ergasias S. A. (Polbank). na stanowisku młodszy

CURRICULUM VITAE

Dane personalne:

Imię i nazwisko: XXXXXXXXXXXXXXXX
 Data urodzenia: XX.XX.19XX r. w XXXXXX
 Adres zamieszkania: XX-XXX XXXX, ul. XXX

Telefon: XXX XXX XXX
 E-mail: XXXXXXXXXX@wp.pl

Wykształcenie:

19XX – 20XX - Uniwersytet XXXXX, Wydział Zarządzania, kierunek Zarządzanie i Marketing – magister organizacji i zarządzania.
 19XX – 19XX – XXXVII Liceum Ogólnokształcące w XXXXX.

Przebieg pracy zawodowej:

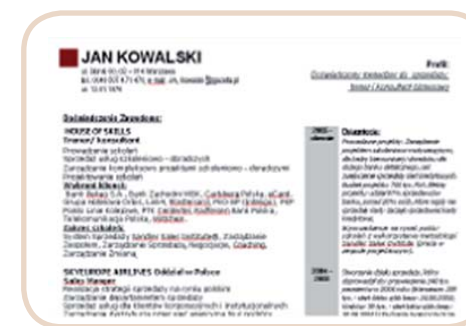
08.20XX - 05.20XX - XXXXXXX S.A. – dyrektor regionalny – prywatny operator pocztowy.
 04.20XX - 10.20XX - XXXXXXX Sp. z o.o. – dyrektor oddziału - dystrybucja materiałów reklamowych i zarządzanie oddziałem.
 10.19XX - 08.19XX - „XXXXXXXX” - specjalista ds. leasingu - organizacja i zarządzanie działem, współpraca z bankami, obsługa strategicznych klientów.
 10.19XX - 06.19XX - „XXXXXXXXXXXX” sp. z o.o. - dyrektor oddziału.

CV nie ułatwia pracy – ma zachęcić pracodawcę do spotkania z Tobą

Podobnie sytuacja wygląda z listem motywacyjnym. Ważne, żebyś swój wiek potrafił przekuć na atut, eksponując jednocześnie w obu dokumentach takie cechy, jak **lojalność, spokój i opanowanie** oraz **stabilność**. To cechy, które pracodawcy doceniają i których poszukują, a młodszym osobom często ich brak. Jednocześnie pamiętaj, że skuteczny list motywacyjny nie powtarza informacji zawartych w CV, ale ma przekonać pracodawcę, że to właśnie w tej konkretnej firmie chcesz pracować. Zrobisz dobre wrażenie na pracodawcy, jeśli już na tym etapie rekrutacji wykażesz się znajomością firmy i podasz konkretne argumenty, w jaki sposób możesz i chcesz wykorzystać swoje doświadczenie i kompetencje w przyszłej pracy. Tym samym stworzysz swój wizerunek osoby zmotywowanej i świadomej swoich celów zawodowych.

Średnio rekruter przeznaczą 30 sekund na zapoznanie się z dokumentem, dlatego Twoje CV już na wstępie powinno jasno określać Twój profil zawodowy. Jeśli zamiast tego umieścisz w tym miejscu wykształcenie, wliczając nawet szkołę średnią, taka informacja niewiele powie o Tobie osobie, która odbierze dokument. Warto zadbać o schludne i eleganckie, ale przede wszystkim czytelne CV – takie, które przekaże najistotniejsze informacje o Tobie z punktu widzenia konkretnej rekrutacji.

Potraktuj CV jak osobisty folder reklamowy, który nie będzie opowiadał, ale „sprzedawał” Cię na rozmowę. Kiedy zamieszczasz informacje o sobie, pamiętaj, że Twoja praca i kwalifikacje są jak produkt na sprzedaż. Pamiętaj, żeby zareklamować te doświadczenia zdobyte na przestrzeni lat, które są istotne z punktu widzenia konkretnego profilu/stanowiska/oferty.



Każdy element Twojej obecności w Internecie świadczy o Tobie.

Bądź aktywny na portalach dla profesjonalistów (Profeo, Goldenline, LinkedIn), a jednocześnie zadbaj o odpowiedni wizerunek na takich portalach jak Facebook czy Nasza Klasa. Jeśli masz swoją stronę internetową lub ciekawe publikacje na swoim koncie, pochwal się tym. W ten sposób będziesz postrzegany jako osoba zaangażowana i posiadająca wiedzę. Dziel się swoimi umiejętnościami i doświadczeniem, stwórz wizerunek eksperta.

Zdjęcie

Zadbaj o to, żeby osoba zapoznająca się z Twoją aplikacją miała biznesowy obraz Ciebie jako kandydata. Kluczowym elementem jest zdjęcie – eleganckie i biznesowe. Jeśli chcesz być odebrany jako profesjonalista, niech Twoje zdjęcie to potwierdza – zrób je w profesjonalnym studio, niech przedstawia osobę lekko uśmiechniętą, w eleganckim stroju i ze wzrokiem zwróconym na wprost. Niedbała fotografia, na kolorowym tle negatywnie wpłynie na Twój wizerunek, nawet jeśli treść Twojego CV będzie przedstawiała życiorys profesjonalisty.

Twój wizerunek w Internecie

Coraz więcej naszego życia dzieje się w Internecie. I rekruterzy doskonale o tym wiedzą. Portale społecznościowe są dla nich takim samym źródłem informacji, jak aplikacja kandydata, nie wahają się z tego korzystać. Kiedy są zainteresowani bliżej kandydatem – sprawdzają, co wskazuje o nich Google, jak wygląda ich profil na portalach.

Podstawową kwestią jest spójność Twojego wizerunku, ale także dbanie o znajomość Twojej marki. Dlatego sprawdź dobrze wyniki wyszukiwania, kiedy wpisujesz Twoje nazwisko w wyszukiwarkę. Pracodawcy coraz powszechniej szukają kandydatów na portalach społecznościowych, forach, blogach. Dlatego zadbaj o swój wizerunek w Internecie – dopilnuj, żeby pracodawca nie znalazł tam nic, co mogłoby działać na Twoją niekorzyść.

Jeżeli czujesz, że w rozmowie z Tobą ktoś koncentruje się na detalach Twojego stroju to znaczy, że jest on być może zbyt ekstrawagancki. Należy nad tym popracować!

3. Wizerunek i prezentacja podczas spotkań bezpośrednich

Jak Cię widzą- tak Cię piszą. Pamiętaj o tej prostej zasadzie nie tylko na etapie wstępnej rekrutacji, ale podczas całego jej procesu. I tak, pamiętaj o kilku zasadach, kiedy idziesz na bezpośrednią rozmowę rekrutacyjną.

Przede wszystkim bądź punktualny. Jako poważny kandydat nie możesz pozwolić sobie na spóźnienie i nieprzygotowanie, ale także na zbyt luźny styl. Rozmowa rekrutacyjna ma charakter biznesowy i takiej postawy oczekuje od Ciebie rozmówca. Najważniejsze jest pierwsze wrażenie – często to właśnie pierwsze 20 sekund decyduje o tym, jak zapamięta Cię rekruter. Jeśli wypadniesz niekorzystnie, trudno będzie zmienić ten wizerunek.

Dobry wizerunek przyjęty w biznesie:

- ▶ Podkreśla naszą aparycję
- ▶ Wzbudza zaufanie innych
- ▶ Łagodzi niespokojne typy osobowości
- ▶ Dodaje śmiałości osobom nieśmiałym
- ▶ Musi być kompletny i spójny z naszą osobowością, żeby był prawdziwy
- ▶ Wpływa na nasze postrzeganie siebie, oraz na to jak inni nas widzą

Co za tym idzie, strój powinien być dopełnieniem Twojej osoby i nie powinien zwracać na siebie uwagi. Powinien w pierwszym planie eksponować Twoją twarz i Twoją osobę.

Twój wizerunek nie przesądzi o tym, czy dostaniesz pracę. Dla rekrutera najważniejsze są Twoje kompetencje i doświadczenie. Często jednak bezwiednie wyrabiamy sobie opinię o drugiej osobie na podstawie jej wyglądu i wrażenia, jakie na nas sprawia. I czy tego chcemy, czy nie – wrażenie to w nas tkwi. Sami rekruterzy zgodnie twierdzą, że ostatecznie zwracają uwagę też na „chemię”, a ta się pojawi m.in. wtedy, kiedy wzbudzimy pozytywne wrażenie. Dlatego zadбай o to, żeby wizerunkiem sobie pomóc, a nie zaszkodzić. Niech Twój wygląd, Twoich dokumentów oraz informacji o Tobie będzie spójnym potwierdzeniem Twoich atutów.

O czym należy pamiętać przy zadbaniu o dobry wizerunek i wygląd podczas spotkania bezpośredniego z pracodawcą:

Kobiety:

- ▶ Buty – o zakrytych palcach, na niewysokim obcasie;
- ▶ Rajstopy: zawsze nawet latem;
- ▶ Dodatki: delikatne, harmonijne, nie więcej niż 5 sztuk;
- ▶ Długość spódnicy: do kolana, max 2 palce nad kolanem, długa do połowy łydki;
- ▶ Kolory: zgodne z Twoją paletą (w zależności, czy preferujesz kolory ciepłe czy zimne lub którym typem kolorystycznym jesteś: wiosną, latem, jesienią, zimą), stonowane odcienie, latem można sięgnąć po szerszą gamę;
- ▶ Materiały: dobre gatunkowo, z przewagą naturalnego włókna, unikaj błyszczących i sztucznych materiałów, latem możesz sięgnąć po lżejsze formy jedwab, bawełna.

Mężczyźni:

- ▶ Buty: zawsze pełne, sznurowane, ewentualnie wkładane, na płaskiej podeszwie;
- ▶ Skarpety: muszą być odpowiednio długie tak by siedząc nie widać było gołej łydki;
- ▶ Garnitur: w stonowanych kolorach, z dobrych gatunkowo tkanin;
- ▶ Krawat: obowiązkowo, dopasowany do koszuli;
- ▶ Koszula: może być w różnych kolorach, ale musi współgrać z garniturem, zapięta pod szyją;
- ▶ Dodatki: eleganckie, bez szaleństw, obrączka i zegarek;
- ▶ Marynarka: latem nie ma obowiązku jej nosić, ale dobrze mieć ją gdzieś w pobliżu, by móc ją szybko nałożyć.