Aplikuj.pl



Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę?

RAPORT
APLIKUJ.PL
SIERPIEŃ 2024

Partnerzy Aplikuj.pl

elevato

tomhrm

&WORK PROFIT 20 LAT

ELEMENT

HR espresso

tikrow

Staffly

hrappka.pl

jooble

Akademia WSB
Dąbrowa Górnicza, Kraków, Cieszyn, Żywiec, Olkusz, Gliwice, Tychy
WSB University

UBB
Uniwersytet
Bielsko-Bialski

Partnerzy medialni

RECRUITMENT COMMUNITY MAGAZINE
REKRUTER

MANAGER+

hrpolska.pl
PORTAL BRANŻOWY

eGospodarka.pl
Poradnik Internetu dla Twojej Firmy

MY COMPANY POLSKA

CEO.COM.PL
BIZNES W PRAKTYCE

FOCUS ON Business
Created by Pro Progressio

Wstęp

W dynamicznie zmieniającym się rynku pracy, skuteczne ogłoszenie o pracę odgrywa kluczową rolę w przyciąganiu odpowiednich kandydatów. Jest to pierwszy kontakt potencjalnego pracownika z firmą, **które nie tylko informuje o wolnym stanowisku, ale również ma wpływ na wizerunek pracodawcy**.

W Aplikuj.pl przeprowadziliśmy ankietę, aby dowiedzieć się, co kandydaci uważają za najważniejsze elementy ogłoszenia o pracę. **400 respondentów wskazało kluczowe aspekty wpływające na atrakcyjność oferty**, co pozwoliło nam stworzyć szczegółowy raport, który pomoże pracodawcom w optymalizacji ogłoszeń rekrutacyjnych.

Zatem czym charakteryzuje się "skuteczne ogłoszenie"? Po pierwsze, precyzyjnie określa wymagania i oczekiwania wobec kandydatów, pozwalając na przyciągnięcie osób najlepiej dopasowanych do oferowanego stanowiska. Po drugie, zwiększa szanse na zainteresowanie szerokiego grona potencjalnych pracowników, co jest szczególnie istotne w branżach z niedoborem talentów. Wreszcie, **profesjonalne ogłoszenie buduje pozytywny obraz firmy jako atrakcyjnego pracodawcy**, co ma długofalowe korzyści dla marki pracodawcy.

W kontekście globalnych trendów rekrutacyjnych warto zwrócić uwagę na rosnące znaczenie technologii w tworzeniu i dystrybucji ogłoszeń o pracę. **Narzędzia analityczne i algorytmy wspomagane sztuczną inteligencją** umożliwiają optymalizację treści ogłoszeń, co zwiększa ich zasięg i skuteczność. Dzięki temu firmy mogą precyzyjnie targetować swoje ogłoszenia, docierając do najbardziej odpowiednich kandydatów w krótszym czasie.

Ogłoszenie o pracę to kluczowy element większej strategii rekrutacyjnej. Powinno być spójne z wartościami i kulturą organizacyjną firmy. Kandydaci coraz częściej zwracają uwagę na etykę pracy, możliwości rozwoju zawodowego oraz równowagę między życiem zawodowym a prywatnym. Dlatego ogłoszenie o pracę powinno nie tylko informować, ale także angażować i inspirować potencjalnych pracowników.

Badania pokazują, że **klarowne i szczegółowe ogłoszenia przyciągają więcej aplikacji i skracają czas potrzebny na znalezienie odpowiedniego kandydata**. 75% kandydatów ocenia ogłoszenie na podstawie jego jasności i precyzji, zanim zdecyduje się na aplikację. To oznacza, że zarówno treść, jak i forma ogłoszenia mają bezpośredni wpływ na jego skuteczność.

Zespół Aplikuj.pl

Spis treści - składowe skutecznego ogłoszenia

1. Wynagrodzenie — str. 5

2. Forma zatrudnienia — str. 7

3. Miejsce pracy — str. 9

4. Stanowisko — str. 10

5. Zakres obowiązków — str. 12

6. Wymagania — str. 14

7. Benefity — str. 16

8. Dodatkowe informacje — str. 18

9. Identyfikacja wizualna i wizerunek — str. 20

10. Checklista skutecznego ogłoszenia o pracę — str. 21

Podsumowanie — str. 22

Kluczowe dane z raportu

66%

badanych uważa, że podanie wynagrodzenia w ofercie jest dla nich **niezbędne**

nawet 3x więcej aplikacji

gdy oferta zawiera informacje o wynagrodzeniu

13%

preferuje podawanie wynagrodzenia w kwocie **brutto**

43%

woli podawanie wynagrodzenia w kwocie **netto**





64%

badanych uważa, że podanie informacji o formie zatrudnienia jest **niezbędne**

52%

zwraca uwagę na **wizytówkę** lub **profil firmy**

1. Wynagrodzenie

Aż 66% respondentów naszej ankiety uznało wynagrodzenie za niezbędny element ogłoszenia o pracę. To wyraźnie pokazuje, jak ważne jest ujawnianie tej informacji w ofertach pracy. Dane te są zgodne z wynikami innych badań rynkowych. Na przykład, raport przygotowany przez LinkedIn[1] wskazuje, że **oferty pracy zawierające informacje o wynagrodzeniu otrzymują o 30% więcej aplikacji** w porównaniu do tych, które tego elementu nie zawierają.

66%

badanych uważa, że podanie wynagrodzenia w ofercie jest dla nich **niezbędne**

Dlaczego sekcja wynagrodzenia jest tak istotna? Przede wszystkim zwiększa atrakcyjność oferty, ale także buduje zaufanie i transparentność między pracodawcą a potencjalnym pracownikiem. Kandydaci doceniają otwartość pracodawców, co może przełożyć się na pozytywny wizerunek firmy oraz większą lojalność pracowników w przyszłości.



Informacja o wynagrodzeniu w ofercie pracy jest:



Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

Klarowność i konkretność w komunikowaniu wynagrodzenia pomagają również w precyzyjnym dopasowaniu kandydatów do oferowanej pozycji, co skraca czas rekrutacji i zmniejsza koszty związane z długotrwałym procesem poszukiwania odpowiednich talentów.

[1] Źródło: LinkedIn Talent Solutions

Rozważ wprowadzenie jawności lub przynajmniej widełek wynagrodzeń w swoich ogłoszeniach, aby przyciągnąć więcej aplikacji, budować zaufanie i usprawnić proces rekrutacyjny.

Katarzyna Bucior
Marketing Specialist, HRappka.pl

Pamiętajmy, że od czerwca 2026 roku ujawnienie kandydatom widełek wynagrodzenia na danym stanowisku (najpóźniej przed pierwszą rozmową kwalifikacyjną!) stanie się dla pracodawców obowiązkiem. Nowe regulacje wprowadza dyrektywa o równości i przejrzystości wynagrodzeń. Myślę, że to zdecydowanie pozytywna zmiana. Podanie wysokości pensji w ogłoszeniu nie tylko oszczędza czas kandydatów i rekruterów, ale też buduje pozytywny wizerunek firmy - jako transparentnej i dbającej o candidate experience.



Korzyści z podawania widełek wynagrodzeń

Większe zainteresowanie ofertą
Kandydaci chętniej aplikują na oferty z określonym zakresem wynagrodzenia

Transparentność
Pokazuje, że pracodawca jest otwarty i uczciwy, co buduje zaufanie

Oszczędność czasu
Pomaga wyeliminować kandydatów, którzy mają nierealistyczne oczekiwania finansowe

Konkurencyjność
Pomaga przyciągnąć lepiej wykwalifikowanych kandydatów, którzy porównują wynagrodzenia na rynku.

Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

2. Forma zatrudnienia

Jasne i zwięzłe informacje na temat opcji zatrudnienia znacząco zwiększają atrakcyjność oferty pracy, budują niezachwiane zaufanie do pracodawcy i zapewniają pełną transparentność w procesie rekrutacji. Pracodawcy oferujący różnorodne formy zatrudnienia, takie jak umowy o pracę na pełny etat, umowy zlecenie, umowy o dzieło czy partnerstwa typu B2B, powinni szczegółowo opisywać te opcje w swoich ogłoszeniach.

64%

badanych wskazuje jako **niezbędne** informacje dotyczące możliwych **form zatrudnienia**

Kandydaci bardzo cenią sobie elastyczność w wyborze formy zatrudnienia, która najlepiej odpowiada ich indywidualnym potrzebom i stylowi życia. Taka możliwość może istotnie przyczynić się do większej satysfakcji z pracy i lojalności pracowników, tworząc dynamiczne, zgrane zespoły, które napędzają sukces firmy.



IKrzysztof Trębski
Członek zarządu Tikrow

Zapytaliśmy osoby realizujące zlecenia pracy na godziny w naszej aplikacji o to, co – poza wynagrodzeniem – motywuje ich do regularnego przyjmowania „dniówek". Aż 80% respondentów wskazało właśnie na elastyczność i swobodę wyboru czasu oraz miejsca pracy.
Elastyczność to jeden z fundamentów Gig Economy, czyli nowej ekonomii pracy dorywczej. Pracownikom elastyczność pozwala nie tylko na wybór dogodnego miejsca i czasu realizacji zlecenia, ale także konkretnego stanowiska z oferty dostępnych "dniówek". Z kolei pracodawcy mogą wspierać swoją kadrę elastycznymi pracownikami wtedy, kiedy tego potrzebują - choćby zgłaszając zapotrzebowanie z dnia na dzień – i w ten sposób być bardziej elastycznymi operacyjnie oraz lepiej przygotowanymi na okresy większego czy mniejszego obciążenia pracą.

Według raportu „Global Talent Trends 2022" od LinkedIn , **elastyczność pracy stała się jednym z najważniejszych czynników dla kandydatów na całym świecie**. Wzrost popularności pracy zdalnej i hybrydowej jest bezpośrednim rezultatem tych zmian.

[1] Źródło: LinkedIn Talent Solutions

W ostatnich latach preferencje kandydatów co do form zatrudnienia ulegały zmianom, co wynikało z różnych czynników ekonomicznych, społecznych i technologicznych. Przykładowo:

- **Pandemia COVID-19**: Spowodowała wzrost zainteresowania pracą zdalną i elastycznymi formami zatrudnienia. Wiele osób zaczęło preferować umowy zlecenie lub kontrakty B2B, które umożliwiały pracę z domu.
- **Technologia i digitalizacja**: Rozwój technologii sprawił, że coraz więcej zawodów można wykonywać zdalnie. Freelancerzy i specjaliści IT często wybierają kontrakty B2B, które dają im większą swobodę.
- **Zmiany pokoleniowe**: Młodsze pokolenia, takie jak Millennials i Gen Z, często preferują elastyczność i możliwość wyboru projektów, co zwiększa popularność umów zlecenie i B2B.

Jakie informacje warto podać odnośnie miejsca pracy?

dokładny adres
np. ulica, numer budynku

opcje dojazdu
np. dostępne linie autobusowe, parking dla pracowników

atrakcje w pobliżu
np. restauracje, parki, sklepy



Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

3. Miejsce pracy

Decyzja o wyborze oferty pracy jest wielowymiarowa i zależy od indywidualnych preferencji i życiowych priorytetów kandydatów. **Lokalizacja miejsca pracy ma fundamentalne znaczenie z kilku powodów.**

Po pierwsze, kandydaci mogą preferować pracę w miejscu, które jest **łatwo dostępne** komunikacyjnie, blisko ich miejsca zamieszkania lub zapewniające odpowiednie warunki dojazdu. Kandydaci często biorą pod uwagę czas i koszty związane z dojazdem do pracy, dlatego jasne określenie lokalizacji pozwala im na dokładniejsze oszacowanie tego aspektu.

Po drugie, lokalizacja może mieć wpływ na jakość życia pracownika. **Niektórzy preferują pracę w dużych miastach** ze względu na bogatą ofertę kulturalną i rozrywkową, możliwość rozwoju zawodowego oraz dostępność do szerokiej gamy usług. Z kolei inni mogą szukać pracy w mniejszych miastach lub na prowincji, gdzie atmosfera jest bardziej kameralna, a koszty życia mogą być niższe.

Raport LinkedIn „Global Talent Trends 2022" podkreśla, że **85% kandydatów preferuje elastyczność co do miejsca pracy**, co może oznaczać pracę zdalną lub hybrydową.

Dodatkowo, lokalizacja ma również znaczenie dla pracodawców, ponieważ może wpływać na dostępność talentów. **W miastach o dużym zapotrzebowaniu na specjalistów w danej branży**, znalezienie odpowiednich kandydatów może być łatwiejsze. Z drugiej strony, coraz bardziej popularna praca zdalna, szczególnie po pandemii COVID-19, sprawia, że lokalizacja staje się mniej restrykcyjnym kryterium.



Izabela Foltyn
Dyrektor Handlowy, Aplikuj.pl

W obliczu szybko zmieniających się wymagań rynku pracy, kluczowe jest regularne aktualizowanie ogłoszeń o pracę. Firmy, które śledzą te zmiany i odpowiednio reagują, mają większe szanse na przyciągnięcie najbardziej odpowiednich kandydatów.

4. Stanowisko

Nazwa stanowiska jest jednym z pierwszych elementów, na które zwracają uwagę potencjalni kandydaci i może mieć znaczący wpływ na ich decyzję o aplikowaniu. Jako niezbędny element ogłoszenia o pracę wskazało 59% badanych.

Nazwę stanowiska pracy podawaj:

- **bezbłędnie**
- **najlepiej po polsku**
  (przynajmniej częściowo)
- **tak by była zrozumiała**
  (dla potencjalnie zainteresowanych)



Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

Nazwa stanowiska pełni kilka funkcji. Po pierwsze, powinna jasno i klarownie określać zakres obowiązków i poziom stanowiska w strukturze organizacyjnej firmy. Na przykład, tytuł "Senior Marketing Manager" różni się znacząco od "Marketing Specialist", co daje kandydatowi wyobrażenie o poziomie doświadczenia i odpowiedzialności wymaganym na danym stanowisku.

Po drugie, **nazwa stanowiska ma kluczowe znaczenie dla optymalizacji pod kątem SEO** (Search Engine Optimization). Kandydaci często korzystają z wyszukiwarek i portali pracy, używając konkretnych tytułów stanowisk jako słów kluczowych. Stosowanie nazw, które są **powszechnie używane i rozpoznawalne przez kandydatów**, zwiększa ich widoczność i zasięg, a tym samym szanse na przyciągnięcie właściwych osób.

Oryginalne i nietypowe nazwy stanowisk mogą być atrakcyjne, ale powinny być stosowane z rozwagą, aby nie zniechęcić kandydatów poszukujących bardziej tradycyjnych lub powszechnie rozumianych ról.

Nazwa stanowiska wpływa również na percepcję prestiżu i atrakcyjności oferty. Często spotykane angielskie tytuły takie jak "*Head of Innovation*" czy "*Chief Technology Officer*" mogą przyciągać wysoce wykwalifikowanych specjalistów, którzy szukają stanowisk o wysokim prestiżu i strategicznym znaczeniu dla firmy. Z kolei bardziej tradycyjne tytuły mogą przyciągać kandydatów szukających stabilnych, dobrze zdefiniowanych ról.

Zmieniające się preferencje dotyczące nazw stanowisk w ostatnich latach również odzwierciedlają zmiany na rynku pracy. W miarę jak organizacje stają się bardziej płaskie i elastyczne, nowe tytuły, takie jak "*Agile Coach*" czy "*Scrum Master*", stają się coraz bardziej popularne, co odzwierciedla nowe metody pracy i zarządzania projektami.

Jasno określone, precyzyjne i atrakcyjne tytuły stanowisk pomagają kandydatom szybko ocenić, czy dana rola jest zgodna z ich doświadczeniem, oczekiwaniami zawodowymi oraz ambicjami. Pracodawcy powinni zatem poświęcić szczególną uwagę na wybór odpowiednich nazw stanowisk, które nie tylko dokładnie opisują rolę, ale również przyciągają właściwych kandydatów.

Przykładem może być firma Google, która stosuje unikalne tytuły stanowisk, takie jak "*Creative Technologist*" czy "*Design Evangelist*". Takie tytuły nie tylko oddają specyfikę i kulturę firmy, ale także przyciągają kreatywnych i innowacyjnych kandydatów.



Optymalizacja ogłoszenia pod kątem SEO, uwzględniająca słowa kluczowe związane z wynagrodzeniem, może również znacząco zwiększyć widoczność oferty w mediach elektronicznych. **Rekruterzy powinni więc zwrócić szczególną uwagę na tę sekcję**, dbając o jej jasność, konkretność i atrakcyjność.

5. Zakres obowiązków

Precyzyjny zakres obowiązków pomaga zarówno kandydatom, jak i pracodawcom. Kandydaci, którzy dokładnie wiedzą, czego się od nich oczekuje, **są bardziej skłonni do aplikowania**, ponieważ czują się pewniej w kwestii swoich kwalifikacji i możliwości spełnienia wymagań. Pracodawcy natomiast zyskują większą pewność, że osoby, które aplikują, są świadome swoich przyszłych obowiązków, co redukuje ryzyko nieporozumień i zwiększa satysfakcję z pracy.

Zakres obowiązków ma bezpośredni wpływ na percepcję atrakcyjności oferty pracy. Opisując konkretne zadania i projekty, w które będzie zaangażowany pracownik, pracodawcy mogą podkreślić unikalne aspekty stanowiska, takie jak: innowacyjne projekty, możliwości rozwoju zawodowego czy udział w kluczowych inicjatywach firmy. Tego typu informacje mogą być ważne dla kandydatów poszukujących dynamicznych i rozwijających się środowisk pracy.

Zakres obowiązków podawaj:



- **jasno i zwięźle**
- **najlepiej konkretnie i bez ogólników**
- **podziel na punkty i podpunkty jeśli to wskazane**
- **pisz realnie - nie twórz listy życzeń nie do spełnienia**

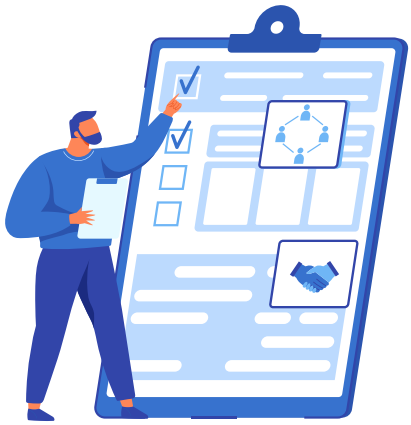
Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

Sabina Stodolak
HR Content Manager, tomHRM

Warto rozważyć rekrutacje przez kompetencje, gdzie skupiamy się na zbadaniu dopasowania kandydata do stanowiska, bazując na określeniu czy poradzi sobie z codziennymi zadaniami, a nie na tym, co kiedyś robił czy jakie ma formalne wykształcenie. Sprawdzamy wtedy, czy ma odpowiednią wiedzę, potrafi ją w praktyce wykorzystać oraz czy jego postawa (opinie, motywacja) pozwolą mu na ich realizację.
Czy warto rekrutować przez kompetencje? Dane mówią, że tak. Zyskujemy lepiej przystosowany do zadań i bardziej zdywersyfikowany zespół, a jeśli proces rekrutacyjny jest dobrze przygotowany, to również możemy przeprowadzić rekrutację szybciej.



Zmieniające się preferencje dotyczące zakresu obowiązków w ostatnich latach odzwierciedlają także zmiany na rynku pracy. W miarę jak rośnie znaczenie pracy zdalnej i elastycznych form zatrudnienia, szczegółowy opis obowiązków staje się jeszcze bardziej istotny. **Kandydaci chcą wiedzieć, jakie będą ich codzienne zadania oraz jakie technologie i narzędzia będą wykorzystywać**. Wyniki naszych badań są zbieżne z wynikami raportu LinkedIn „Global Talent Trends 2022", który wskazuje, że 79% kandydatów preferuje oferty pracy z jasnym i szczegółowym opisem obowiązków, co wpływa na ich decyzję o aplikowaniu.



Nazwa stanowiska może dawać ogólny obraz roli, ale **to zakres obowiązków precyzuje, jakie konkretne zadania będą wykonywane**. Na przykład, stanowisko "*Product Manager*" może obejmować różne aspekty zarządzania produktem w różnych firmach, a szczegółowy opis obowiązków pomoże kandydatom ocenić, czy konkretna oferta odpowiada ich umiejętnościom i doświadczeniu.

Klarowność zakresu obowiązków jest także kluczowa w kontekście długoterminowego zaangażowania pracownika. Kandydaci, którzy od początku wiedzą, czego się od nich oczekuje, są bardziej skłonni do zaangażowania się w swoją pracę i osiągania wysokiej wydajności.

Pracodawcy powinni zwrócić szczególną uwagę na precyzyjne określenie obowiązków w swoich ogłoszeniach o pracę. To nie tylko zwiększa efektywność procesu rekrutacyjnego, ale także buduje zaufanie i pozytywny wizerunek firmy jako pracodawcy.

6. Wymagania

W miarę jak technologia i **procesy biznesowe ewoluują, pojawiają się nowe kompetencje i umiejętności, które stają się kluczowe dla sukcesu organizacji**. Dlatego też pracodawcy muszą stale aktualizować swoje oczekiwania, aby przyciągnąć kandydatów, którzy posiadają najbardziej pożądane umiejętności. Według raportu World Economic Forum „The Future of Jobs Report 2020”[1], aż 94% liderów HR planuje wprowadzenie zmian w wymaganiach rekrutacyjnych, aby lepiej dostosować je do przyszłych potrzeb rynku pracy.

Jak podawać wymagania?

Podziel na kategorie

- **kwalifikacje formalne**
  wykształcenie, certyfikaty, licencje
- **doświadczenie zawodowe**
  liczba lat doświadczenia, konkretne stanowiska
- **umiejętności techniczne**
  konkretny zestaw umiejętności związanych z pracą
- **kompetencje miękkie**
  kompetencje, takie jak komunikacja, analityczne kyślenie asertywność, zarządzanie czasem
- **inne wymagania**
  specyficzne wymagania, takie jak gotowość do podróży czy elastyczne godziny pracy

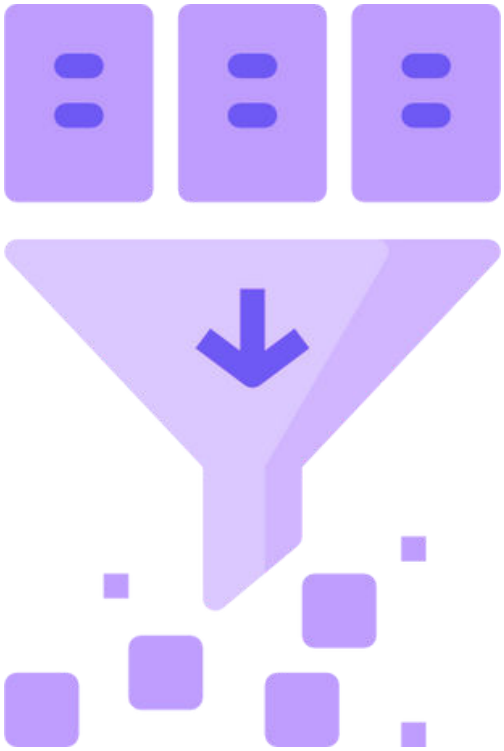


Wskaż co niezbędne, a co tylko mile widziane

Nie przesadzaj - realizm i jeszcze raz realizm

Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

Źródło: WEF: The Future of Jobs Report 2020



Wymagania pełnią również rolę filtrowania kandydatów, zapewniając, że aplikujący posiadają określone umiejętności techniczne lub doświadczenie w branży, co jest niezbędne dla wykonywania specyficznych zadań. Na przykład, stanowisko programisty może wymagać znajomości konkretnych języków programowania i technologii. Kandydaci, którzy spełniają te wymagania, są bardziej skłonni do aplikowania, ponieważ czują się pewniej w kwestii swoich kompetencji. Badanie przeprowadzone przez SHRM (Society for Human Resource Management) wykazało, że 85% rekruterów uważa, iż precyzyjne wymagania zwiększają jakość aplikacji, które otrzymują.

Ostatecznie, wymagania mają również wpływ na **długoterminowe zaangażowanie pracowników**. Kandydaci, którzy spełniają wszystkie wymagania i są dobrze przygotowani do pełnienia swoich obowiązków, są bardziej skłonni do dłuższego pozostania w firmie i angażowania się w jej rozwój. Pracodawcy, którzy jasno komunikują swoje oczekiwania, budują zaufanie i zwiększają satysfakcję z pracy, co przekłada się na wyższą retencję pracowników.

Piotr Wróbel
Performance Manager, Aplikuj.pl

Jasne określenie oczekiwań może być pierwszym krokiem do zapewnienia, że aplikujący będą rzeczywiście pasować do kultury organizacyjnej oraz do wymagań stanowiska. To nie tylko redukcja liczby błędnych aplikacji, ale również sposób na zwiększenie efektywności całego procesu rekrutacyjnego.



7. Benefity

55%

respondentów wskazało benefity jako **ważny**, ale **nie niezbędny** element ogłoszenia o pracę

Choć 55% respondentów naszej ankiety wskazało, że benefity są ważne, ale nie niezbędne, to ich rola w procesie rekrutacyjnym nie powinna być bagatelizowana. Jak zatem odpowiednio wykorzystać benefity, aby przyciągnąć i zatrzymać najlepszych kandydatów?

Benefity w ogłoszeniu o pracę stanowią dodatkowy element motywacyjny, który może skłonić kandydata do wyboru jednej oferty pracy nad inną. Przykładowo elastyczne godziny pracy, możliwość pracy zdalnej, dodatkowe dni wolne czy programy wsparcia zdrowia psychicznego, mogą przyciągnąć kandydatów szukających czegoś więcej niż tylko konkurencyjnego wynagrodzenia.

Benefity odzwierciedlają kulturę organizacyjną i wartości firmy. Kandydaci często poszukują pracodawców, którzy dbają o swoich pracowników i oferują im wsparcie w różnych aspektach życia zawodowego i osobistego. Na przykład, firmy oferujące programy rozwoju zawodowego i możliwości szkoleń pokazują, że inwestują w rozwój swoich pracowników, co może być bardzo atrakcyjne dla kandydatów pragnących rozwijać swoje kompetencje i budować karierę.

Dlaczego benefity są istotne?

- **Motywacja i zaangażowanie**
  atrakcyjne benefity zwiększają satysfakcję z pracy
- **Przyciąganie talentów**
  Dobre benefity przyciągają lepszych kandydatów
- **Retencja pracowników**
  Pracownicy zadowoleni z benefitów rzadziej odchodzą



Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

Z perspektywy pracodawcy, **oferowanie atrakcyjnych benefitów może również przyczynić się do budowania silnej marki pracodawcy**, co w kontekście rosnącej konkurencji o wykwalifikowanych pracowników, może być decydującym czynnikiem, który przekona kandydatów do wyboru właśnie tej, a nie innej oferty pracy.

Podsumowując, chociaż benefity nie są uznawane za niezbędny element ogłoszenia o pracę, mają istotny wpływ na decyzje kandydatów dotyczące wyboru oferty zatrudnienia. **Pracodawcy, którzy jasno komunikują, jakie dodatkowe korzyści oferują swoim pracownikom, zwiększają szanse na przyciągnięcie odpowiednich kandydatów oraz budowanie długoterminowego zaangażowania i lojalności wśród zatrudnionych.**

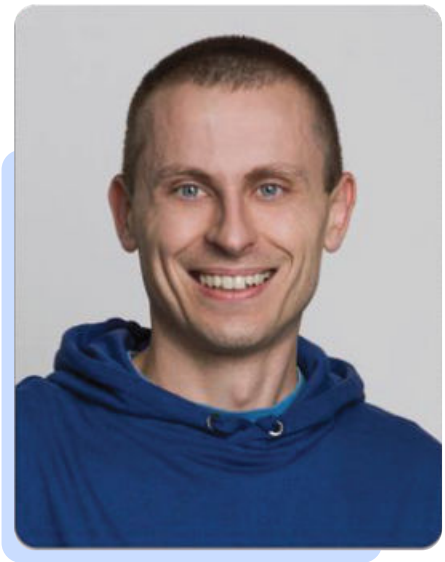


8. Dodatkowe informacje

Publikacja oferty pracy to więcej niż tylko prezentacja stanowiska i wymagań. Uwzględnienie sekcji z dodatkowymi informacjami może znacząco wspomóc proces rekrutacji, podnieść atrakcyjność oferty i budować pozytywny wizerunek pracodawcy. Jakie kroki warto podjąć, aby osiągnąć te cele?

Sekcja z dodatkowymi informacjami w ogłoszeniu o pracę nie tylko wzbogaca ofertę, ale także pokazuje profesjonalizm i transparentność pracodawcy. Przejrzyste **komunikowanie szczegółów dotyczących procesu rekrutacji może zwiększyć zaangażowanie kandydatów** i poprawić ich doświadczenia. Kandydaci, którzy wiedzą, czego się spodziewać, są bardziej skłonni do aplikowania i pozytywniejszego postrzegania firmy.

Potwierdzenie otrzymania aplikacji to pierwszy krok budowania zaufania. Automatyczne e-maile zwrotne lub powiadomienia pokazują, że firma ceni czas i wysiłek kandydatów, co zwiększa ich pewność, że aplikacja nie została zagubiona.



Jacek Krajewski
HR Tech Advisor & product Expert, Elevato

Zapewnienie regularnych informacji zwrotnych podczas procesu rekrutacji nie tylko zwiększa zaangażowanie kandydatów, ale także buduje pozytywny wizerunek firmy jako pracodawcy, który dba o rozwój i komunikację z potencjalnymi pracownikami. To kluczowy element w budowaniu relacji z kandydatami i może mieć długoterminowy wpływ na postrzeganie firmy jako atrakcyjnego miejsca pracy.

Szczegółowy opis etapów rekrutacji jest kolejnym ważnym elementem. Podanie konkretnych kroków, jakie kandydat musi przejść – od przeglądu CV, przez rozmowy kwalifikacyjne, po ewentualne testy kompetencyjne – pozwala lepiej przygotować się do procesu, zmniejsza stres i wyróżnia ofertę na tle konkurencji. Transparentność w tym zakresie jest szczególnie ceniona przez kandydatów, którzy szukają zorganizowanych i przewidywalnych procesów rekrutacyjnych.

Regularny feedback po każdym etapie rekrutacji pokazuje, że firma troszczy się o rozwój kandydatów. Nasze badania wskazują, że **brak informacji zwrotnej jest jednym z głównych powodów frustracji kandydatów**. Feedback, nawet w przypadku negatywnego wyniku, pozwala kandydatom zrozumieć swoje mocne i słabe strony, co jest cenione przez wielu profesjonalistów.

Udostępnienie kontaktu do osoby odpowiedzialnej za rekrutację znacząco poprawia komunikację i skraca czas oczekiwania na odpowiedzi. Kandydaci mają możliwość bezpośredniego kontaktu z osobą, która może odpowiedzieć na ich pytania, co zwiększa ich komfort i poczucie bezpieczeństwa.

Wskazanie dodatkowych informacji w ofercie buduje **obraz firmy jako transparentnej, zorganizowanej i troskliwej**, co przyciąga bardziej zaangażowanych i zmotywowanych kandydatów. Zwiększa również ich lojalność wobec firmy, nawet jeśli nie zostaną zatrudnieni na oferowane stanowisko, co może być korzystne w przyszłych rekrutacjach.

Dodatkowe informacje, które warto rozważyć w ofercie pracy



Potwierdzenie otrzymania aplikacji
Czy kandydat otrzymuje potwierdzenie, że jego aplikacja dotarła do pracodawcy?



Kalendarz z etapami
Czy ogłoszenie zawiera szczegółową informację o poszczególnych etapach rekrutacji?



Feedback po każdym etapie
Czy kandydaci otrzymują feedback po przejściu każdego etapu rekrutacji?



Kontakt do rekrutera
Czy w ogłoszeniu podano dane kontaktowe osoby odpowiedzialnej za rekrutację?



Inne informacje
Czy ogłoszenie zawiera dodatkowe informacje ułatwiające proces aplikacji?

Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

9. Identyfikacja wizualna i wizerunek

Kandydaci, zanim zdecydują się aplikować, często oceniają firmę na podstawie jej wizerunku i spójności marki. **Logo i kolory firmowe** to fundamenty identyfikacji wizualnej. Powinny być wyraźnie widoczne w każdej komunikacji rekrutacyjnej. Spójna i rozpoznawalna identyfikacja wizualna buduje profesjonalizm i zwiększa zainteresowanie ofertą pracy.

Atrakcyjnie zaprojektowane, estetyczne i przejrzyste ogłoszenie przyciąga uwagę kandydatów. Profesjonalnie wykonany profil pracodawcy na portalach pracy, zawierający zdjęcia z życia firmy, opis wartości i misji, może zbudować lub wzmocnić pozytywny obraz pracodawcy.

Kandydaci często odwiedzają **stronę internetową firmy**, aby dowiedzieć się więcej o jej działalności, kulturze i dostępnych możliwościach rozwoju, zatem umieszczony w ofercie link do firmowej strony internetowej i sama strona www również odgrywają kluczową rolę. Strona internetowa powinna być więc aktualna, intuicyjna i bogata w informacje.

Na jakie elementy wizerunku zwracają uwagę kandydaci?



Źródło: Jak przygotować skuteczne ogłoszenie o pracę? Raport Aplikuj.pl

Firmowe social media to kolejny element, który może znacząco wpłynąć na decyzję kandydatów. Regularne publikowanie treści, które pokazują życie firmy, sukcesy pracowników i angażowanie się w różnorodne inicjatywy, może zbudować silną markę pracodawcy.

Opinie na temat pracodawcy dostępne w internecie mogą mieć istotny wpływ na postrzeganie firmy przez kandydatów. Pozytywne opinie przyciągają większą liczbę aplikacji, podczas gdy negatywne mogą zniechęcić potencjalnych pracowników. Regularne monitorowanie i zarządzanie opiniami online jest kluczowe dla utrzymania dobrego wizerunku firmy.

Właściwa identyfikacja wizualna marki ma bezpośredni wpływ na decyzję o wyborze oferty pracy. Spójność, profesjonalizm i estetyka komunikacji rekrutacyjnej budują zaufanie kandydatów, podkreślają wartości firmy i jej podejście do pracowników. Inwestowanie w silną i rozpoznawalną markę pracodawcy może przyciągnąć bardziej zaangażowanych i lojalnych pracowników, co w dłuższej perspektywie przekłada się na sukces firmy.

10. Checklista skutecznego ogłoszenia o pracę

Dokładna nazwa stanowiska	Czy nazwa stanowiska jest jednoznaczna i zrozumiała?	☐
	Czy nazwa jest przynajmniej częściowo napisana po polsku?	☐
	Czy nazwa jest dopasowana do standardów branżowych?	☐
Wynagrodzenie	Czy wynagrodzenie jest jasno określone?	☐
	Czy podano widełki płacowe?	☐
	Czy wspomniano o dodatkowych bonusach i premiach?	☐
Forma zatrudnienia	Czy określono rodzaj umowy (np. umowa o pracę, B2B, umowa zlecenie)?	☐
	Czy podano czas trwania umowy?	☐
Tryb pracy	Czy określono tryb pracy (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)?	☐
	Czy podano godziny pracy?	☐
	Czy wspomniano o możliwości elastycznego grafiku?	☐
Lokalizacja	Czy podano dokładny adres miejsca pracy?	☐
	Czy zawarto informacje o dostępności komunikacyjnej?	☐
Zakres obowiązków	Czy opisano konkretne zadania?	☐
	Czy sprecyzowano oczekiwania względem pracownika?	☐
Precyzyjny opis wymagań	Czy wymieniono wymagane umiejętności?	☐
	Czy określono poziom doświadczenia?	☐
	Czy wskazano preferowane kwalifikacje?	☐
Benefity i korzyści	Czy wymieniono dodatkowe benefity?	☐
Najważniejsze informacje o firmie	Czy przedstawiono firmę w krótkim opisie (misja, wartości, sukcesy i wyróżnienia)?	☐
Dane kontaktowe i sposób aplikacji	Czy podano e-mail lub formularz aplikacyjny?	☐
	Czy zawarto dane kontaktowe osoby rekrutującej?	☐
Informacje dodatkowe	Czy zapewniono potwierdzenie otrzymania aplikacji?	☐
	Czy opisano etapy rekrutacji?	☐
	Czy zapewniono feedback po każdym etapie?	☐
Szata graficzna ogłoszenia	Czy użyto logo firmy i kolory firmowe oraz inne elementy graficzne związane z identyfikacją?	☐

Podsumowanie

Skuteczne ogłoszenie o pracę to klucz do przyciągnięcia odpowiednich kandydatów.

Najważniejsze elementy to:

- **Transparentność wynagrodzenia i lokalizacji pracy -** podanie widełek płacowych buduje zaufanie i pokazuje otwartość firmy. Jasne określenie miejsca pracy, zwłaszcza w kontekście dostępności komunikacyjnej i możliwości pracy zdalnej, wpływa znacząco na atrakcyjność oferty.

- **Klarowna nazwa stanowiska i zakres obowiązków.** Nazwa powinna być bezbłędna, zrozumiała i najlepiej po polsku. Precyzyjny opis obowiązków pomaga kandydatom lepiej zrozumieć oczekiwania i zwiększa szanse na trafne aplikacje.

- **Realistyczne wymagania** - powinny być adekwatne do stanowiska. Zbyt wysokie mogą odstraszać potencjalnych kandydatów, podczas gdy zbyt niskie mogą przyciągać nieodpowiednie osoby. Zbalansowane wymagania świadczą o profesjonalizmie firmy i jej realnych oczekiwaniach.

- **Atrakcyjne benefity** - różnorodne dodatki pozapłacowe mogą zwiększyć atrakcyjność oferty czyniąc ją bardziej konkurencyjną.

- **Profesjonalna identyfikacja wizualna**: Spójna prezentacja marki poprzez logo, kolory firmowe, estetykę ogłoszenia, aktualną stronę internetową i aktywne social media buduje silny wizerunek firmy i przyciąga uwagę kandydatów.

Dobrze skonstruowane **ogłoszenie to strategiczny element rekrutacji**. Inwestycja w jego przygotowanie zwiększa szanse na przyciągnięcie najlepszych talentów, co przekłada się na sukces i rozwój firmy. Usprawnia proces rekrutacji, prowadząc do lepszego dopasowania kandydatów i większego zadowolenia obu stron.

Zachęcamy do dalszego zgłębiania tematu, aby w pełni wykorzystać potencjał dobrze przygotowanego ogłoszenia o pracę.

Aplikuj.pl

www.aplikuj.pl