###### **МЕТОДИКА ОПИСАНИЯ ВАКАНСИИ**

***Состав описания вакансии***

1. Название вакансии.
2. Информация о компании.
3. Причина появления.
4. Задачи.
5. Требования.
6. Условия работы.
7. Призыв к действию.
8. Визуальная составляющая.

**Название вакансии**

|  |  |
| --- | --- |
| **Положительный эффект** – наименование профессии звучит как привычное для рынка труда название. | **Отрицательный эффект** — назвать вакансию так, как она записана в штатном расписании. |

*Пример: Небольшая ИТ-компания искала для себя HR-директора. Получили большое количество откликов, но нужный кандидат все не находился. Один из кандидатов после интервью порекомендовал: «С учетом того, что вы мне только что рассказали, вам нужен рекрутер, для HRD явно не хватает задач и зарплаты». После переименования поток резюме уменьшился, но стали откликаться нужные люди.*

**Информация о компании**

|  |  |
| --- | --- |
| **Положительный эффект** –соберите факты и примеры:* Мы пионеры рынка, мы вывели продукт А и В в 2000 году.
* Нас уже больше 500 человек. В прошлом году наши аналитики заняли первое место в конкурсе…
 | **Отрицательный эффект** — * дублировать официальный пресс-релиз для клиентов с сайта;
* копировать непонятный текст, который написала жена гендиректора много лет назад;
* вообще не писать ничего — пусть идут и смотрят на сайт!
* использовать общие фразы, которые не подтверждены фактами;
* назвать вакансию так, как она записана в штатном расписании.
 |

Хорошее описание заставляет потенциального кандидата подумать: «Тут так здорово и интересно. А что там, кстати, по задачам и условиям?» А еще вакансию могут переслать, если она составлена с любовью к соискателям.

Для того чтобы информация о компании вызывала позитивный отклик, необходимо указать положительные факты и примеры.

**Причина появления**

|  |  |
| --- | --- |
| **Положительный эффект** – максимально честно рассказать, почему работодатель начал поиск. | **Отрицательный эффект** — вообще ничего не писать и скрывать причину, например, ухода предыдущего сотрудника работавшего на этой вакансии. |

*Например,*

* *Наша команда маркетинга расширяется, и нам нужен еще один трафик-менеджер.*
* *Очень долго функцией тестирования у нас занимались разработчики, но этот день настал. Мы открываем Отдел QA.*
* *Наш прекрасный финансовый директор принял решение заняться своим делом. Мы рады, что вдохновляем наших сотрудников на дальнейшее развитие. Поэтому объявляем вакансию CFO открытой!*

**Задачи**

|  |  |
| --- | --- |
| **Положительный эффект** – максимально полно описать задачи, которые предстоит решать во время работы, а также показатели оценки эффективности работы. | **Отрицательный эффект** — копирование из заявки на подбор или прошлой вакансии |

*Например,*

* *В рамках каждого отдела собрать операционный дашборд в Excel и настроить процесс принятия решений на базе него.*
* *Анализ эффективности и проектирование лендинг-страницы, увеличение конверсии с … до ….*

**Требования к кандидату**

В этом разделе есть соблазн уйти в одну из крайностей: либо указать всего 2-3 критерия, один из которых — образование, а второй — набор личностных качеств, либо увлечься и описать «идеального кандидата» и 100 пунктов, попадание в которые гарантирует успех в данной позиции.

**Положительный эффект** — список минимальных и достаточных требований к кандидату. И убеждение заказчика в том, что нет необходимости в красном дипломе, уровне IQ выше 150 баллов и свободном английском для сотрудника, который будет занят привлечением новых клиентов по средствам обзвона на неполный рабочий день.

**Условия работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Положительный эффект** – максимально проработанный список условий и ценностей, которые важны для тех, кто уже работает в компании. | **Отрицательный эффект** — обезличенный набор фраз про полную занятость, зарплату по договоренности и хороший коллектив. |

*Примеры:*

* *Возможность организации удаленного рабочего места.*
* *Обучение: раз в год вы сами выбираете курсы в пределах 30 тысяч рублей, которые оплатит компания.*
* *Удаленная работа: нам не важно, где вы работаете, если задачи делаются в срок и вы на связи во время командной работы (с 10 до 19).*
* *Мы хотим, чтобы вы хорошо отдыхали, поэтому в пятницу работаем до 17.00 и никогда не берем работу на дом.*

**Призыв к действию**

Казалось бы: человек читает вакансию, логично тут же отправить резюме. Но чтобы предложение вакансии не осталось в десятках открытых вкладок браузера, напомните про то, что работодатель ждет письма от кандидата.

«Ждем ваше резюме!», «Откликнуться на вакансию можно тут».

Добавьте несколько вариантов для отклика — почта, телефон, соцсеть, месенджеры. Все варианты должны быть удобны и для кандидатов, и для работодателя.

**Визуальная составляющая**

Добавление в текст вакансии фото позитивных сотрудников компании, фото диплом и других достижений, фото рабочего места (процесса) (создание макета статьи; презентации).

Создание макета буклета вакансии (по желанию работодателя), создание видиовакансии.

**Ошибки, которых следует избегать:**

**1. Креатив**

Креатив в вакансиях — лишний в 99% случаев. Не все поймут вашу задумку, а если и поймут, то, скорее всего, не оценят. Креатив тратит время кандидата, а это просто неуважение. Текст вакансии должен быть простым, понятным и доносить самое важное о работе, на которую претендует кандидат.

**2. Штампы и стоп-слова**

Эти слова когда-то были хорошим креативом или важным требованием, а сейчас они почти ничего не значат и маскируют настоящий смысл (*адекватность, исполнительность, энергичность, энтузиазм, обучаемость, желание развиваться, дружелюбный коллектив, уверенный пользователь ПК)).*

Все эти требования следуют из здравого смысла. Вряд ли кому-то нужен неадекват, который плохо работает, быстро устает, не генерирует идей, плохо учится и не желает развиваться. Если коллектив злобный, то руководитель об этом все равно не расскажет, а само по себе дружелюбие людей — слишком субъективно, не поддается оценке и для большинства специалистов не играет роли.

**3. Важные и неважные детали**

Детали — это хорошо, но очень часто в тексте вакансий мы видим неважные мелочи, которые никак не влияют на принятие решения, а только отвлекают (*сотрудникам продаём по себестоимости; наш любимый цвет — красный, потому что мы смелые и отважные; если вы не любите кофе, мы не сработаемся, потому что мы созваниваемся каждое утро и обсуждаем горячие напитки)*

**4.** Если есть какие-то важные требования или условия, то их лучше вынести отдельным пунктом. Например, чётко поясните, что работодателю нужен готовый специалист или что он готов обучать человека с нуля.

**5.** Используйте простые слова и не пытайтесь замаскировать спорные моменты красивыми формулировками. Иначе вас завалят резюме с такими же красивыми словами от людей без навыков.

**6.** Описание вакансии должно соответствовать правилам правописания и пунктуации. Если писать заглавными буквами и ставить кучу восклицательных знаков, то убедительнее вакансия не станет.