

# Przewodnik po karierze i rekrutacji

1



# Słowem wstępu:



Witaj w “Przewodniku po karierze i rekrutacji”. Lata naszego doświadczenia w organizacji targów pracy zaowocowały współpracą z ekspertami z wielu branż, rekruterami z topowych firm oraz praktykami z ogromnym doświadczeniem. To właśnie oni są autorami tekstów, dzięki którym lepiej zrozumiesz mechanizmy, jakimi kieruje się rynek pracy.

W każdym numerze “Przewodnika po karierze i rekrutacji” publikujemy artykuły, poruszające tematykę, na którą musisz zwrócić szczególną uwagę, jeśli myślisz aktualnie o zmianie zawodowej. To kolejne źródło praktycznej wiedzy, które pomoże Ci lepiej planować swoje działania, świadomie kierować karierą i osiągać oczekiwane rezultaty.

Wśród tekstów, znajdziesz m.in. wiedzę dotyczącą budowania kariery, tajników rekrutacji, szukania pracy w różnych branżach, przygotowania skutecznego CV, koniunktury rynku pracy, a także poznasz od środka funkcjonowanie największych firm.

Jesteśmy przekonani, że Twój zapał do ciągłego poszerzania wiedzy i rozwoju zawodowego, wkrótce pomoże Ci zrealizować nawet najbardziej ambitne cele!

Tymczasem my regularnie będziemy wracać do Ciebie z kolejnymi częściami “Przewodnika po karierze i rekrutacji”! :)

TRZYMAMY KCIUKI ZA TWÓJ ROZWÓJ!

ZESPÓŁ CAREER EXPO / SKILLS DAY / CAREER ACADEMY

# Siła social mediów w rekrutacji



## MONIKA JAGODZIŃSKA

PR & MARKETING LEAD W CPL JOBS POLSKA

Jest pełnym pasji do swojej pracy marketingowcem, posiadającym doświadczenie zawodowe zarówno w pracy w międzynarodowej korporacji, jak i w małych firmach, w tym także w start-upach. W CPL Jobs jest odpowiedzialna za działania PR i marketing na terenie całej Polski. Prywatnie pasjonatka marketingu

Media społecznościowe stały się jednym z narzędzi, którymi obecnie na co dzień posługują się rekruterzy w poszukiwaniu i weryfikowaniu kandydatów. Posiadanie osobistego profilu na którymkolwiek z portali social media wpływa na to jak mogą postrzegać nas potencjalni pracodawcy. To jak wielką siłę w dzisiejszych czasach stanowią social media świadczą najlepiej same liczby: Facebook w Polsce posiada obecnie aż 19 mln użytkowników, Instagram przekroczył niedawno 7 mln, a LinkedIn 2,5 mln.

W social mediach wszyscy jesteśmy ekspertami od własnego wizerunku, który skrupulatnie budujemy codziennymi postami, komentarzami, like`ami itp. Będąc obecnym w sieci warto jednak nieco bliżej przyjrzeć się specyfice portali, z których korzystamy, tak aby świadomie kreować swój wizerunek w Internecie. Szczególnie ważne jest, aby zadbać o nasz profil na portalach zawodowych, to tutaj bowiem w pierwszej kolejności będą szukać nas rekruterzy.

## Budowanie profesjonalnego wizerunku na profilu biznesowym

Portale social media możemy podzielić na profesjonalne, zawodowe – takie jak LinkedIn i Golden Line i prywatne – Facebook, Twitter czy Instagram. Podstawową różnicą między Facebookiem, a LinkedIn jest to, że ten drugi powstał w celu budowania relacji biznesowych w sieci, tworząc w Polsce 2,5 milionową bazę profesjonalistów. Jak zatem powinien wyglądać profesjonalny profil na LinkedIn, który zachęci rekruterów do kontaktu z nami? W ramach budowania naszego profilu na LinkedIn powinniśmy szczególnie zadbać o takie elementy jak: Line i prywatne – Facebook, Twitter czy Instagram. Podstawową różnicą między Facebookiem, a LinkedIn jest to, że ten drugi powstał w celu budowania relacji biznesowych w sieci, tworząc w Polsce 2,5 milionową bazę profesjonalistów. Jak zatem powinien wyglądać profesjonalny profil na LinkedIn, który zachęci rekruterów do kontaktu z nami? W ramach budowania naszego profilu na LinkedIn powinniśmy szczególnie zadbać o takie elementy jak:

— **Profesjonalne zdjęcie profilowe** oraz zdjęcie w tle. Na LinkedIn prezentujemy naszą osobę w kontekście zawodowym, unikajmy fotografii z wakacji, ślubu, czy też pokazujących nas w kontrowersyjnych sytuacjach. Brak zdjęcia na profilu również nie jest dobrym rozwiązaniem.

— **Imię i nazwisko.** Nie stosujemy pseudonimów, czy też skrótów naszych imion, a posługujemy się naszymi pełnymi danymi osobowymi, tak jak robimy to zazwyczaj w oficjalnych dokumentach.

— **Nagłówek** – wstępny opis. Krótki wstęp prezentujący naszą osobę, w kontekście dotychczasowego doświadczenia zawodowego oraz naszych zainteresowań. Choć opis powinien być oryginalny i przyciągający uwagę, to w tej części szczególnie pamiętajmy o tym, aby unikać odwołań do naszych prywatnych doświadczeń. Zadbajmy również o to, aby umieścić w nim słowa kluczowe, bowiem za ich pomocą rekruterzy szybciej nas odnajdą – działają niemal jak hasztagi.

— **Aktualne dane.** Skoro już mamy profil na LinkedIn warto na bieżąco uzupełniać dane – aktualne miejsce zatrudnienia, posiadane wykształcenie, znajomości języków obcych, integrację z aktualnym profilem pracodawcy. Dzięki temu, zarówno my jak i rekruterzy, nie tracimy czasu na rozmowy o ofertach pracy, które mogą być już dla nas nieaktualne i nieatrakcyjne.

— **Język profilu.** Wybór języka, w którym będziemy publikować nasz profil powinien być uzależniony od tego do jakiej grupy osób chcemy dotrzeć i jak się przedstawiać na portalu. Język angielski daje nam możliwość prezentacji swojej osoby większemu gronu użytkowników LinkedIn, gdyż dużo większa grupa osób zarejestrowanych na serwisie posługuje się tym językiem, niż językiem polskim. Jeżeli zatem szukamy pracy w międzynarodowej korporacji warto mieć profil w języku angielskim. Ważne jest, abyśmy zawsze byli spójni w komunikacji, którą prowadzimy i uzupełniali dane tylko i wyłącznie w jednym języku.

—  
**Umiejętności, ukończone kursy i szkolenia.**

Rekruter przeglądając nasz profil bez wątpienia zwróci uwagę na wybrane przez nas umiejętności, ukończone szkolenia i kursy. Jeżeli zatem mamy czym się pochwalić w tej kwestii koniecznie powinniśmy o tym napisać na LinkedIn.

—  
**Rekomendacje.**

To nic innego jak nasze referencje. Zadbajmy zatem o to, aby nasi pracodawcy, współpracownicy udzielili nam referencji, które będą postrzegane w oczach rekruterów, jako szczególnie cenna część naszego profilu.

—  
**Aktywność na portalu.**

Wszystkie nasze komentarze, udostępnienia, polecenia zostaną zauważone przez naszą sieć kontaktów, a co za tym idzie warto przemyśleć, które treści chcemy polecać za pośrednictwem swojego profilu.

—  
**Sieć kontaktów.**

Dzięki obecności na tego typu portalach możesz zbudować swoją sieć kontaktów, która pozwoli Ci poznać branżę, utrzymywać relacje, a być może także rozwiniesz i zdobędziesz dodatkowe doświadczenie zawodowe. Skrupulatnie dobierajmy jednak osoby do swojej grupy kontaktów, tak aby w przyszłości uniknąć kłopotliwych sytuacji związanych na przykład z tym, że ktoś będzie powoływał się na znajomość nami, która de facto nie istnieje.

Na LinkedIn możesz także promować w swoją osobistą markę, jako eksperta w danej dziedzinie, publikując profesjonalne artykuły i treści, czy też portfolio swoich prac graficznych. Im więcej czasu poświęcisz na dostarczenia wartościowych treści w

ramach swojego profilu, tym bardziej interesująca będzie Twoja osoba w oczach rekrutera, co bez wątpienia przyciągnie równie interesujące oferty pracy i możliwości zawodowe.

## W sieci nikt nie jest anonimowy

Wicie już jak budować swój wizerunek na profesjonalnych portalach biznesowych, ale przecież szukając pracy bardzo często rejestrujemy swoje konta osobiste także na różnorodnych serwisach pracy, czy udzielamy się na blogach i forach tematycznych. Wszędzie tam gdzie pozostawiliśmy po sobie „ślad” w sieci mogą nas znaleźć także rekruterzy. Znaczenie social media, jako źródła wiedzy

o kandydatach w procesach rekrutacji, z roku na rok diametralnie wzrasta. Również szybko powinna wzrastać świadomość kandydatów na temat ich obecności i aktywności w Internecie oraz kanałach społecznościowych. Internet w bardzo łatwy i zarazem szybki sposób może pomóc kreować nasz profesjonalny wizerunek w sieci, ale równie łatwo i szybko może też go popsuć. Dobrym przykładem może tutaj być publiczne manifestowanie swoich poglądów politycznych, czy też religijnych, które niekoniecznie mogą nam się przysłużyć. Najlepszym rozwiązaniem wydaje się być budowanie wizerunku w oparciu o spójny przekaz, tak aby wizerunek na zdjęciach na Instagramie, przemyślenia na Twitterze, czy nasza aktywności na Facebooku, nie były dla nas kłopotliwe w sytuacji zawodowej. Unikajmy udostępniania treści i informacji o sobie „wszystkim”, ograniczając swoją prywatność za pomocą odpowiednich ustawień, które gwarantuje każdy z tych serwisów.



# Networking – narzędzie w budowaniu kariery



**KAROLINA OMAZDA-BORKOWSKA**  
MENADŻER ZESPOŁU EMPLOYER BRANDING

Od ponad 10 lat z pasją wspieram biznes w rozwoju kompetencji sprzedażowych i managerskich. Interesują mnie również kwestie związane z jakością, standardami, certyfikacjami ISO. Dwa lata temu rozpoczęłam przygodę w obszarze HR – jestem odpowiedzialna za employer branding w banku Credit Agricole.

## Na czym polega networking?

Samo słowo w ostatnich latach stało się bardzo modne i popularne, chyba równie mocno jak kolekcjonowanie znajomych na portalach społecznościowych. Czy te dwa elementy można ze sobą łączyć? Czy to połączenie może nam przynieść wymierne korzyści i wpłynąć na naszą karierę? Jestem przekonana że tak, choć mogę być nieobiektywna jako fanka networkingu. Zaczniemy od tego czym naprawdę jest networking. Cytując Grzegorza Turniaka, największego promotora tego rozwiązania w naszym kraju: "networking jest świadomym procesem wymiany informacji, zasobów, wzajemnego poparcia i możliwości, prowadzonym za pomocą wzajemnie korzystnych kontaktów". Jeśli sądzisz, że mając setki, może nawet tysiące znajomych na portalach społecznościowych, jesteś znakomitym networkerem, to szybko zadaj sobie pytanie: jakie korzyści wynikają z posiadania tak dużej liczby znajomych?

W networkingu nie chodzi o płytkie znajomości, czy długą listę numerów. Podstawą jest oczywiście nawiązanie nowych znajomości, jednak celem jest ich utrzymanie, rozwój i możliwość wzajemnej wymiany informacji i pomocy. Co ważne, relacje networkingowe powinny przynosić korzyści obu stronom. Żeby znajomość wspięła się na wyższy szczebel, na którym skuteczny zacznie być networking – potrzebne jest zaufanie, które buduje się z czasem. Dlatego tak ważne jest, by nie przechodzić od razu do konkretów i sprzedaży.

## Jak pozyskiwać kontakty?

Niewykluczone, że czytając ten artykuł posiadasz już bazę znajomych na Twoich profilach społecznościowych. Może nawet udzielasz się na forach dyskusyjnych? To dobry początek do budowania przemyślanej sieci kontaktów.

Jeśli chcesz budować swoją karierę w oparciu o relacje networkingowe, warto w pierwszej kolejności odpowiedzieć sobie na pytanie, jakie znajomości pomogą Ci w jej kreowaniu czy realizacji. Warto jest wykonać ćwiczenie i sprawdzić, jakie grupy znajomych już posiadasz i w jakich tematach możesz pogłębiać z nimi relacje. Zapewne część Twoich znajomych będzie mogła być wsparciem już na starcie budowania Twojej ścieżki zawodowej. Kolejnym krokiem będzie pozyskiwanie nowych kontaktów.

Internet to miejsce, gdzie w szybki, prosty i również tani sposób możesz pozyskać kontakty branżowe, skupione wokół interesujących Cię tematów, mogące podpowiedzieć Ci, jak wygląda praca w firmie, którą się interesujesz. Zapisz się do grup tematycznych, forów dyskusyjnych, uczestnicz w webinarach (często bezpłatnych) lub streamach na żywo. Dobrze jest być aktywnym, zadawać pytania i dyskutować, a następnie kontynuować znajomości w tak zwanym kanale „priv”. W relacjach online ważna jest systematyka i stałe utrzymywanie kontaktu,

a zaangażowanie to klucz do grona znajomych, którzy odwzajemnią się tym samym.

Spotkania branżowe, wykłady, konferencje, targi pracy, seminaria jednym słowem spotkania. Udział w nich pozwala osobiście poznać specjalistów różnych dziedzin i różnych firm, którzy posiadają spore możliwości, wiedzę i doświadczenie, które mogą być przydatne również dla Ciebie. Najważniejszy czas podczas tych spotkań, to przerwy lub dedykowane sesje networkingowe. Skoncentruj się na tym momencie i przygotuj się do niego: opracuj pytanie lub ciekawy wniosek dotyczący prezentowanego materiału, aby wciągnąć rozmówcę w dialog.

W różnych środowiskach branżowych można zauważyć inicjatywę spotkań, podczas których można wymieniać się wiedzą i doświadczeniem. To świetne okazje do tego, by w nieco luźniejszej atmosferze poznać ludzi o podobnych zainteresowaniach, którzy są otwarci na dzielenie się wiedzą. Najlepszym przykładem branży, która ma dość mocno rozwinięte tego typu aktywności, jest IT. Jednak coraz częściej pojawiają się również inicjatywy pod hasłem „Śniadania HR”, „Projektowe Lunche”. Sprawdź, jak wyglądają takie spotkania z pasjonatami z Twojej branży.

Oczywiście nie tylko zaplanowane spotkania przynoszą możliwości networkingu. Umówmy się, nie wszystko da się zaplanować, a z okazji należy korzystać. Spotkania spontaniczne dają dużo większą swobodę działania i są mniej formalne. Wyjście do kina czy do parku na spacer powoduje, że jesteśmy bardziej naturalni i otwarci na nowe doświadczenia. Często zupełnie przez przypadek możesz poznać kogoś, kto pomoże Ci rozwinąć skrzydła.

## Zasady dobrego networkera

Nie zapominaj o byciu prawdziwym i wiarygodnym. Wiem, że pokusa koloryzowania swoich umiejętności i wiedzy w przypadku znajomości online może



być większa. Jeśli pojawi się ona również u Ciebie, zachęcam do szybkiej refleksji: jakie to uczucie, gdy polecasz do pracy znajomego, który okłamał Cię w kwestii posiadanych kompetencji lub ktoś polecił Ci tak zwanego „fachowca”?

Kolejna kwestia – dużo nie zawsze znaczy dobrze. Odnosi się to zarówno do liczby posiadanych kontaktów, jak i informacji umieszczanych w sieci. Stawiaj na jakość, a nie ilość. Mniej znajomych nie oznacza niezrealizowanych założeń, zwłaszcza, gdy pozostajecie w stałym kontakcie. Co do informacji jakie umieszczasz, zastanów się, na ile publikacja treści prywatnych pomoże Ci w rozwoju Twojej zawodowej sytuacji. Pamiętaj, informacje w Internecie zostają na dłużej, niż nam się wydaje.

Możesz poćwiczyć message map – stwórz sobie coś w rodzaju werbalnej wizytówki. Powinna ona składać się z nagłówka, w którym mówisz co robisz, a nie kim jesteś. Komu i w czym pomagasz, co robisz dla klientów. Nie „jestem trenerem komunikacji”, a „pomagam firmom i przedsiębiorcom ćwiczyć kompetencje miękkie i komunikację”. Można to wzmocnić, jeśli na przykład działasz na skalę kontynentu czy globalną, poprzez zaprezentowanie tych, z którymi współpracujesz. Taka wizytówka powinna być powtarzalna, ale i modyfikowalna w zależności od sytuacji.

Nie zapomnij o tym, by być dobrym słuchaczem. Część doświadczonych networkerów mówi, że jest to podstawą networkingu. Swoją opinię podpierają argumentami, że można zaobserwować ludzi, którzy mówią, że słuchają, a jednocześnie potrafią przerwać wypowiedź, gdyż niecierpliwą się w oczekiwaniu na możliwość opowiedzenia o sobie. Zachęcam Cię do tego, by uczyć się cierpliwie i aktywnie słuchać swoich rozmówców. Zwłaszcza, że taka praktyka może w naturalny sposób podsunąć Ci pytania czy wnioski, które wykorzystasz w rozmowie.

Dlaczego warto się przygotować? Kiedy nie masz praktyki, pierwsze nawiązanie relacji networkin-

gowych może być dla Ciebie stresujące, a przecież pierwsze wrażenie jest niezmiernie ważne. Piszę to z własnego doświadczenia: podczas pierwszych spotkań networkingowych stałam przestraszona pośród różnych przedsiębiorców nie wiedząc co powiedzieć, a rzadko nie wiem co powiedzieć.

## Networking po polsku, czyli koleśiostwo.

Zdarza się, że spotykam się ze stwierdzeniem, że networking to forma załatwiania sobie pracy po koleżeńsku lub słyszę że nie ma pracy, bo ludzie załatwiają sobie pracę po znajomości. Sądzę, że takie stwierdzenia często powodują, że networking kojarzony jest właśnie z protekcją i wykorzystaniem znajomości. Czy warto w takim razie wykorzystywać go do budowania kariery?

Zdecydowanie tak. Osoby takie jak HR Business Partnerzy czy Headhunterzy powiedzą Ci, że w biznesie jest coraz mniej miejsca na „koleśiostwo”. Nikt nie zarekomenduje osoby, wydarzenia czy przedsięwzięcia, ryzykując własne nazwisko. Tego typu działania skazują bowiem osoby polecające na utratę wiarygodności.

**Moja rada** – jeśli nie spróbujesz, nie będziesz wiedzieć, co może dać networking. Wdrażaj w życie mały krokami idee budowania trwałych relacji, które pomogą Ci budować karierę, własny biznes, sieć kontrahentów, ale często będą dla Ciebie również inspiracją i wsparciem w trudnych tematach. Nie da się uniknąć wpadek. Trzeba mieć dystans, szybko reagować, ale nie ma innej możliwości, żeby ją mieć, niż przećwiczyć to miliony razy. Tak samo w komunikacji, podobnie jak w sporcie musimy wyćwiczyć pewne ruchy. Ważne jest, by nauczyć się odpuszczać sobie błędy.





# Rozwój kariery w kierunku innym niż tytuł na dyplomie?

**W AmRest nie mamy z tym problemu!**



**JACEK MAJEWSKI**  
TALENT ACQUISITION SPECIALIST

Posiada ponad 3-letnie doświadczenie w roli rekrutera oraz przy realizacji projektów z zakresu HRu miękkiego i Employer Brandingu.

Wybór kierunku studiów wydaje się być bardzo poważną decyzją determinującą przyszłość zawodową. Często do jego podjęcia dochodzi w sytuacji gdy mglście widzimy naszą karierę zawodową. Wiele rzeczy może nam się tylko wydawać i reasumując może po prostu jest zbyt wcześnie, żeby ostatecznie definiować samego siebie, szczególnie w kategoriach zawodowych. W trakcie studiów zaliczamy kolejne przedmioty rok po roku, odbywamy praktyki, poznajemy specjalistów z naszej dziedziny i w momencie gdy zbliżamy się do końca, uświadamiamy sobie, że chcemy rozwijać się w innym kierunku.

Wszystkich, którzy mają podobne refleksje już w trakcie studiów lub z dyplomem w ręku i czują z tego powodu niewygodę – mogą uspokoić: Nic wielkiego się nie dzieje i wszystko jest w porządku!

## Studia to też bagaż doświadczeń

Studia można potraktować jako etap przygotowujący do obrania kierunku kariery na przyszłość. Czy w studiowaniu nie chodzi również o to, żeby rozwinąć swoje horyzonty i poznać własne możliwości? Wiele przedmiotów akademickich udowadnia, że istnieją różne punkty widzenia, co daje szansę na samodzielne definiowanie wniosków. Studia uczą szukać dostępu do informacji, systematyzować i syntetyzować zdobytą wiedzę, pracy w grupie, zarządzania sobą w czasie oraz pracy na tzw. deadline'ach. Sytuacje na uczelni takie, jak budowanie relacji, zarządzanie projektami studenckimi w ramach kół naukowych, czy chociażby rozmowy w dziekanacie, to nic innego jak rozwój kompetencji miękkich: radzenie sobie ze stresem, zarządzanie sobą w czasie, czy komunikacja interpersonalna. Taki komplet doświadczeń jest bazą do dalszego rozwoju, niezależnie od charakteru wykonywanej pracy. Organizacje i koła studenckie dają również możliwość zdobywania doświadczeń, które zwrócą się z nawiązką w dalszej przyszłości.

## Staż – pierwszy krok w wymarzonym kierunku

Jako rekruter zdecydowanie mogę napisać, że w wielu przypadkach to właśnie doświadczenie Kandydata jest kluczowe. Staż, wolontariat czy jakakolwiek inna działalność w obszarze, który Was interesuje może być dobrym początkiem do postawienia pierwszych kroków w kierunku wymarzonej kariery, niezależnie czy jest zgodny z obranym

kierunkiem studiów, czy nie. Takie doświadczenie, to nic innego jak nauka w praktyce. Przy okazji stwarza okoliczności do skonfrontowania czy wyobrażenia o branży są zbieżne z realiami.

## Studia podyplomowe – merytoryczne podparcie

Rynek edukacyjny oferuje wiele możliwości na uzupełnienie lub pogłębienie wykształcenia. W wielu przypadkach studia podyplomowe to dobre rozwiązanie, gdy interesuje nas kariera w kierunku innym niż ten który figuruje na dyplomie z uczelni. Wykładowcami często są praktycy, którzy nauczają na podstawie własnych doświadczeń i posługują się przykładami z życia. Na takie studia uczęszczają również osoby pracujące w konkretnej branży. Daje to możliwość poznania i uczenia się od doświadczonych osób oraz partycypowania w merytorycznej dyskusji praktyków.

## Doradca zawodowy – opcja dla niezdeterminowanych

Kończąc studia można mieć poczucie, że po prostu „nie wie się co chce się robić”. Pomocą w takim przypadku może być wizyta u doradcy zawodowego (co sam również przerabiałem). W czasie 2-3 spotkań coachingowych doradca zadaje dużo pytań, może zlecić wykonanie testu określającego kompetencje i predyspozycje zawodowe. Może też uświadomić o wielu aspektach na temat realiów i mitów związanych z karierą zawodową. Jedną z najważniejszych rzeczy, z którą ukończyłem spotkania była opinia doradcy, że „do 30-stki spokojnie można eksperymentować z karierą zawodową, sprawdzać nowe obszary, zmieniać je i że jest to jak najbardziej naturalne”!

## Culture Fit

Uwierz, są na rynku firmy, dla których ważniejsze od Twojego wykształcenia, będzie tzw. „culture fit”, czyli dopasowanie do kultury organizacyjnej. Zwykle są to firmy o silnej i stabilnej pozycji, doskonale wiedzące z jakimi osobami chcą współpracować. Szukając pracy warto sprawdzić w co wierzy firma i jakie wartości są dla niej ważne. Jeżeli poczujesz, że jest to zbieżne z tym kim jesteś, za wszelką cenę postaraj się pokazać pracodawcy od Twojej prawdziwej strony, jest na to wiele sposobów: forma języka jakiej używasz w mailach, wygląd Twojego CV i co tam jest napisane. Dla przykładu firma AmRest, która w swoim DNA ma wpisaną radość, zwraca uwagę na pozytywną energię kandydatów i ich tzw. „Go Getter attitude”. Zdarza się, że właśnie to decyduje o zatrudnieniu!

## Wiem o czym piszę...

Jeszcze kilka lat temu byłem w podobnej sytuacji. Po skończonym kierunku studiów, moim miejscem pracy miała być... biblioteka. Naturalnie nie uważam, że jest to coś złego, natomiast zupełnie się tam nie widziałem, już w trakcie nauki wiedziałem, że to nie dla mnie. Po obronie pracy magisterskiej sen z powiek spędzała mi myśl, że nie wiedziałem co chciałbym robić. Wizyta u doradcy zawodowego utwierdziła mnie w tym, że mam dać sobie szansę na poszukiwania. Przełomem był darmowy staż, który przerodził się w poważną pracę. Idąc za ciosem, zapisałem się również na studia podyplomowe. Dziś realizuję się w obszarze miękkiego HR, na dodatek w organizacji która dba o to, żeby pracownikom na co dzień nie zabrakło FUNu, bo atmosfera w pracy obok zaspokojenia aspiracji zawodowych jest najważniejszą wartością.



# Nowoczesne narzędzia

wspomagające proces rekrutacji  
w Grupie Impel.



**KATARZYNA KASPRZAK**  
MENEDŻER DS. PERSONALNYCH

Jestem absolwentka psychologii zarządzania Uniwersytetu SWPS we Wrocławiu. Z Grupą Impel współpracuję już 9 lat. Zainteresowania zawodowe skupiające się na procesach rekrutacji, onboardingu i employer branding z powodzeniem przekładam na praktykę. Uczestniczę w różnorodnych projektach z zakresu miękkiego HR.



**MARCELINA KAMIŃSKA**  
MENEDŻER DS. PERSONALNYCH

Jestem absolwentką psychologii na Wydziale Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Od początków swojego życia zawodowego, zajmowałam stanowiska związane z bezpośrednią pracą z ludźmi i dla ludzi. Z obszarem HR i Grupą Impel jestem związana od przeszło 3 lat. Aktualnie odpowiadam m.in. za procesy rekrutacyjne oraz szkolenia adaptacyjne w firmie. Angażuję się w projekty HR z zakresu employer branding, czy budowania zaangażowania pracowników.



**PRZEMYSŁAW JANKOWSKI**  
MENADŻER DS. SZKOLEŃ

Pracuję w Centrum Szkoleń Grupy IMPEL jako Menadżer ds. Szkoleń. Jestem Trenerem Sprzedaży oraz certyfikowanym coachem. Posiadam ponad piętnastoletnie doświadczenie w obszarze szkoleń i rozwoju sieci sprzedaży w dużych Organizacjach. Z zamiłowania jestem muzykiem.

Który ze stylów zachowań jest dominujący i w czym tkwi potencjał kandydata? Między innymi na takie pytania odpowiada test DISC. To narzędzie, które wspomaga proces rekrutacji w Grupie Impel.

Ktoś nie przepada za pracą w grupie, ale za to świetnie nadaje się do samodzielnej realizacji zadań. Inna osoba uwielbia analizować dane lub wyniki badań, ale wolałaby nie omawiać ich publicznie. Ktoś jeszcze inny świetnie sprawdzi się jako lider, który pociągnie za sobą innych, ale zaraz będzie potrzebował wsparcia współpracowników kontynuujących projekt. Świadomość własnego stylu zachowania przydaje się w pracy. Wiedzę na ten temat można pozyskać nie tylko w praktyce, metodą prób i błędów, ale też za pomocą odpowiednich narzędzi.

## 10 minut i wiesz!

Jednym z takich narzędzi jest badanie DISC, które identyfikuje stopień intensywności 4 stylów zachowań. Jego nazwa to skrót od ich angielskich określeń:

- **D – Dominant (Dominujący)**
- **I – Influencing (Wpływowy)**
- **S – Steady (Stały)**
- **C – Compliance (Sumienny)**

Każdy z nas łączy w swoich działaniach wszystkie style zachowań, ale najwyższe wyniki uzyskuje w jednym z nich. I tak np. przeważający u danej osoby styl dominujący łączy się z koncentracją na realizacji celu i wielozadaniowością, a styl wpływowy – z kreatywnością, a jednocześnie słabą organizacją. Ktoś przejawiający głównie styl stały okaże się lojalnym członkiem zespołu, a osoba o wybijającym się na pierwszy plan sumiennym stylu zachowania będzie w praktyce dobrze zorganizowanym perfekcjonistą.

Test DISC określa m.in. takie cechy jak decyzyjność, analityczne myślenie, samodzielność, reakcję na zmianę, odporność na stres, umiejętność organizacji pracy i wartości wnoszone do zespołu. – To test stworzony dla biznesu i wynikający z potrzeb biznesowych. Narzędzie jest proste i intuicyjne, badanie przeprowadzamy online i zajmuje to około 10 minut – mówi Katarzyna Kasprzak z działu rekrutacji.

W Grupie Impel DISC używany jest od niedawna – głównie do rekrutacji na stanowiska menedżerskie. Certyfikację uprawniającą do przeprowadzania testu i analizy wyników uzyskało kilka osób z działu rekrutacji i szkoleń.

## Odkryte talenty

Osoba wykonująca test z pewnością nie ma się czego obawiać. – Nie ma złych ani dobrych odpowiedzi. Trzeba spontanicznie wybierać te, które najbardziej do nas pasują. Celem testu nie jest zdyskwalifikowanie kogoś ani nawet ocena, tylko znalezienie odpowiedniego obszaru dla danej osoby lub wskazanie sposobu najskuteczniejszej komunikacji – wyjaśnia Marcelina Kamińska reprezentująca dział rekrutacji.

DISC jest realizowany przez internet, ale nie zastępuje bezpośredniej rozmowy z rekruterem. Każdy kandydat, który rozwiązał test, otrzymuje informację zwrotną – bezpośrednio lub telefonicznie. Korzyści są nieocenione. – Sam test o niczym nie przesądza – analizując wyniki, możemy porozmawiać o tym, nad czym pracujesz, które swoje cechy chcesz rozwijać, a z jakich już efektywnie

korzystasz. DISC sprawdza się również, gdy ktoś chce coś zmienić w swoim życiu zawodowym albo dopiero rozpoczyna karierę. Test może go ukierunkować, bo pokazuje, jakich ról szukać, w czym dana osoba najlepiej się sprawdzi – czy np. powinna wybierać stanowiska analityczne, czy raczej związane z zarządzaniem ludźmi. Jednym słowem – gdzie najlepiej wykorzysta swoje predyspozycje i talenty – mówi Marcelina Kamińska.

Ostatnio DISC został zastosowany podczas procesu rekrutacyjnego na stanowisko menedżerskie w dziale handlowym, a także wewnątrz – w kilku działach w pionie personalnym. Dzięki wynikom testu poznaliśmy się lepiej i zobaczyliśmy ciekawą mapę zespołu – z naszymi indywidualnymi zdolnościami i talentami – tłumaczy Marcelina Kamińska.

## Zadania „szyte na miarę”

Znając tak dobrze zespół, można oszczędzić czas i zwiększyć skuteczność działań. – DISC pomaga nie tylko lepiej poznać kandydata do pracy, ale pozwala też rozpoznać potencjał już zatrudnionych pracowników. Dzięki temu możemy chociażby skutecznie wyłonić lidera zespołu do konkretnego projektu i ustalać zakres jego roli. Jeżeli wiemy, że potrzebujemy osoby o odpowiednich kompetencjach, możemy zbadać grupę osób i wyłonić te, które najlepiej się nadają do danego projektu, na dane stanowisko, do danych zadań – zapewnia Przemysław Jankowski z działu szkoleń. Sam przechodził test już trzy razy. – Na własnym przykładzie mogę powiedzieć, że DISC jest wiarygodny i spójny. Pokazuje nasze style naturalne, ale też nabyte, którymi posługujemy się w danej sytuacji. U mnie te naturalne pozostały niezmienione, a nabyte zmodyfikowały się wraz z doświadczeniem – podsumowuje nasz rozmówca.



## Skin in the game: Being proactive



**CHRISTIAN NENTWICH**  
CHIEF EXECUTIVE OFFICER

Co-founder and CEO of Duco. Technologist with a passion for simplifying complex data using augmented machine learning and AI automation, has led Duco from a few lines of code to an award-winning global enterprise. He holds a BSc and PhD in Computer Science from University College London.

SaaS companies continuously have to justify their value to customers. We get paid on recurring revenue based on usage, so our success is closely aligned with our clients' success. You don't get that with the traditional on-premise software model: an upfront licence fee, professional services costs and multi-year terms where the incentive to go beyond the call of duty is low.



## Changing the support model

Customer Success Management has become a “thing” in the SaaS industry for a reason. At Duco, it means constantly asking ourselves:

**How well are we providing value for this client?**

**Is the client, in turn, achieving success for her or his stakeholders?**

At Duco, we have no access to our clients’ data, but we do pay attention to important metadata and that enables us to measure some of these things and get on top of them. Let’s look at what happens when:

### A customer’s submitted volume drops off

**The old way:** there’s clearly a problem but the first time the vendor hears about it is when the customer raises a ticket. The vendor spends the entire time in reactive mode.

**The Duco way:** we constantly track volume and if there’s a drop we get on the phone to proactively address any issues. We can then come on site, offer to retrain staff free of charge, or whatever else it takes to fix the problem.

### Web browser response times deteriorate

**The old way:** the customer is frustrated. They may never say so. Or maybe they raise a ticket, but the vendor struggles to reproduce, has to park somebody on site for a month and there’s a patch six months later.

**The Duco way:** we review this metric continuously and can roll out a speed-fix in the next monthly update or even intra-day.

### A reconciliation process crashes (shock, horror – we run thousands of these things, it can happen!)

**The old way:** the customer raises a ticket, waits as they approach their end-of-day deadline, vendor scrambles.

**The Duco way:** we will always know about a crash before the client knows. By the time we notify them, we’ve already started to fix it.

### A shift in the market

Running a modern SaaS business means adding a whole new level to the traditional client services function. We’ve developed the capabilities, technology and service model to be proactive at all times. Waiting for the phone to ring doesn’t work. Waiting for tickets doesn’t work.

As a result we’ve focused on finding highly-skilled individuals with the capacity to diagnose issues proactively, resolve them and communicate effectively with our clients.

Thinking through how to use all this wealth of information to provide better service becomes a skill in itself. This presents us with a continually evolving opportunity to focus on how to add value back to our clients, establishing a new benchmark and best of breed service model.



## Kto pyta (pracodawcę), nie błądzi



**BARTOSZ OLEJNICZAK**  
HR MANAGER

Od 10 lat związany z obszarem HR. Na co dzień pomaga pracownikom i kandydatom odkrywać swój potencjał, a pracodawcom – tworzyć przyjazne i otwarte miejsca pracy. Doradza, szkoli i rekrutuje, a w czasie wolnym na vlogu "Bo warto" dzieli się pomysłami na dobre życie i udaną karierę.

Zdecydowana większość kandydatów podczas rozmowy kwalifikacyjnej zadaje 1-2 pytania, które w 90% przypadków dotyczą benefitów i godzin pracy. Biorąc pod uwagę fakt, że często są to informacje publikowane już na poziomie ogłoszenia o pracę, warto zastanowić się jak takie pytania wpływają na wizerunek kandydata w oczach potencjalnego pracodawcy. O co więc warto zapytać podczas spotkania rekrutacyjnego, aby nie zepsuć dobrego wrażenia, a także móc podjąć świadomą decyzję odnośnie dalszej współpracy?

Przemyślane i dobre pytania skierowane do pracodawcy nie tylko świadczą o tym, że poświęciliśmy dodatkowy czas w przygotowanie do spotkania rekrutacyjnego, ale przede wszystkim są oznaką tego, że znamy swoje zawodowe potrzeby i oczekiwania. Rola naszych pytań ma więc podwójny charakter – z jednej strony pozwala pracodawcy sprawdzić nasz poziom zaangażowania i zainteresowania, a z drugiej – daje nam niezbędne informacje potrzebne do podjęcia świadomych decyzji dotyczących naszej kariery. Ich brak sugeruje więc, że jesteśmy w stanie przyjąć ofertę od pierwszej lepszej firmy, która zdecyduje się nam ją złożyć.

Paradoksalnie więc, ostatnie kroki procesu rekrutacyjnego oraz ich skutki są bezpośrednim wynikiem tego, w jaki sposób przygotowujemy się do poszukiwania nowej pracy.

## Dobre przygotowanie to podstawa

Mając świadomość w jakim środowisku pracy chcielibyśmy budować swoją karierę, co nas motywuje, z jakimi ludźmi lubimy przebywać, jaki rodzaj zadań czy pracy jest dla nas najbardziej odpowiedni, a nawet jakim typem osobowości się charakteryzujemy - możemy zadać precyzyjne pytania, które pozwolą nam stwierdzić czy dana firma, zespół czy stanowisko są dla nas odpowiednie.

Jeżeli więc do tej pory nie mieliście okazji aby zastanowić się nad tym tematem, chciałbym zasugerować Wam kilka obszarów, które warto przeanalizować próbując zrozumieć własne potrzeby i oczekiwania. Wynikiem tego procesu będą pytania, które powinniśmy zadać pracodawcy podczas spotkania rekrutacyjnego, aby móc stwierdzić czy jego oferta jest dla nas odpowiednia.

## "Kultura zjada strategię na śniadanie"

Ten słynny cytat pochodzący od Petera Drucker'a - guru zarządzania, oznacza, że największe plany i strategię biznesowe nie mają sensu, jeżeli kultura pracy i atmosfera panująca w danej firmie w pozytywny sposób nie będą wspierały ich realizacji. Podobnie jest w przypadku rozwoju kariery. Możemy pracować na wymarzonej stanowisku, robić codziennie mnóstwo niesamowitych rzeczy, ale jeżeli będzie to oznaczało pracę w skłóconym zespole, z ciągłą rywalizacją albo poświęceniem swojego zdrowia psychicznego i czasu prywatnego, to może się okazać, że ta „cudowna” praca nie daje nam żadnej satysfakcji.

Dobrze jest więc na początku poszukiwań nowego miejsca pracy zastanowić się - **jak lubimy pracować? Jaka atmosfera w pracy jest dla nas motywująca, a co działa na nas stresująco? I wreszcie, co sprawia, że pracujemy efektywnie i z pasją?**

Kiedy poznamy i zrozumiemy swoje preferencje w temacie kultury organizacyjnej, sformułowanie pytań do potencjalnego pracodawcy będzie dużo łatwiejsze. Przykładowe pytania do rekrutera mogą wtedy brzmieć tak:

- **Co daje Panu/Pani największą satysfakcję z pracy i motywuje do tego by codziennie się w niej pojawiać?**
- **Co wyróżnia Państwa firmę jako pracodawcę na tle lokalnej konkurencji?**
- **Jakie cechy charakteru cenicie Państwo u swoich pracowników?**

## Poznaj oczekiwania pracodawcy

Oczywiście szukając nowej pracy nie bez znaczenia są także nasze codzienne obowiązki. O ile jednak główne zadania na danym stanowisku są zwykle opisywane w treści ogłoszenia o pracę, to jednak oczekiwane rezultaty tych działań pozostają w sferze domysłu, dlatego dobrze jest je sprecyzować przed podjęciem decyzji o nawiązaniu współpracy. Przykładowo - zgodnie z ogłoszeniem o pracę na stanowisko Specjalisty ds. Sprzedaży naszym zadaniem jest utrzymanie dobrych i partnerskich relacji z klientami, a także prowadzenie sprzedaży produktów firmy. Ale co to dokładnie oznacza? Na jakim poziomie musi utrzymywać się sprzedaż, aby spełniać miesięczne cele? Czy dobre relacje dotyczą podtrzymywania współpracy z dotychczasowymi klientami, czy może pozyskanie nowych i zbudowanie z nimi współpracy od podstaw?

Poznanie swoich obowiązków nie są więc jednoznaczne ze zrozumieniem rezultatów, których oczekuje od nas pracodawca. Jeżeli więc w pracy na wspomnianym stanowisku Specjalisty ds. Sprzedaży zależy Wam przede wszystkim na jakościowej współpracy z klientami i budowaniu długotrwałych relacji, a Wasz przełożony oczekuje coraz większych wyników sprzedaży, przy całkowitej obojętności na poziom obsługi klienta, to najprawdopodobniej nie wytrzymacie na tym stanowisku dłużej niż 3-miesiące. Nie tylko dlatego, że pracodawca nie przedłuży Wam umowy po okresie próbnym, ale bardzo prawdopodobnie dlatego, że praca takie podejście do wykonywanych obowiązków będzie sprzeczne z Waszym podejściem i wartościami. Dlatego po raz kolejny warto zastanowić się nie tylko nad tym jakie obowiązki i zadania dają nam największą satysfakcję, ale też do jakich rezultatów w pracy dążymy, a następnie potwierdzić je z pracodawcą.

#### **Warto więc w tym temacie podczas rekrutacji:**

- zapytać o oczekiwane rezultaty naszej pracy po pierwszym miesiącu i po 3-miesiącach pracy,
- dowiedzieć się na podstawie jakich kryteriów będzie podejmowana decyzja o przedłużeniu współpracy z nami po okresie próbnym,
- poznać definicję sukcesu na tym stanowisku,
- dowiedzieć się jakie są największe wyzwania stawiane przed osobą zatrudnioną na tym stanowisku w ciągu najbliższych miesięcy?

#### **Dalsze plany i rozwój firmy**

Rozważając zatrudnienie w nowej firmie, warto także zdać sobie sprawę z tego, że rozwój kariery jej pracowników, bardzo często jest powiązany wprost proporcjonalnie z rozwojem całej organizacji. Dlatego jeszcze przed nawiązaniem współpracy z nowym pracodawcą powinniśmy poznać jego plany na najbliższe miesiące, a może nawet lata, aby zrozumieć na jakie możliwości budowa-

nia własnej kariery możemy liczyć. Aby jednak wiedzieć jakie mamy w tym zakresie oczekiwania pod względem pracodawcy, znów – musimy poświęcić czas na autorefleksję. Niezwykle istotne jest więc wcześniejsze zastanowienie się nad tym w jakim kierunku chcemy poprowadzić naszą karierę, w jakim obszarze się rozwijać, a także jaką wiedzę i umiejętności pragniemy zdobyć w najbliższym czasie. Dopiero kolejnym krokiem będzie potwierdzenie z nowym pracodawcą czy jego plany umożliwią nam realizację naszych potrzeb.

Jeżeli więc na przykład zależy nam na stabilnej pracy z możliwością poszerzania własnych kompetencji, realną szansą na awans czy testowania i wprowadzania nowych rozwiązań to zdecydowanie podczas rekrutacji warto zapytać o:

- plany i cele firmy na najbliższe lata,
- sposób w jaki nasz zespół / stanowisko będzie wspierało firmę w realizacji jej celów,
- plany rozwoju naszego zespołu, indywidualną ścieżkę kariery lub możliwości na danym stanowisku,
- nowe zadania i projekty realizowane w ramach naszego zespołu.

Dzięki odpowiedniemu przemyśleniu tych wszystkich tematów, możemy być pewni, że zaprezentujemy się przed potencjalnym pracodawcą od najlepszej strony, uzyskując jednocześnie kluczowe informacje, których potrzebujemy aby nawiązać współpracę z nową firmą. Bo tak jak udzielone przez nas odpowiedzi budują wizerunek naszej osoby w oczach rekrutera i pozwalają mu zweryfikować czy jesteśmy odpowiednim kandydatem na dane stanowisko, tak samo nasze pytania dają nam szansę na sprawdzenie czy w danej organizacji możemy liczyć na satysfakcjonującą pracę i rozwój kariery – nie zmarnujmy więc tej szansy.





**CareerAcademy**