

КАК НАПИСАТЬ ВАКАНСИЮ, КОТОРАЯ НАНИМАЕТ БЕЗ ВАС

Пошаговая инструкция от кадрового агентства,
чтобы ваша вакансия нанимала, а не отталкивала

Маленькое, но очень важное предисловие:

Откройте любую свою вакансию.

Представьте, что вы крутой кандидат с тремя оферами в кармане.

Вы бы откликнулись?

Если «нет» или «не знаю» — она не продаёт.

Продающая вакансия — это не про вас. Это про кандидата.

Зачем писать продающую вакансию?

- Привлекает именно подходящих кандидатов, отсеивая случайных
- Усиливает HR-бренд компании
- Создаёт яркое первое впечатление, которое выделяет вас на фоне других
- Закрывает главные вопросы соискателя без лишних диалогов
- Работает как инструмент найма 24/7

→ Далее: признаки НЕпродающей вакансии и пошаговый алгоритм

Признаки, что ваша вакансия, увы, НЕ продающая:

- Начинается со слов «Требуется», «Обязан», «Должен»
- Идёт сплошным полотном текста
- Есть фразы «надеемся на ваше понимание», «стрессоустойчивость», «готовность к переработкам»
- Непонятно, чем вообще занимается компания
- Нет ни одной цифры
- Задачи + условия + требования = одна каша
- Кандидат не понимает: «Я им нужен или нет?»
- Есть угрозы («если ты не такой — не откликайся»)
- Нет призыва к действию

→ **Переходим к пошаговому алгоритму**

Пошаговый алгоритм

Шаг 1. Заголовок = название + сильная особенность

Формула: «Должность + что самое крутое у вас есть»

Было: Менеджер по продажам

Стало: Менеджер по продажам (готовый отдел клиентов на старт)

Было: Бухгалтер

Стало: Бухгалтер на удалёнку с гибким графиком

Важно: должность должна быть такой, как ищут в поиске.

Без «феи офиса», «волшебника продаж», «ниндзя».

Шаг 2. Крючок в первой строке

У нас есть 3 секунды, чтобы привлечь и задержать внимание соискателя.

«Ищем маркетолога, который станет главным архитектором успешных рекламных кампаний для наших клиентов»

«Ты из тех, кто видит хаос и хочет навести порядок?»

Шаг 3. Коротко о компании (1 абзац + цифры)

Что обязательно указать, чтобы кандидат видел ваш масштаб, цели и возможности:

- Сколько лет на рынке
- Численность сотрудников
- Продукт или услуга
- Цели и планы развития

Пример: «Parf Gallery — магазин парфюмерии №2 в России. Мы существуем на рынке уже 7 лет, в штате 300+ сотрудников. В этом году выходим в Казахстан — поэтому нам нужна сильная команда».

Шаг 4. Для чего нужен сотрудник (и что для нас важно)

Мы открыли вакансию, потому что бухгалтерия долго была на аутсорсе. Пришло время взять в команду своего человека, который наведёт порядок и найдёт возможности для инвестирования.

Именно поэтому при отборе мы обращаем особое внимание на то, чтобы у кандидата был опыт от 3 лет на позиции Финансового директора, и обязательно в строительстве. Это критически важный нюанс, без которого решать наши задачи будет сложно.

Шаг 5. Задачи — только главное (максимум 5, чтобы не перегружать соискателя)

Назовите блок: «Чем будете гордиться через 3 месяца»
или «Ваша зона влияния»

Пример:

- Выстроить отдел продаж с нуля
- Сделать регулярный отчёт по ROMI
- Обучить двух ассистентов

Блоки 5 и 6 можно менять местами

Шаг 6. Условия — блок, который читают первым (чем больше, тем лучше)

Смотрим, какие интересные «плюшки» у нас есть,
и прописываем:

Озаглавьте: «Почему нас выбирают» или «Что мы предлагаем»

- ЗП: фикс + процент (озвучиваем вилку)
- Гибкий старт (с 9 до 11)
- Бесплатное обучение за счёт компании
- Performance Review каждые полгода (рост ЗП по результатам)
- Возможность влиять на бизнес-процессы
- Командные путешествия

Шаг 7. Ценностный ориентир и личные качества

Используйте 3-4 риторических вопроса с ответом «Да».
Это психологическая уловка: с ответом «Да» кандидат мысленно присоединяется к вам.

Пример:

1. Вы любите оптимизировать то, что уже хорошо работает?
2. Вы свято чтите дедлайны?
3. Вы структурный человек, который любит раскладывать всё «по полочкам»?

Шаг 8. Организационные вопросы

Озаглавьте: «Ещё пара фактов, которые помогут принять решение»
или «О чём важно сказать»

- Офис / график / оформление
- Этапы отбора

Шаг 9. Призыв к действию

Мягко «подталкиваем» кандидата на отклик.

«С нетерпением ждём твоего отклика :)»

«Присоединяйтесь к нам, и мы вместе завоюем рынок!»

«Отправьте отклик — начните новую главу в карьере с нами»

Шаг 10. Проверяем финальную версию

— Проверяем орфографию и пунктуацию

— Выделяем жирным важную для кандидата информацию

И можно публиковаться! Мы молодцы!

Итоговый совет (самый важный)

Поставьте себя на место кандидата и спросите:

«А что бы заинтересовало меня в этой должности?»

Пишите не требования, а выгоды.

Этот алгоритм превращает вашу вакансию в инструмент продаж.



Ваше Кадровое агентство
Bureau of Talents
Бюро Талантов

Пишем вакансии, которые нанимают

Контакты

8-903-196-09-03

Виктория (tg / wa)

tg: vi_orchid

vi.cattleya25@gmail.com

→ пишите, поможем