



Енергія
твого успіху

Дайджест NRG Review

У цьому випуску:

Колонка редактора. Про що пропонує поговорити Інна Воротникова	2 стр.	Те, що важливіше за зарплату: на що найбільше звертають увагу кандидати	13 стр.
Штучний інтелект та корпоративні зміни: на що чекати у 2024 році	3 стр.	Колекція класних профілів LinkedIn	15 стр.
Well-being та AI: які тренди чекають рекрутерів та HR у 2024	6 стр.	Стати помітним для алгоритмів: що важливо при заповненні профілю в LinkedIn	17 стр.
Вакансії, резюме, співбесіда та офер – гайд з процесу найму до ЗСУ	9 стр.		



Дорогі друзі!

З вами я, Інна Воротникова, та мій дайджест новин.

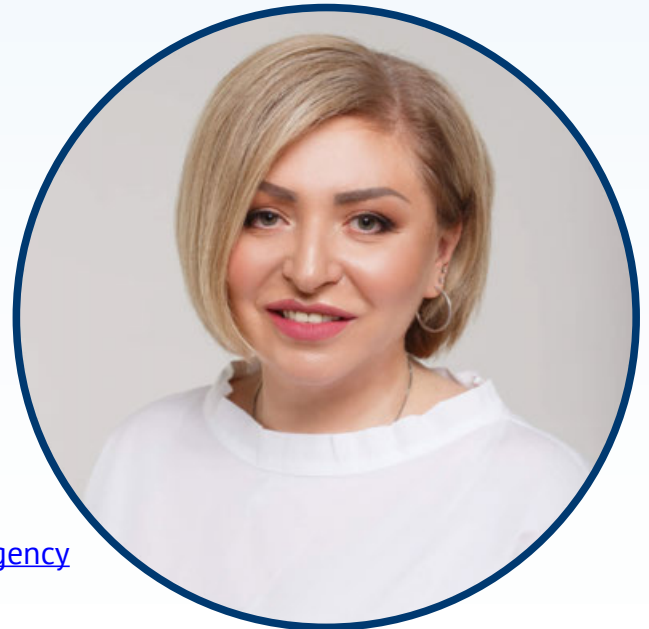
Хотіла би всім подякувати за зворотній зв'язок щодо наших соціальних мереж. Це неймовірно надихає й мотивує ділитися нашими новинами та думками далі.

Хто ще не підписався, вельми запрошую.

Telegram <https://t.me/agencynrg>

Facebook <https://www.facebook.com/nrg.ua>

Instagram https://www.instagram.com/nrg.recruiting_agency



В цьому випуску пропоную поговорити:

- Штучний інтелект та корпоративні зміни: на що чекати у 2024 році
- Well-being та AI: які тренди чекають рекрутерів та HR у 2024 | HURMA
- Вакансії, резюме, співбесіда та офер – гайд з процесу найму до ЗСУ
- Те, що важливіше за зарплату: на що найбільше звертають увагу кандидати
- Колекція класних профілів LinkedIn
- Стати помітним для алгоритмів: що важливо при заповненні профілю в LinkedIn

Бережіть себе!

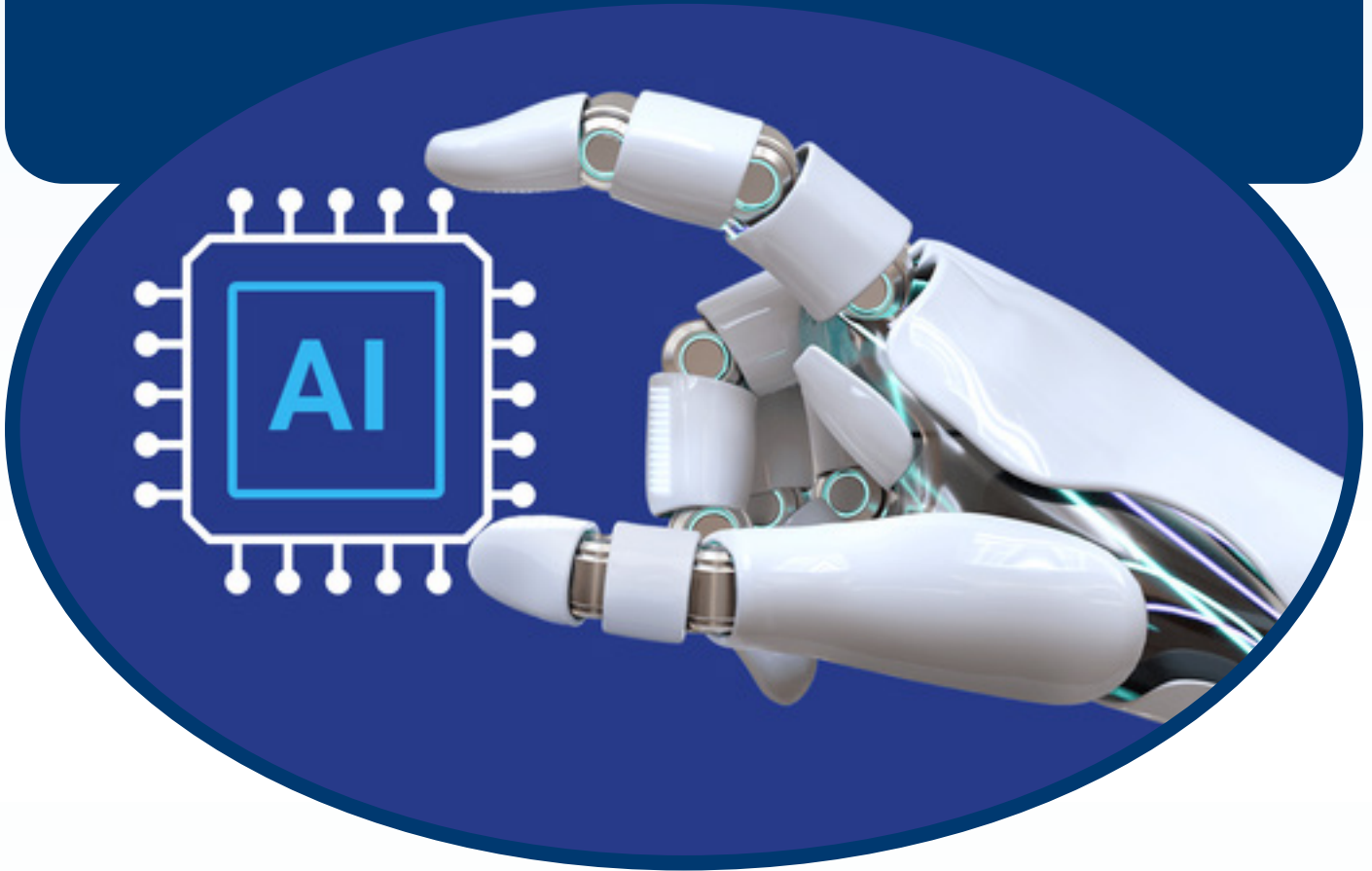
Залишаємося на зв'язку.

З повагою –

Інна Воротникова



ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА КОРПОРАТИВНІ ЗМІНИ:



НА ЩО ЧЕКАТИ У 2024 РОЦІ

За матеріалами hub.kyivstar.ua

Про що:

Лише через один рік після появи на ринку ChatGPT 54% американських компаній вже використовували генеративний штучний інтелект у деяких аспектах свого бізнесу. <https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/ai-analytics/ai-predictions.html>
І це лише початок. Що потрібно врахувати організаціям, аби не відстати від цього тренду?

Генеративний ШІ продовжує посилювати вплив

Розвиток штучного інтелекту (ШІ), який ми знаємо сьогодні, почався не так давно, але еволюціонує він швидко. Тести когнітивних здібностей показують, що у численних випадках ШІ не гірший за людину, а часом і перевершує її. Наприклад, чат-бот Claude 2 від Anthropic набрав вище 90%

в усних і письмових розділах іспиту GRE, який використовується в США для вступу до аспірантури. Також ШІ-інструменти зараз перевершують людей у розпізнаванні почерку, мовлення та зображень, розуміння прочитаного та мови.

<https://www.anthropic.com/news/claude-2>

Бурхливий розвиток ШІ впливає на чимало бізнесів. Експерти консалтингової компанії Gartner передбачають, що до 2026 року генеративний ШІ істотно змінить 70% ініціатив у сфері проектування та розробки нових веб- і мобільних застосунків.

<https://www.gartner.com/en/articles/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2024>

А ще Gartner вважає, що до 2028 року 75% розробників корпоративного програмного забезпечення використовуватимуть асистентів для написання коду на основі ШІ (на початку 2023 року таких було менш ніж 10%). Фахівці цієї компанії радять: якщо у вашому бізнесі працюють програми-



сти, то вже зараз варто створити команду, яка проаналізує наявні ШІ-інструменти для генерації коду та тестування, вибере найбільш релевантні для вас і почне їх впроваджувати.

Виграти від застосування ШІ можуть не лише розробники ПЗ, але й інші корпоративні функції. Доступ до генеративного ШІ стає доступнішим, а це відкриває можливості для автоматизації багатьох задач, підвищення продуктивності та зменшення витрат.

Втім, щоб отримати такий ефект, зволікати не можна. Gartner рекомендує компаніям:

- Створити матрицю варіантів використання генеративного ШІ за двома критеріями: технічна застосованість до вашого бізнесу та масштаб потенційної цінності для нього. Варто пріоритетувати варіанти в матриці, а потім визначити часові межі для пілотного проекту з впровадження тих опцій, які ви виберете.
- Навчати працівників використанню інструментів генеративного ШІ, демонструвати їм, як ці інструменти допоможуть автоматизувати їхні рутинні завдання.
- У міру впровадження нових інструментів створювати «портфоліо перемог», до якого вносити здобутки компанії: приклади, коли інвестиції у ШІ привели до створення конкурентних переваг чи інших позитивних результатів.

Як відрізнити реальність серед фейків?

З розвитком ШІ стає важче відрізнити правду від фейку. І цей тренд продовжує поглиблюватися. Опитування Forbes Advisor показало, що 76% споживачів стурбовані через дезінформацію, джерелом якої можуть стати інструменти штучного інтелекту на зразок Google Bard, ChatGPT і Bing Chat.

<https://www.forbes.com/advisor/business/artificial-intelligence-consumer-sentiment/>

Втім, 54% респондентів вважають, що можуть відрізнити контент, написаний людиною, від контенту, створеного автоматизованими чат-ботами. Але, скоріше за все, вони переоцінюють свої спроможності, бо досі вважають, що згенерований ШІ текст радикально відрізняється від «людського». Насправді ж генеративний ШІ навчається на створе-

ному людьми контенті та має на меті якомога точніше його імітувати.

Одним із наслідків розвитку ШІ є поява фейкової інформації, а також застосування технологій дідфейку. Ми не лише не знаємо, хто писав текст, який можемо прочитати в мережі, але й не завжди можемо довіряти голосу чи зображенню знайомої людини. Наприклад, генеральний директор британської енергетичної компанії втратив \$243 тис. через шахраїв, які використовували голосову дідфейк-технологію.

<https://www.wsj.com/articles/fraudsters-use-ai-to-mimic-ceos-voice-in-unusual-cybercrime-case-11567157402>

Він думав, що розмовляє телефоном зі своїм керівником, управлінцем німецької материнської компанії, який попросив терміново надіслати кошти угорському постачальнику. Та потім виявилось, що це був якісно зроблений фейковий голос.

За даними Deloitte, дідфейки та дезінформація є одними з основних загроз для компаній.

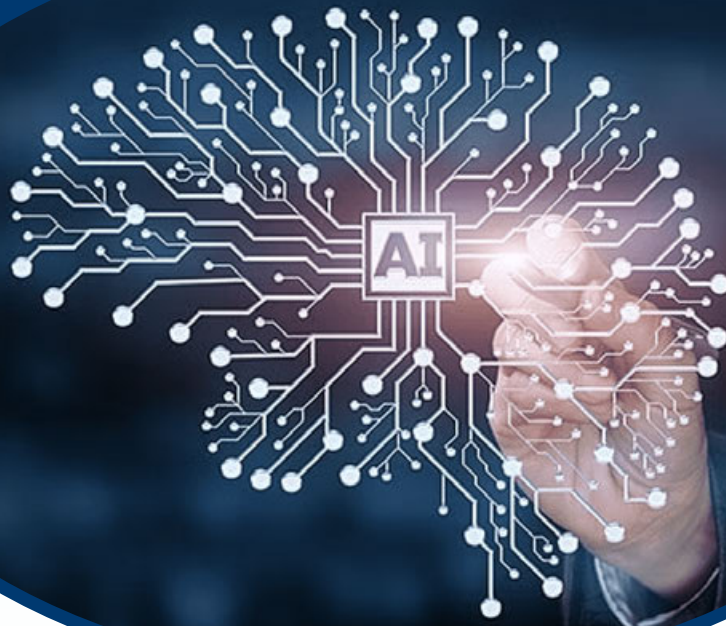
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/tech-trends.html/#defending-reality>

Дезінформація в умовах розвитку ШІ дозволяє компаніям проти бізнесу в соціальних мережах набувати нового масштабу. Зловмисники можуть використовувати ШІ-інструменти для генерації великої кількості контенту, що псує репутацію компанії, знижує її ринкову ціну тощо.

Щоб запобігти таким проблемам, організаціям варто діяти проактивно:

- З обережністю ставитися до онлайн-комунікацій, перевіряти особи людей, з якими ви взаємодієте, налаштувати багатофакторну аутентифікацію для доступу до конфіденційних ресурсів — як на персональному, так і на організаційному рівні.
- Стежити за розвитком нових інструментів та технологій, які потенційно можуть використовуватися шахраями, й продумувати способи захистити свою компанію. Для цього може бути корисним об'єднуватися з іншими бізнесами й розробляти екосистему з партнерів, які спеціалізуються на ШІ-інструментах.
- Використовувати ШІ-інструменти для перевірки зображень, текстів, відео на аутентичність, щоб ідентифіку-





вати потенційно шкідливий або неправдивий контент. Ця сфера теж бурхливо розвивається, у ній з'являються нові гравці й корисні програми. Наприклад, компанія Intel представила інструмент для виявлення дідфейків, який виходить за межі звичайного аналізу даних. <http://surl.li/qzirq> Він перевіряє відео на наявність ознак кровотоку на обличчях людей на відео. Коли серце людини качає кров, вени трохи змінюють колір, і це те, що можна побачити в автентичних відео, але це дуже важко імітувати моделям ШІ.

Диджиталізація стає розумнішою

У 2022 році світовий ринок цифрових трансформацій сягнув позначки \$1,91 трлн, а до 2030 року його вартість може дійти до 8,92 трлн.

<https://www.fortunebusinessinsights.com/digital-transformation-market-104878>

Здається очевидним, що бізнеси витратять дедалі більше грошей на цифрові ініціативи. Питання лише у тому, якими будуть їхні пріоритети?

Сьогодні чимало компаній підходять до тієї межі, коли потрібно не просто цифровізувати окремі завдання (скажімо, впровадивши певний інструмент), а переглянути ключові системи (наприклад, застарілі мережі або дата-центри). Зрештою, від них залежить успіх бізнесу, тому потрібно призначити їм правильне «лікування». 78% розробників вважають, що витрачання часу на застарілі системи негативно впливає на моральний стан. А ще через застарілі системи організації можуть стикатися з плінністю працівників, відтоком клієнтів та втраченими угодами.

<chrome-extension://efaidnbmninnkcegpogjcldefindmkka/https://stripe.com/files/reports/the-developer-coefficient.pdf>

Фахівці Deloitte кажуть, що на бізнес можна і треба дивитися як на організм людини, який складається з органів та систем.

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/tech-trends.html/#core-workout>

І проводити періодичний «профогляд», як це роблять лікарі. Так можна визначити пріоритетні сфери, куди варто спрямувати зусилля. Проводити оцінку «здоров'я» варто, звертаючи увагу на бізнес-проблеми, які виникають в ком-

панії: чи не зростають критично витрати і ризики? Чи немає перешкод для інновацій та зростання? І вже потім шукати рішення виявлених проблем. Може виявитися, що не обов'язково замінювати систему повністю. Цілком імовірно, що потрібно оновити систему чи дещо змінити, щоб виправити наявну бізнес-проблему.

Отже, компанії складатимуть індивідуальні плани «оздоровлення» для своїх технологічних систем залежно від того, які проблеми «діагностують». Зрештою, ті інновації, які є сучасними сьогодні, завтра також можуть стати застарілими, тому «сліпа» модернізація не вирішить усіх проблем.

Схоже міркує Лінда Яо, COO у Lenovo Solutions & Services Group. <https://technologymagazine.com/top10/top-10-technology-trends-for-2024> Вона вважає, що організації ставатимуть вимогливішими щодо співвідношення між інвестиціями та цінністю, які ті генеруватимуть. Тому дедалі більше компаній не просто розгортатимуть певні технології, а прив'язуватимуть їх впровадження до показників на зразок залучення клієнтів, продуктивності, сталості тощо. Іншими словами, IT має безпосередньо підтримувати або стимулювати бізнес-результати.

Деякі з технологій, які ми бачимо зараз, знаходяться на початковому етапі своєї еволюції. Проте це не означає, що їх треба ігнорувати. Навпаки, розпізнавання ранніх сигналів (скажімо, поява корисних або загрозливих застосувань нових технологій) й реагування на них може допомогти вам стати лідером у майбутньому.

Джерело:

<https://hub.kyivstar.ua/articles/shtuchnij-intelekt-ta-korporativni-zmini-na-shho-chekati-u-2024-rozci>



Well-being та AI:

ЯКІ ТРЕНДИ ЧЕКАЮТЬ РЕКРУТЕРІВ ТА HR У 2024



За матеріалами hurma.work

Команда HURMA

Будь-якій організації, яка прагне залучати та утримувати найкращих фахівців, життєво важливо бути в курсі нових тенденцій у сфері HR та рекрутингу. Дивлячись у майбутнє, 2024 рік обіцяє принести хвилю змін і викликів, до яких ви повинні бути готові. Від збільшення впливу штучного інтелекту до програм з добробуту — пропонуємо вам зануритися у найактуальніші підходи наступного року.

Гібридний формат — це нова норма

У відповідь на виклики, викликані глобальною пандемією, а потім й війною компанії були змушені переоцінити та переглянути свої традиційні робочі структури. У цьому контексті гібридна модель, яка ідеально поєднує переваги віддаленої та офісної роботи, стала популярним рішенням.

Згідно з дослідженням HURMA, 59% роботодавців мають гібридний формат роботи.

https://hurma.work/?utm_source=blog&utm_medium=content

Цей тренд свідчить про поступовий перехід до нового рівня організації праці в Україні, де гібридна модель роботи стає не просто відповіддю на виклики сучасності, але й стратегічним інструментом для досягнення успіху та стійкого розвитку бізнесу.

Work-life balance як ніколи актуальний

Зі зростанням віддаленої роботи виникло поняття е-презентеїзму (e-presenteeism) — культура, в якій віддалені працівники відчувають, що вони завжди повинні бути на зв'язку, навіть якщо у них неробочий час або вони погано себе почувають.

<https://www.cityam.com/remote-working-is-causing-employees-to-feel-overworked/>

86% працівників вважають, що їм потрібно довести своєму начальству, що вони працюють та гідні збереження роботи. Але, на жаль, це може призвести до вигорання, підвищення рівня стресу та відсутності балансу між роботою та особистим життям.

Тож у 2024 році HR мають приділяти більше уваги створенню комфортних умов для співробітників. Цьому можуть сприяти заохочення регулярних перерв, встановлення ре-



<https://nrg.ua/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/nrg.recruiting_agency



<https://t.me/agencynrg>

алістичних очікувань щодо часу відповіді та просування гнучкого графіка роботи.

Використання ШІ та автоматизації в HR

Сучасні технології впливають на абсолютно різні сфери бізнесу, у тому числі й HR. Завдяки HRM системам, чат-ботам і віртуальним помічникам на базі штучного інтелекту HR-спеціалісти можуть оптимізувати свій час і ресурси, дозволяючи їм зосередитися на стратегічних ініціативах і створити робоче місце, орієнтоване на людей.

https://hurma.work/capabilities/hr/?utm_source=blog&utm_medium=content

З розвитком та вдосконаленням цих технологій, їх використання стає дедалі зручнішим та поширенішим. Ось декілька прикладів як ШІ та автоматизацію можуть допомогти вам у роботі:

- використання плагіну на основі ШІ <http://surl.li/qzmsk> дозволяє рекрутерам зекономити години часу на ручну обробку профілів в LinkedIn та популярних job-порталах;
- завдяки автоматизації рутинних завдань суттєво знижуються шанси на помилки;
- система управління персоналом може покращити залучення та утримання співробітників, зменшуючи витрати, пов'язані з високою плинністю кадрів;
- HRM-системи допомагають легко моніторити відвідуваність працівників, адже усі запити про відсутності зберігатимуться в одному місці.

Програми добробуту та психічного здоров'я працівників

Добробут співробітників стає ключовим елементом стратегії HR у 2024 році. Підтримка працівників виходить за межі робочих обов'язків, охоплюючи їхнє особисте та соціальне життя.

Через високостресові умови сьогодення, важливо враховувати сім ключових сфер добробуту співробітників. Забезпечення гнучкості та автономії повинно поєднуватися з ініціативами, спрямованими на подолання соціальної ізоляції та підтримку активного способу життя.



Важливо, щоб ці аспекти були внесені в загальну стратегію розвитку бізнесу. Адже зростання задоволеності співробітників безпосередньо впливає на рівень задоволення клієнтів, як свідчить дослідження Glassdoor.

<https://hbr.org/2019/08/the-key-to-happy-customers-happy-employees>

Підвищення кваліфікації всередині команди

Попри доволі динамічний ринок праці, пошук Senior чи C-level спеціаліста залишається непростою задачею. Компанії тримаються за досвідчених фахівців, а ті своєю чергою не поспішають розглядати нові можливості. Тож виграною стратегією може стати «зрощення» кваліфікованих кадрів всередині компанії. Інвестуючи в навчальні програми, <http://surl.li/qzmua> компанії можуть гарантувати, що їхні працівники залишаються конкурентоспроможними.

Крім цього, наявність навчальних програм також є важливим критерієм вибору серед молодих спеціалістів. Тож організація профільних курсів, вебінарів, кейс-чемпіонатів тощо може стати чудовим способом залучити початківців.

Реінтеграція ветеранів до цивільного життя

З початку повномасштабного вторгнення багато бізнесів почали розвиток напрямку соціально-корпоративної відповідальності. Однак зростання кількості ветеранів на ринку праці створює нові виклики та необхідність формувати комфортні умови для них.

Наразі на фронті надзвичайна велика кількість фахівців з абсолютно різних сфер: від дизайнерів та програмістів до танцівників та акторів. Перехід з військової служби до цивільного життя може бути викликом для ветеранів, <http://surl.li/qzmxu> тому компаніям варто підтримати їх на цьому шляху. Різноманітні програми, навчання та перепідготовки дозволяють ветеранам здобувати нові навички або ж посилити вже існуючі компетенції.

Бренд роботодавця як ключ до успіху

Скорочення бюджетів в останні роки також вплинуло на брендинг роботодавців. Багато компаній скоротили або припинили роботу у цьому напрямку, фокусуючись на утриманні співробітників.

Однак відновлення ринку праці та зростаюча кількість вакансій вказує на необхідність відновлення цього напрямку. Дослідження показує, що понад 75% працівників вважають бренд роботодавця важливим фактором при виборі місця роботи. А щоб ваша компанія стала привабливою в очах кандидатів — обов'язково зверніть увагу на тренди. <http://surl.li/qzmvk>

Міжнародний рекрутинг

Оскільки українські компанії активно виходять на міжнародний ринок, потреба в наймі спеціалістів за кордоном зростає. Залучення міжнародних спеціалістів не лише урізноманітнює бізнес, але й збагачує його експертизою на незвіданих для українських фахівців ринках. Очікується, що ця тенденція продовжить зростати й рекрутери, які мають досвід успішного закриття подібних вакансій матимуть конкурентну перевагу.

Стратегія підбору персоналу на основі даних

Аналітика даних революціонує сферу рекрутменту та HR, допомагаючи робити роботу ефективнішою та результативнішою, ніж будь-коли раніше. За допомогою аналітики ви можете передбачати плинність кадрів та визначати потреби в наймі. Крім того, дані допомагають рекрутерам аналізувати канали пошуку кандидатів, показники воронки та ефективність співбесід, що допомагає оптимізувати процеси та ефективніше розподіляти ресурси.



У найближчі роки очікується, що стратегії на основі даних стануть дедалі поширенішими. Фахівці, які приймуть цю зміну та інтегрують аналітику даних у свої робочі процеси, отримають конкурентну перевагу, забезпечуючи залучення та утримання найкращих талантів.

https://hurma.work/capabilities/analytics/?utm_source=blog&utm_medium=content

Адаптація рекрутингу до молодих поколінь

Покоління зумерів — це вже більше не діти, а спеціалісти, які активно розбудовують свою кар'єру. Щоб залучити й утримати таких фахівців, <http://surl.li/qzmx> компанії повинні ретельно проаналізувати їхні особливі потреби й очікування. Молодь надає перевагу роботі, яка відповідає їхнім цінностям. <http://surl.li/qzmx> Крім того, вони значною мірою покладаються на соціальні мережі для пошуку роботи та комунікації.

Позитивний робочий досвід, розвиток кар'єри та акцент на цінності стають ключовими факторами, які варто врахувати, адаптуючи свої рекрутингові стратегії до потреб молодших поколінь. Цей допоможе вашому бізнесу не лише відповідати на зміни в очікуваннях працівників, але і створити умови для стійкого та успішного розвитку компанії у майбутньому.

Внутрішній рекрутинг

Внутрішній підбір персоналу є перевіреною та ефективною стратегією, яка надає пріоритет просуванню поточних співробітників на відкриті посади в організації. Використовуючи талант і потенціал, які вже є в компанії, внутрішній набір не тільки підвищує моральний дух співробітників і задоволеність роботою, але й значно покращує показники утримання співробітників. Насправді дослідження показали, що в організаціях, які впроваджують програми внутрішнього найму, мають вищий рівень утримання порівняно з тими, які покладаються виключно на зовнішніх наймів.

Крім того, внутрішній підбір персоналу забезпечує суттєву економію коштів для організацій. Цей підхід не тільки скорочує витрати на підбір персоналу, але й мінімізує час і ресурси, витрачені на адаптацію та навчання нових співробітників.

Дивлячись уперед на 2024 рік, стає очевидним, що внутрішній підбір персоналу продовжить набирати обертів і стане ключовим компонентом рекрутмент стратегій у різних галузях. Завдяки численним перевагам, у тому числі підвищеній залученості співробітників, покращеній корпоративній культурі та покращеній передачі знань, все більше і більше роботодавців визнають цінність інвестування у свій наявний резерв кадрів.

Гнучкі умови роботи

Гнучкі умови роботи, такі як можливість обирати звідки й у який час працювати, набувають значної популярності серед працівників у різних галузях. Очікується, що ця тенденція збережеться, коли ми переходимо до 2024 року. Компанії, які активно приймають і впроваджують гнучку роботу

політику, мають кращу здатність залучати та утримувати найкращих спеціалістів.

Надаючи працівникам гнучкі умови організації можуть сприяти балансу між роботою та особистим життям, підвищувати продуктивність і задовольняти різноманітні потреби та вподобання. Впровадження гнучкості на робочому місці — це не просто тренд; це стратегічний підхід, який може сприяти задоволенню працівників і успіху організації в професійному середовищі, що постійно змінюється.

Покращення досвіду кандидата

Для шукачів роботи процес найму певним чином є дзеркалом процесів всередині компанії. Й не важливо, отримає кандидат відмову чи офер — позитивне враження від співбесід, роботи рекрутера, чіткості комунікації підвищить лояльність кандидата.

Тож як покращити досвід кандидата? Ось декілька ідей:

- спростіть процес подачі заявки;
- зазначайте діапазон заробітної плати в оголошенні;
- надавайте кандидатам регулярні апдейти та детальні відгуки на кожному етапі процесу;
- будьте максимально гнучким, коли мова заходить про час співбесіди

Повторний найм або співробітники-бумеранги

Окрім тренду на внутрішній рекрутинг, збільшується частота найму колишніх співробітників. Їх часто називають «співробітниками-бумерангами», і у 2021 році вони становили 4,5% усіх нових наймів, порівняно з 3,9% у 2019 році.

Однією з ключових переваг повторного найму є вже існуюча знайомість колишніх працівників з корпоративною культурою та внутрішніми процесами. Це спрощує адаптацію та скорочує період вступу в обов'язки.

Покращення онлайн спілкування

Останні два роки змусили український бізнес працювати в умовах з посиленням фокусом на продуктивність. А івенти почали сприйматися як недоречно витрата грошей. Однак well-being — це головний тренд 2024 і комфортна комунікація з колегами залишається його важливою складовою.

Не існує єдиного правильного формату, як варто вибудувати онлайн спілкування, адже у кожній команді можуть бути різні потреби. Тестуйте різні формати взаємодії: від впровадження корпоративного Slack до неформальних онлайн івентів. Застосування цих технологій дозволяє організаціям сприяти ефективній співпраці, оптимізувати процеси та допомогти колегам відчувати свою причетність до життя компанії.

Фінальні думки

Враховуючи нові тенденції, HR-спеціалісти й рекрутери можуть забезпечити залучення найкращих талантів, сприяти розвитку позитивної культури на робочому місці та вести свої організації до успіху. Пам'ятайте, майбутнє належить тим, хто готується до нього сьогодні.





ВАКАНСІЇ, РЕЗЮМЕ, СПІВБЕСІДА ТА ОФЕР

гайд з процесу найму до ЗСУ

За матеріалами dou.ua

Oleksandr Samchuk
HR | Recruiting to Armed Forces & Ministry of Defence of Ukraine

Привіт! Мене звали Олександр Самчук. Я маю понад сім років досвіду в HR, а з 2015-го по 2022 рік працював проєктним менеджером, над проєктами з організаційної структури, впровадження нових процедур у великій компанії.

Мобілізувався в березні 2022 року, прослужив у 704-му полку РХБЗ (радіаційного, хімічного та біологічного захисту). З червня 2023 року я офіційно долучився до команди Офісу підтримки змін Міністерства оборони України і продовжую службу тут, як менеджер з персоналу.

Процес найму: у чому різниця між ЗСУ та цивільними посадами

Для кандидата пошук вакансії повинен починатися з пошуку військової частини/підрозділу, куди він хоче піти служити.

Якщо казати про сам процес найму, усе залежить від того, як він відбудований у цьому підрозділі.

Тільки невелика частина підрозділів зараз виділили, як мінімум одну людину, яка вміє і може проводити якісний процес відбору. Тому в ЗСУ здебільшого ваша співбесіда і відбір — це єдина зустріч або телефонний дзвінок.

Які вакансії зараз є найзатребуванішими

Якщо ми говоримо про бойові підрозділи — це звичайний стрілець. Потім водії, медики, а зараз й оператори БПЛА.

Розподіл вакансії за кількістю добре простежується на [Work.ua](https://www.work.ua/jobs/by-titles/armed-forces/).

Але я зараз займаюся не бойовим підрозділом, тому детальніше можу розповісти саме про них:

- проєктні менеджери — фахівці, які можуть систематизувати і направити неконтрольований процес, з вільною англійською мовою і мегасильними комунікаціями;
- аналітики — опис процесів, розрахунки, які потрібні для реінжинірингу процесів;



- Автомеханік 15
- Акумуляторник 2
- Аналітик 6
- Анестезіолог 5
- Артилерист 3
- Бізнес-аналітик 1
- Бойовий медик 61
- Бухгалтер 29
- Вебдизайнер 1
- Вибухотехнік 56
- Військовослужбовець 1171
- Внутрішній аудитор 1
- Вогнеметник 9
- Водій 196
- Водій БТР 18
- Водій електронавантажувача 1
- Водолаз 3
- Геодезист 2
- Гранатометник 97
- Дешифрувальник 6
- Діловод 16
- Економіст 1
- Електрик 42
- Електронщик 9
- Журналіст 2
- Заправник 5
- Зв'язківець 50
- Зварювальник 5
- Zenітник 49
- Інспектор прикордонної служби 43
- Інструктор з тактичної медицини 2
- Капелан 7
- Кінолог 5
- Командир відділення 49
- Командир танка 27
- Комендант 1
- Комірник 1
- Кравець 2
- Кранівник 27
- Кулеметник 209
- Кухар 28
- Лікар невідкладних станів 62
- Логіст 1
- Майстер БПЛА 8
- Майстер з ремонту 10
- Машиніст 12
- Машиніст екскаватора 30
- Медсестра 99
- Менеджер з обробки заявок 1
- Менеджер проєктів 1
- Механік 51
- Мінометник 97
- Молодший юрист 1
- Монтажник 4
- Монтажник зв'язку 3
- Навідник 49
- Начальник аптеки 2
- Начальник відділення 3
- Начальник відділу 8
- Начальник економічного відділу 1
- Начальник майстерні 3
- Начальник медичного пункту 5
- Невропатолог 2
- Номер обслуги 25
- Оператор БПЛА 98
- Оператор ПК 1
- Оператор ПТРК 24
- Перекладач 3
- Перекладач англійської 2
- Пілот 29
- Пожежник 2
- Поліцейський 2
- Помічник начальника 2
- Психолог 16
- Режисер 2
- Рекрутер 2
- Розвідник 50
- Санітар 28
- Сапер 55
- Системний адміністратор 4
- Слюсар 5
- Снайпер 33
- Спаювальник 7
- Стрілець 233
- Такелажник 7
- Телефоніст 4
- Терапевт 68
- Технік 19
- Токар 3
- Тракторист 22
- Фармацевт 1
- Фахівець з IT 1
- Фотограф 2
- Хімік 2
- Штурман 3
- Штурмовик 4
- Юрист 2
- C++ програміст 1
- SMM-менеджер 3

Усі вакансії в Силах оборони · 1513 >

- юристи — дуже багато питань гальмується на рівні нормативно-правової бази, тому юристи з досвідом нормотворення актуальні.

Ці вакансії потрібні для роботи над нормативно-правовими документами, організацією робочих/профільних груп для погодження пропозицій змін у процесах/документах. Наприклад, аналітиків можна розбити на три напрями: перші — це розрахунки, числова аналітика; другі — це опис бізнес-процесів; треті — це технічні, IT бізнес-аналітики. Вакансії аналітиків на [Work.ua](https://www.work.ua/jobs-%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA/?industry=21374), на Lobby X.

<https://lobbyx.army/?search=%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA>



<https://nrg.ua/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/nrg.recruiting_agency



<https://t.me/agencynrg>

А також:

- Зараз функціонують дві Агенції — з озброєння і з тилового забезпечення. Наприклад, Державний оператор тилу (ДОТ) — державна агенція, що забезпечує потреби Збройних сил України. ДОТ здійснює постачання харчів, одягу, пально-мастильних матеріалів та медичного майна для потреб військових. (Перелік відкритих вакансій та інформація про агенцію — за посиланням). <https://dotua.org/#block-65> Тому актуальні фахівці з публічних закупівель усіх рівнів.
- Фахівці, долучені до підтримки команд, які займаються проектами цифровізації на рівні Міністерства оборони та Генерального штабу. Там актуальні вакансії для таких спеціалістів: програмний/проектний менеджер, бізнес-аналітик, адміністратор баз даних, DevOps, мережевий адміністратор.

Рекомендації з резюме

Важливо пам'ятати, що резюме на цивільні й на військові посади — це різні речі. Проблема в тому, що багато кандидатів надсилають свої «цивільні» версії резюме. Мої рекомендації:

- Тільки українською мовою. Про резюме «на русском» взагалі промовчу. Коли ви надсилаєте англійською мовою — це, звичайно, прикольно, але тільки якщо ви подаєтесь на якесь міжнародне співробітництво.
- Одна сторінка, максимум — дві. Ніхто мемуари на п'ять сторінок читати не буде. У мене є особистий рекорд: кандидат скинув на 11 сторінок резюме.
- Ваше резюме відразу повинно свідчити про те, що воно відповідає вакансії, на яку ви надсилаєте відгук. Якщо за перші десять секунд скринінгу не стало зрозумілим, що у вашому резюме відповідає вакансії — це проблема.
- Якщо ви чинний військовослужбовець (або офіцер запасу), відразу вказуйте хоча б вид військ, посаду, звання та ВОС. Це відразу робить зрозумілішим оцінку можливості вашого відрядження/переведення.
- Якщо ви проходили якісь спеціалізовані курси — дрони, тактична медицина, стрільба або інше, — обов'язково це вказуйте.
- Супровідний лист — дуже рекомендую. Це два — три речення в тексті резюме (або окремо), де ви обгрунто-

вуєте, чому саме ця вакансія, саме цей підрозділ і чому саме ви.

- Граматика в резюме. Будь ласка, переглядайте ваше резюме, щоб воно не містило розсіяннізм, помилки.
- Фото в резюме. Рекомендую. Просте фото, буденне. Це візуалізація вас, а також більше шансів, що вас «запам'ятають».
- Коротко і по суті. Ваше резюме, скоріше за все, буде дивитися не «фаховий» спеціаліст, тому в резюме все повинно бути коротко, зрозуміло. Це армія.
- Формат резюме — краще в PDF. Не треба надсилати лінком на якийсь інший ресурс, тому що це може викликати підозри з точки зору безпеки лінку.
- Щодо досвіду кандидата, рекомендую робити акцент на такі компетенції (залежить від вакансії, звичайно): організаційні навички, досвід роботи з документацією, досвід роботи в логістиці, перевезеннях, робота з Excel, Word (це база в ЗСУ). Технічні навички варто розкрити детальніше, якщо подаєтесь на вакансії, пов'язану з роботою з технічними засобами.

Скільки етапів чекає на кандидата та що це за етапи

Це, знову ж таки, дуже залежить від підрозділу.

Перший етап — телефонне інтерв'ю, уточнення актуальності та повноти даних.

Другий — розгорнуте інтерв'ю від спеціаліста з підрозділу. Якщо це технічна вакансія — інтерв'ю з технічним спеціалістом з напрямку.

Третій — зустріч з безпосереднім керівником.

А далі залежить від специфіки діяльності підрозділу — поліграф та/або перевірка Служби безпеки.

Співбесіда: як готуватися, поширені питання

- Обов'язково приходьте вчасно. Якщо у вас змінилися плани — треба попередити.
- Якщо ви нічого не вказали про свій досвід служби, будуть обов'язково уточнювати де і ким служите (служили).
- Яка ваша мотивація для мобілізації або переведення? Не загальними, соціально-бажаними відповідями, а конкретно.



Якщо інтерв'ю проводить фаховий спеціаліст з підбору, тоді далі буде структура, яка не надто відрізняється від цивільної співбесіди.

З точки зору підготовки до співбесіди, рекомендую детальніше дізнатися про підрозділ, керівника, успіхи та задачі підрозділу, наскільки це можливо з відкритих джерел і знайомих.

Як довго потрібно чекати на фінальний результат усіх етапів

Процес відгуку на вакансію, співбесід, подальшої мобілізації або переведення — це шлях в декілька тижнів або навіть місяців. Тому якщо ви ще не служите, дуже рекомендую почати шукати підрозділ уже зараз.

Іноді кандидати отримують відмови або мовчанку, й ось чому. На цей момент більша частина військовослужбовців в Силах оборони — це мобілізовані. Відповідно, це люди із цивільним професійним досвідом. Вибір серед кандидатів є.

Якщо говорити про досвід, що був у мене — це від 13 до 158 відгуків на вакансію. В середньому 40. Тому є можливість вибирати, враховуючи те, що команда займається дуже важливими проектами, ми шукаємо кращих серед кращих.

Також скажу, що є відгуки, які абсолютно не відповідають опису вакансії. Спеціаліст з підбору, який веде вакансію, не буде виконувати функцію кар'єрного центру консультацій.

Якщо на ваше резюме взагалі не відреагували, можливо, після публікації вакансії змінилися вимоги.

Кандидат отримав офер: який подальший алгоритм його дій

Разом з офером (якщо це так можна назвати в Силах оборони України) — кандидату повинні надати порядок наступних дій.

Підготовка документів, їхнє погодження, оформлення в частині, мобілізація/відрядження/переведення — це може зайняти від декількох тижнів до декількох місяців. Бажано зрозуміти, хто відповідальна особа за комунікацію з переведення від військової частини, і підтримувати контакт з ним.

Я б дуже хотів сказати, що кандидат має гарантії, що потрапить саме на ту вакансію, куди подавався, але зараз відповідь — ні. Називається: розказував, розказував, і тут такий фініш.

Насправді повертаємося до першого питання: треба починати пошук не з вакансії, а вакансії в підрозділі. Якщо підрозділ побудував системний процес відбору — вони потурбуються, щоб ви потрапили саме до них. Але, на жаль, зараз існує низка нормативно-правових аспектів мобілізації/відрядження/переведення військовослужбовців, які можуть вносити дестабілізацію в погоджений процес.

Зі свого досвіду скажу: якщо ви дуже сильний кандидат, і на голову вище за інших, за вас будуть боротися.

Платформи, де розміщуються вакансії в Силах оборони (ЗСУ/МВС/Держспецзв'язку/ДССТ/ГУР та інші структури):

LobbyX, <https://dou.ua/forums/topic/47255/>

Work.ua, <https://www.work.ua/zsu/>

Robota.ua, <https://defence.robota.ua/>

(Також можна шукати вакансії в мілтек-індустрії на DOU — ред.) <https://jobs.dou.ua/vacancies/?search=miltech&from=maybe>

Наприкінці скажу, що зараз на кожній посаді в Силах оборони України є потреба у вмотивованих і кваліфікованих спеціалістах. Що більше буде фахових людей в системі, то більше можливість якісно змінити цю систему зсередини.





ТЕ, ЩО ВАЖЛИВІШЕ ЗА ЗАРПЛАТУ: НА ЩО НАЙБІЛЬШЕ ЗВЕРТАЮТЬ УВАГУ КАНДИДАТИ

За матеріалами pravda-com-ua.cdn.ampproject.org

Маріна Кравченко
HRD NovaPay

Разом з тектонічними зсувами в суспільстві змінюються пріоритети кандидатів при виборі місця роботи і підходи роботодавців. Останніми роками *human approach* (людський підхід – ЕП) набуває особливого значення.

Сюди я включаю і інклюзивність, і корпоративно-соціальну відповідальність, і довіру. Погляньмо разом, на що нині найбільше звертають увагу кандидати та що стоїть на перших місцях при виборі ними роботодавця.

Цінності передусім

Глобальне питання, яке лежить не в площині переваг та пільг, а формує світоглядну позицію. Від того, наскільки

ці цінності збігаються, буде залежати, чи дивляться роботодавець та кандидат в один бік і чи спрацюються вони.

Це бажано обговорювати ще на етапі знайомства та інтерв'ю. Ми говоримо про прискорений темп роботи та амбіційні плани ще на етапі співбесіди. А також про те, що відповідальність за свої слова та дії є однією з ключових цінностей.

У нас був досвід, коли кандидати відмовилися від пропозиції, бо розраховували на тривалий адаптаційний період. Також компанія була змушена припинити співпрацю з вельми результативним працівником, який дозволив собі нестриману образливу поведінку щодо колег, грубо порушуючи корпоративний кодекс.

Наскільки важливою є спільність цінностей, ми відчуваємо і тоді, коли частина колег повертається в компанію після набуття різного досвіду на ринку.



Ставлення до війни як маркер

Рекрутери добре знають, що питання допомоги ЗСУ загалом та мобілізованим співробітникам зокрема виникає ледь не на кожній співбесіді. Рішення потенційного кандидата про прийняття пропозиції про роботу теж залежить від того, чи має компанія стійку громадянську позицію.

Ми в NovaPay, як і в більшості українських компаній, тримаємо зв'язок з мобілізованими працівниками, забезпечуємо їх одягом, захисним обладнанням, продовжуємо сплачувати заробітну плату. Війна стала нашою новою реальністю і роботодавці до неї пристосовуються.

Крім підтримки мобілізованих колег, у нас діє програма матеріальної підтримки працівників, які були змушені переселитися під час війни чи втратили житло. Ми в цьому не одні і щиро поважаємо кожну компанію України, яка робить такі ж кроки.

Для багатьох кандидатів при виборі компанії може стати вирішальною відповідь на питання: «Що робить ваша компанія для Збройних Сил України, для працівників, які воюють, для працевлаштування ветеранів та підтримки членів сімей загиблих військових?».

Пряники та палянички

Крім офіційної стабільної конкурентної зарплати, більшість кандидатів приділяють увагу бонусам та пільгам, оцінюючи їх як рівень турботи про команду. Найзатребуванішими в ці часи є медичне страхування, консультації психолога, вивчення іноземних мов, можливість дистанційного чи гібридного режиму роботи.

Раджу організувати корпоративні спільноти за інтересами (біг, йога, теніс, кулінарія, фотографування). Це не тільки позитивно сприймається кандидатами та працівниками, а й допомагає справлятися зі стресом і будувати міжособистісні зв'язки, що стає в пригоді при реалізації спільних завдань та проєктів.

Усі ці пункти об'єднує одне слово – людяність. Воно вже давно більше, ніж слово року чи новий HR-підхід. Воно набуло особливого значення і для працевластців, і для кандидатів. Тут мова йде і про толерантність, і про відповідальність, і про підтримку. А рівень зарплати – давно не єдиний критерій для ухвалення рішення про роботу. Сподіваюся, людяність залишиться трендом і 2024 року.



КОЛЕКЦІЯ КЛАСНИХ ПРОФІЛІВ LINKEDIN



За матеріалами www-shyshenko-com.cdn.ampproject.org

Yulia Shyshenko

дея показати приклади реальних профілів LinkedIn сподобалася користувачам, тому досить багато професіоналів зголосилися поділитися здобутками.

Люди інвестують час, щоб розібратися як все працює. Потім заповнюють та переписують (можливо й декілька разів) інформацію в профілі, покращують її, змінюють, доповнюють. Потім розвивають профіль, наповнюючи сторінку професійною інформацією. Потім спілкуються з колегами у коментарях чи обмінюються повідомленнями.

Мета у кожного своя: хтось шукає роботу, хтось - професіоналів для свого бізнесу, хтось - партнерів, хтось - ментора, хтось бажає знайти професійні послуги.

Але інструменти для цих різних цілей однакові. Система LinkedIn є стандартною для всіх користувачів. Розуміння спільного та відмінного - це найцінніше, бо ж кожен користувач може докласти зусилля й отримати свій унікальний та корисний профіль.

Робота з профілем може тривати роками. Там може комбінуватися різний досвід, знання, освіта, досягнення, різні матеріали та цінна інформація.

Не всі профілі, які я обрала для колекції, буди зроблені з моєю професійною допомогою.

Проте всі ці профілі є результатом інвестованого часу та зусиль професіоналів різних напрямків, культур, країн, бізнесів. І вони є неймовірними та унікальними, хоча можливо десь і не ідеальними. А тому я рекомендую всім, хто потрапив у список продовжувати працювати з профілем та вдосконалювати його.



Мета цієї колекції не виявлення недоліків, а приклад того, що попрацювавши зі своїм профілем ви теж можете досягти власних цілей. Зі своєї сторони я додаю запитання та тези, які допоможуть проаналізувати та з користю переглянути профілі.

Для роботи з кожною категорією питань ви можете брати профілі у довільному порядку, відповідність типу питань та профілів тут умовна.

Відкрийте декілька профілів та проаналізуйте з якою метою цей профіль може використовуватися? Відкрийте кожен профіль і визначте професію користувача. Читаючи профіль чи розумієте ви кар'єрний шлях людини та які функції вона може виконувати у компанії?

<https://www.linkedin.com/in/anna-z-5ba51517/>
<https://www.linkedin.com/in/babichss/>
<https://www.linkedin.com/in/alexvoloshyn/>
<https://www.linkedin.com/in/daryamakarenko/>
<https://www.linkedin.com/in/elena-osipova-ba755889/>

Відкрийте профілі та проаналізуйте які медіафайли додають користувачі у свої профілі. У яких розділах ці медіафайли є. Яка стилістика чи наповнення цих файлів (резюме, презентація, картинка, відео, посилання на сайти). Проаналізуйте чи допомагають ці ресурси визначити кваліфікацію, професію чи іншу професійну інформацію. Якщо файли зайві, то як ви вважаєте чому. Подумайте чи можна додати певні файли та матеріали у ваш профіль і чим вони можуть допомогти.

<https://www.linkedin.com/in/oleg-krikivets/>
<https://www.linkedin.com/in/yuliia-fedchenko-441a15244/>
<https://www.linkedin.com/in/posternak-olena/>
<https://www.linkedin.com/in/ksemenenko/>
<https://www.linkedin.com/in/kvrylo-prytula/>

Відкрийте кожний профіль і порівняйте розділи. Визначте які розділи заповнені, а які ні. Проаналізуйте інформацію у розділах, які не присутні у кожному профілі. Порівняйте зі своїм профілем та визначте чи всі розділи у вас заповнені.

<https://www.linkedin.com/in/dmytro-mamontov-152a3039/>
<https://www.linkedin.com/in/roman-hrytshyn-596a9422b/>
<https://www.linkedin.com/in/ehabibov/>
<https://www.linkedin.com/in/andrii-chyckan/>
<https://www.linkedin.com/in/susanna-salata/>

Перегляньте чи скрізь є розділ About. Уважно почитайте що в ньому написано. Проаналізуйте чи допомагає ця інформація визначити спеціалізацію та професійні навички власника профілю.

<https://www.linkedin.com/in/anna-vitokhina-94817229a/>
<https://www.linkedin.com/in/ilya-aygystov/>
<https://www.linkedin.com/in/tetiana-kopylash/>
<https://www.linkedin.com/in/julia-geller/>
<https://www.linkedin.com/in/honcharenkovb/>

Проаналізуйте розділ Досвід роботи та його структуру. Як написані назви посади, чи вказаний опис і ще щось додатково. Чи зрозуміло яку роль виконує людина на кожній

із посад. Чи зрозумілий кар'єрний шлях. Якщо вам потрібно було б запропонувати посаду у компанії цій людині, то яка б це була посада?

<https://www.linkedin.com/in/romankushnaryov/>
<https://www.linkedin.com/in/vitaliihonchar/>
<https://www.linkedin.com/in/sirkadirov/>
<https://www.linkedin.com/in/varbin/>
<https://www.linkedin.com/in/commomegator/>

Відкрийте декілька профілів та визначте які 2-3 речі ви б виправили у цьому профілі та чому? Перевірте чи варто зробити таке ж у вашому власному профілі.

<https://www.linkedin.com/in/uzvarr/>
<https://www.linkedin.com/in/daria-kibuk-7261831a7/>
<https://www.linkedin.com/in/inna-chebakova-127a8419/>
<https://www.linkedin.com/in/klmsrk/>
<https://www.linkedin.com/in/vladimir-shaitan/>

Знайдіть у профілях розділ Навички. Яка кількість навичок вказана? Чи допомагають навички зрозуміти спеціалізацію власника профілю. Подивіться інші розділи і визначте які навички варто вказати додатково проаналізуйте цей розділ у своєму профілі.

<https://www.linkedin.com/in/perelman/>
<https://www.linkedin.com/in/yaryna-levytska-a6a637184/>
<https://www.linkedin.com/in/oleksii-makymov-b87a53178/>
<https://www.linkedin.com/in/tetianamakar/>
<https://www.linkedin.com/in/webruslan/>

Всі ми знаємо, що у компаніях існують рівні посад. Наприклад, Junior, Middle, Senior, Team Leader. У різних компаніях вони називаються по-різному. Відкрийте декілька профілів та спробуйте визначити рівень кандидата та як ці рівні змінювалися з часом. Якщо сам кандидат рівні не вказав, то що допомогло вам це визначити. Який рівень посади ви б запропонували кожному з професіоналів? Тепер проаналізуйте свій профіль та спробуйте зрозуміти чи легко зможе визначити рівень вашої посади зовнішня людина, яка вперше переглядає ваш профіль.

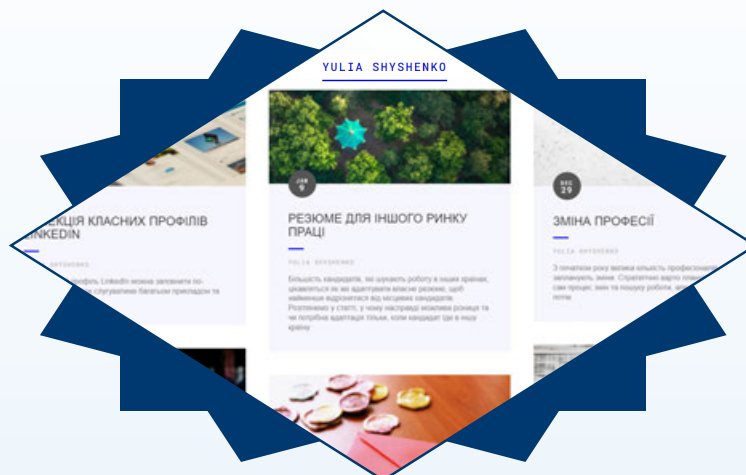
<https://www.linkedin.com/in/vladyslav-cheriavskiy/>
<https://www.linkedin.com/in/viktoriiia-kriukova-1935b4151/>
<https://www.linkedin.com/in/pkhliust/>
<https://www.linkedin.com/in/serhii-kllymenko-6421594/>
<https://www.linkedin.com/in/vladyslav-rudiyi-5a3100118/>

Проаналізуйте інформацію, яка стосується навчання та розвитку професіоналів. У яких розділах та форматах вона вказана. Зверніть увагу чи є якась зайва інформація про навчання, яку у зальному контексті профілю можна було б пропустити. Перевірте чи у своєму профілі ви правильно вказали цю інформацію.

<https://www.linkedin.com/in/oleksii-myryni/>
<https://www.linkedin.com/in/nataliebilynska/>
<https://www.linkedin.com/in/kameliia-velychko-0338a6264/>
<https://www.linkedin.com/in/lesia-soloviiova/>
<https://www.linkedin.com/in/maryna-ksonzenko-086495203/>

Дякую всім учасникам за дозвіл та можливість навчатися на вашому прикладі!

Discover more from Yulia Shyshenko
<https://www.shyshenko.com/blog>





СТАТИ ПОМІТНИМ ДЛЯ АЛГОРИТМІВ

ЩО ВАЖЛИВО ПРИ ЗАПОВНЕННІ ПРОФІЛЮ В LINKEDIN

За матеріалами mc-today.cdn.ampproject.org

Yulia Shyshenko

LinkedIn створений для різних задач – пошук партнерства, продажі послуг чи товарів (особливо B2B), професійний рекрутинг та пошук спеціалістів для бізнесу, пошук роботи, навчання та інше.

Але зазвичай користувачі думають про мету користування LinkedIn на етапі, коли обирають платний пакет послуг LinkedIn Premium. Там є декілька варіантів і саме тоді користувач починає думати яку ж мету він має.

А що ж відбувається з профілем користувача після того, як він обрав потрібний собі пакет та оплатив його? У більшості випадків те ж, що відбувається у безплатній версії профілю – нічого. Так, ви користуєтеся певним набором

функціонала обраного пакета, але люди, які зайдуть до вас у профіль побачать всю ту ж інформацію, яка була там і раніше.

Більшість користувачів заповнюють власний профіль для пошуку роботи. Таким він може і залишатися протягом багатьох років, навіть, якщо ця мета вже не актуальна і користувач, наприклад, вже є власником своєї компанії та сам наймає людей. Якщо ж профіль майже не заповнений, там пропущені головні для алгоритмів системи розділи, нагромаджена неактуальна інформація або ж профіль неправильно заповнений, то це сильно впливає на користь від використання LinkedIn, незалежно від того у вас платна Premium чи безплатна версія.

Під час взаємодії в LinkedIn люди заходять у ваш профіль, читають його і роблять висновки з отриманої інфор-



мації. **Це впливає на рішення вашого клієнта чи кандидата про майбутню співпрацю з вами.**

Engineering Manager працює з командою, яка розробляє IT-рішення для клієнтів по всьому світу. Він пишається проектами й технічними досягненнями своєї команди. Його комунікація, експертиза та навички допомагають наймати найкращих професіоналів на ринку. А LinkedIn-профайл став ще одним каналом комунікації з хорошими фахівцями. Правильно налаштований профіль легко знайти та зрозуміти, тому кандидати надсилали йому свої резюме, щоб працювати з професійним лідером.

Для вас як для наймаючого менеджера чи керівника команди важливо користуватися системою LinkedIn не тільки з метою рекламування вашого роботодавця, а у першу чергу заохочувати професіоналів працювати саме з вами та у вашій команді. У першу чергу LinkedIn рекламує ваш професіоналізм.

Заповнення профілю й зміни в ньому завжди безплатна опція, а отже є доступною для всіх користувачів у будь-який час. Існує багато безплатних статей, можна скористатися платними послугами LinkedIn-консультантів, можна розібратися самостійно – варіантів дуже багато й тут потрібна тільки увага й розуміння, що це варто робити.

Технічні налаштування, організація блоків з інформацією, порядок розташування розділів – це все стандартно для всіх користувачів LinkedIn. А от яка інформація записана у профіль, як організовані блоки з цією інформацією, яка додаткова інформація міститься у профілі – це вже стратегічна частина, яка може бути індивідуальною для користувачів залежно від мети роботи з LinkedIn.

Спеціалісти, які напругу спілкуються у LinkedIn з іншими користувачами системи, повинні дбати про якість інформації у профілі та розуміти чи викликає вона довіру. Адже саме довіра завжди є важливим елементом у комунікації з людьми.

Кандидат, який є успішним програмістом у своїй сфері, отримав повідомлення від рекрутера з пропозицією розглянути роботу у достатньо відомій компанії. Перше, що кандидат зробив – відкрив профіль рекрутера, який надіслав йому запрошення. Профіль містив дуже мало інформації, попередні місця роботи дивували, а досвід у рекрутингу та IT був сумнівним. Перше, що прийшло на думку кандидата – профіль фейковий. Друге – рекрутер непрофесійний. Оскільки кандидат мав роботу, він не відповів на лист взагалі. Рекрутер, який попередньо не попрацював зі своїм профілем, втратив довіру хорошого кандидата й можливість закрити вакансію. А компанія ймовірно втратила кошти через незакриті місяцями вакансію.

В інших соціальних мережах основну увагу у профілі користувача приділяють контенту, а на інформацію про власника виділено подекуди декілька рядків. На відміну від LinkedIn в інших соціальних мережах інформація є дуже базовою та не так сильно впливає на алгоритми пошуку й рейтинг профілю.

LinkedIn має принципово інший алгоритм роботи, тому інформація всередині профілю має вагомий вплив.

У LinkedIn контент не вирішує всіх задач і при неправильно заповненому профілю та роботі з ним може залишитися взагалі без уваги читачів, що досить демотивує того, хто інвестує багато часу на його створення. LinkedIn-система має складний алгоритм формування рейтингу профілю, де важлива вся сукупність факторів: заповнення профілю, робота з аудиторією, контент, робота з професійним брендом та інше.

На перший погляд здається, що профіль LinkedIn за структурою більше нагадує резюме мета якого саме пошук роботи. Але розробники LinkedIn постійно вдосконалюють набір функцій, розділів, налаштувань, щоб його могли використовувати люди для різних бізнес-потреб. Наприклад, існує розділ та налаштування Providing Services, мета якого допомагати фрилансерам та бізнесу повідомляти клієнтам про доступні послуги. Проте варто враховувати, що цей розділ не є єдиним, що повинен заповнити, наприклад, фрилансер для інформування про свої послуги. Це комплексна задача, яка поширюється на весь профіль та багато інших розділів.

Дизайнер сайтів з хорошим досвідом вирішила розповісти про свої послуги у мережі LinkedIn. Вона створювала цікавий контент на професійні теми, які інколи отримували схвальні реакції від аудиторії. Вона планувала працювати з власниками стартапів та малим бізнесом, адже мала відповідний досвід. От тільки на її сторінці не було інформації про неї як про дизайнера: освіта, додаткове навчання, напрямки роботи, приклади робіт тощо. Можливо її послуги дійсно були б корисними, але потенційний клієнт заходив у профіль, не бачив потрібної інформації і закривав цей профіль.

У результаті дизайнер не тільки недоотримала значну частину вигоди, а й інвестувала час, який можна було б використати інакше.

LinkedIn має майже 1 млрд користувачів з різних країн, сфер та професій. Досить велику увагу приділяють при пошуку бізнес-можливостей в інших країнах, оскільки це глобальна система де можна особисто скontaktувати з багатьма професіоналами з усього світу.

LinkedIn буде корисним власникам великих компаній, власникам стартапів, CEO, лідерам команд, керівникам офісів та департаментів, наймаючим менеджерам, у яких є задача не тільки знайти кандидатів на вакансії, але й інвесторів, партнерів, підрядників та інших корисні знайомства, які допомагають розвивати бізнес.

Користуйтеся LinkedIn не тільки для власної кар'єри, а й для ще кращої реалізації у бізнесі.





Енергія ТВОГО УСПІХУ

Випуск №
2
(104)
(від 29.02.2024)

ШАНОВНІ ЧИТАЧІ!

Свої побажання та пропозиції
надсилайте на e-mail:

i.vorotnikova@nrg.ua

Контактні телефони:

+38 050 327 98 88

+38 044 594 30 98



<https://nrg.ua/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/nrg.recruiting_agency



<https://t.me/agencynrg>