

Чек-лист для аудиту вакансії — перевіряємо за 12 пунктами

1. Перевіряємо коректність найменування вакансії — вибір назви та ступінь її пошукової оптимізації

Коректною можна вважати назву посади, яку у своїх вакансіях використовує більшість наймачів — таку вакансію найпростіше знайти кандидату. Якщо популярних назв кілька, і частоти їх використання можна порівняти, то в назві вакансії їх можна перерахувати через слеш — «/». У деяких випадках варто доповнити назву вакансії словами-маркерами, які дозволять «цільовій аудиторії» одразу ідентифікувати вакансію як «відповідну». Наприклад, для вакансії «продавець-консультант» додатковими маркерами будуть товар, який продаватиметься наприклад «автозапчастини» та район роботи, наприклад, «Приморський район м. Одеси». Деякі слова-маркери, що вказують на вимоги до кваліфікації кандидатів або характер роботи, можна вказувати в дужках, наприклад, «з навчанням» або «віддалено».

2. Перевіряємо конкурентоспроможність та коректність вказівки розміру заробітної плати, що пропонується

Головним інструментом є зарплатний калькулятор. Яку суму вказати у вакансії, якщо розмір заробітної плати залежить від результатів роботи і не є фіксованим — ту, на яку може розраховувати середньостатистичний «середньоуспішний» працівник, і заявляючи про досяжність якої роботодавець точно не «покривить душею». Виходячи з цього, варто вказувати у вакансії розмір заробітної плати у форматі «до ****». Якщо різниця між початковою та кінцевою сумою доходу працівника невелика, можна вказати і початкову суму, за умови, що вона виглядатиме привабливо на тлі пропозицій конкурентів — тоді можна використовувати формат «від **** до ****». Використання форматів «від ***» або «від **** до ****», де сума «до» відрізняється від суми «від» у рази, небажана — претендент насамперед звертатиме увагу на меншу суму.

3. Перевіряємо текст вакансії щодо його надмірності

Кандидати, відкриваючи вкладку з вакансією, не готові вчитуватися в об'ємний текст. Декілька секунд вони намагаються знайти потрібну інформацію, потім або закривають вкладку, тому що не побачили те, що очікували або, не звертаючи уваги на опис вакансії, надсилають відгук.

Якщо текст об'ємний, його не читатимуть до кінця, максимум — кілька рядків — це стосується будь-яких сторінок, що відкриваються інтернет-користувачами. Для того, щоб оголошення про найм було зручним для читання, його обсяг без урахування назв розділів «Обов'язки», «Вимоги», «Умови» не повинен перевищувати 10-15, максимум 20 рядків. Якщо обсяг тексту більше — безжально видаляємо неінформативні слова, словосполучення та речення.

4. Перевіряємо коректність структури тексту вакансії

Звичні назви «Обов'язки», «Вимоги», «Умови» та послідовність розташування інформаційних блоків у тексті вакансії спрощує претенденту навігацію в тексті вакансії. Нестандартний підхід до структури тексту вакансії та заміна звичних назв розділів на «Ми гарантуємо», «Ваші завдання», «Наші очікування» тощо. Уявіть, що ви прийшли в супермаркет, де зазвичай купуєте продукти, і виявили, що розташування відділів не тільки змінилося, але їх ще й назвали по-іншому — навряд чи вам буде комфортно.

5. Перевіряємо коректність вибору сфери діяльності та посади

Це проста процедура — в розділі «Спеціалізації» необхідно вибрати сферу діяльності і поставити галочки навпроти необхідних посад в налаштуваннях оголошення.

6. Перевіряємо вимоги до досвіду роботи у «шапці вакансії»

Використовувати діапазони із зазначенням необхідної кількості років досвіду роботи — не найвдаліше рішення, краще вказати вимоги до досвіду роботи в тексті вакансії, не вказуючи необхідну кількість років досвіду роботи. Перевіряємо, чи не зазначені суперечливі вимоги до тривалості досвіду роботи в тексті та у шапці вакансії.

7. Перевіряємо розділ «Обов'язки»

Основна вимога, яка має бути дотримана - зміст роботи має бути описаний коротко та інформативно. Пам'ятаємо про ліміт рядків в оголошенні, намагаємось вкластися в кілька рядків.

8. Перевіряємо розділ «Вимоги»

Надмірність вимог до претендентів - одна з можливих причин зменшення кількості відгуків. Залишаємо тільки ті вимоги, які дійсно обов'язкові, безжально видаляємо з тексту вимоги до особистих якостей кандидата.

9. Перевіряємо розділ «Умови»

Основний критерій оцінки цього розділу – наявність необхідної та достатньої інформації, яка важлива для претендента при виборі роботодавця – місце роботи, режим роботи, можливість навчання, кар'єрного зростання, наявність додаткових виплат та компенсацій, можливість релокації тощо. Не варто перевантажувати докладний текст описом усіх доступних «плюшок», перспективами кар'єрного зростання через рік роботи або пропонувати слово повірити в наявність «дружного колективу». Якщо розумієте, що якусь інформацію в повному обсязі не розмістити, наприклад, варіанти режимів роботи, вкажіть їх коротко — потім розкажете голосом.

10. Перевіряємо коректність інформації про компанію

Основна вимога - вкластися в один, максимум, два рядки тексту. З тексту має бути зрозуміло, чим займається компанія, якщо вважаєте, що претендента вразить відомий бренд, тривалість існування компанії, кількість офісів чи співробітників – можете вказати цю інформацію. Якщо текст з описом компанії займає більший обсяг — претенденти не читатимуть його, відповідно, не доберуться до розділів «Обов'язки», «Вимоги», «Умови». Варіанти розміщення інформації про компанію — або перед розділом «Обов'язки», або в розділі «Умови».

11. Перевіряємо вид вакансії у пошуковій видачі та на різних пристроях

Відкриваємо оголошення про найм на мобільному пристрої та ПК, оцінюємо, чи видно при відкритті вкладки з вакансією та інформація, яку ми в першу чергу хочемо донести до кандидата. Необхідність скролити текст читання знижує зручність сприйняття вакансії претендентом. Перевіряємо, як виглядає оголошення у списку вакансій — назва вакансії і два-три рядки тексту, що виводиться в пошуковій видачі, вакансії повинні бути інформативними та привабливими.

12. Перевіряємо доцільність дублювання інформації у тексті вакансії

Іноді у процесі підбору виявляється, що претенденти «не бачать» у тексті оголошення важливу інформацію. Якщо необхідно її продублювати, варто це зробити, наприклад, інформація про навчання співробітника може бути і в назві вакансії, і в вимогах (наприклад, «готовність до навчання») і в розділі «Умови».