

CV jak fan page? Problem z rekrutacją pokolenia Z

Nie potrafią poprawnie opracować curriculum vitae

PRACA

Coraz więcej Polaków urodzonych w drugiej połowie lat 90. i na początku XXI wieku wkracza na rynek pracy. Jak sobie radzą, szukając pracy?

#Katarzyna Sklepik

To problem dla wszystkich zainteresowanych stron – firm, rekruterów i przyszłych pracowników. – Pokolenie Z generalnie postrzegane jest jako nowoczesne, ukierunkowane na cyfryzację. Niestety, jeśli chodzi o przygotowanie CV poszło to w zdecydowanie złą stronę – mówi Dariusz Michalski z **HR Global Group**.

Przekombinowane, pstrokaty, a nawet niedopracowane. Coraz częściej tym charakteryzują się CV nadsyłane do firm przez osoby w wieku 25 lat i młodsze. To z całą pewnością wypadkowa rzeczywistości w jakiej osoby młode się poruszają. Świat zdominował Internet i social media, do tego stopnia, że widać to nawet po dokumentach aplikacyj-



Młodzi pracownicy źle przygotowują swoje dokumenty aplikacyjne i CV

FOT. 123RF

nych. Tym co przede wszystkim razi po oczach rekruterów są fotografie. Kiedyś w pewien sposób jednakowe – prostokątne, w pionie, zazwyczaj z profilu, na jasnym tle, w schludnym ubraniu. Wyciągnięte jak z dowodu osobistego czy prawa jazdy. Tymczasem najmłodsze pokolenie stawia na nowe roz-

wiązania. I tak fotografie są ulepszone, wzbogacane o filtry, często prezentują więcej niż twarz. Nie brak nawet takich CV, w których kandydat prezentuje się w okularach przeciwsłonecznych, na plaży pod palmą albo – co gorsza – z papierosem w dłoni.

– Przede wszystkim warto pamiętać o tym, że zdjęcie nie jest

obowiązkowym elementem CV. Żaden rekruter z powodu braku zdjęcia nie odrzuci danej kandydatury. Nie ma jednak co ukrywać, że CV ze zdjęciem po prostu bardziej zapada w pamięci osoby rekrutującej. Tylko powinno to być zdjęcie profesjonalne – wysokiej jakości, najlepiej na jasnym tle, ale nie takie, które za-

mieszczamy na prywatnym Instagramie z hasztagiem #selfie. Podstawą jest także zamieszczenie tego zdjęcia w lewym bądź prawym górnym rogu CV, tymczasem coraz częściej mamy do czynienia ze zdjęciami w jakichś „ramkach”, z nienaturalnymi filtrami z aplikacji, które ładują np. w centralnym miejscu dokumentu. W takim wypadku lepiej wysłać CV bez fotografii – zdradza Dariusz Michalski.

Coraz więcej młodych osób zamieszcza w curriculum vitae także linki do swoich social mediów. I o ile ktoś prowadzi profil z myślą o rozwoju zawodowym (np. na LinkedInie), ma to sens, o tyle – jak w większości przypadków – jeśli jest to konto stricte ukierunkowane na sprawy prywatne (Facebook, Instagram, Tik Tok), zdecydowanie mija się to z celem. Mało tego, bardziej może kandydatowi zaszkodzić niż pomóc.

Jednocześnie zdarza się, że kandydat zapomina o podaniu danych kontaktowych w postaci elektronicznej skrzynki pocztowej bądź numeru telefonu. Z takimi CV rekruterzy mają do czy-

nienia coraz częściej. – A ci, którzy pamiętają o podaniu maila, wpisują adres w stylu przystojny@buziaczek.pl zamiast imie.nazwisko@gmail.com. Czy to wygląda poważnie? – pyta retorycznie Michalski.

Trendem wśród pokolenia Z stało się także „opakowanie” CV w odpowiednią szatę graficzną. Niestety, zazwyczaj kosztem warstwy tekstowej. Tymczasem rekruterów interesują przede wszystkim informacje o kandydacie – jakie zdobył wykształcenie, czy i jakie ma doświadczenie zawodowe, jakimi językami się posługuje, jakie są jego mocne strony. Not za layout CV – z wyjątkiem rekrutacji na stanowiska kreatywne, np. w agencjach marketingowych – rekruterzy nie przyznają.

Warto zatem pamiętać o podstawach dobrego CV: białe tło, kartka bez graficznych, zupełnie niepotrzebnych wstawek; dane kontaktowe: mail i numer telefonu, wykształcenie, doświadczenie, umiejętności i jeśli jest wola zamieszczenia zdjęcia, to tylko profesjonalnego w prawym górnym rogu.