

## Váš atraktivní náborový inzerát

---

### 1. Předložte návnadu – důvod proč dále číst.

Třeba takto:

Hledáme grafika, který způsobí revoluci v českém HR marketingu.

### 2. Představte se a stručně řekněte oč na světě usilujete.

Třeba takto:

Jsme BrandBakers, pekaři charismatických značek zaměstnavatelů.

Věříme, že lidé, kteří se k sobě hodí a sdílejí společné poslání a hodnoty, mohou dosáhnout skutečně velkých věcí. Proto pomáháme klientům budovat značky, které ty správné lidi přitahují a spojují.

Jsme mladou, teprve dva roky starou, firmou. Přesto pracujeme na spoustě zajímavých projektů pro zajímavé klienty. Rosteme a do 3 let chceme být jedničkou v oblasti employer brandingů a náborové komunikace v Čechách.

Pomůžeš nám v tom právě ty?



# BrandBakers

Brand / Business / Design

## 3. Představte své hodnoty a firemní kulturu

Třeba takto:

Stavíme na třech, pro nás klíčových, hodnotách.

### **Opravdovost**

Věříme, že každý problém je jedinečný a vyžaduje proto jedinečné řešení.

Nezůstáváme na povrchu. Pídíme se, hledáme, abychom to opravdové řešení klientovi přinesli. I když to někdy bolí.

### **Jednoduchost**

V jednoduchosti je síla a jednoduchá řešení většinou fungují nejlépe.

Dělat věci jednoduše je dřina. Ne vždy se nám to daří, ale vždy se o to pokoušíme.

### **Skutečný přínos**

K tomu, aby nás naše práce skutečně těšila, potřebujeme cítit, že je přínosná.

Vše, co děláme, děláme proto, abychom pomohli značce či businessu našeho klienta. To je hlavní kritérium. Nedělá nám problém odmítnout práci, o jejímž přínosu pochybujeme.

Můžeš se u nás těšit na neformální prostředí, otevřenost a absolutní svobodu názoru. Hodně pracujeme, ale umíme se i hodně bavit. Baví nás společné výpravy za nejlepšími burgery a pivem.

## 4. Popište, jaký by měl váš nový kolega být.

Třeba takto:

Hledáme otevřeného člověka, který má svůj názor, nebojí se jej obhájit a zároveň je



# BrandBakers

Brand / Business / Design

ochoten přijmout názor či konstruktivní kritiku druhých. Je důležité, abys byl(a) flexibilní a tvůrčí. Řada projektů vyžaduje vynalézavost a schopnost přizpůsobit se situaci. Pohodlnost se u nás zkrátka nenosí. Budeš hodně v kontaktu s lidmi – s ostatními z nás i s našimi klienty. Je proto důležité, abys nebyl(a) do sebe uzavřeným introvertem. Pokud jsi skutečný nadšenec, stejně jako my, neměla by ti vadit občasná práce o víkendu či po večerech, když bude zrovna potřeba zamakat na důležitém projektu.

## 5. Přibližte co u vás bude nový kolega dělat, jaké znalosti a dovednosti má mít.

Třeba takto:

**Budeš součástí týmu, který vytváří značkovou a náborovou komunikaci klientů a komunikaci BrandBakers.**

Od pekařských kolegů, kteří vytvářejí komunikační strategie, budeš nasávat záměry a cíle a poté je společně s textaři, web developery, tvůrci mobilních aplikací, kolegy, co dělají sociální sítě, a produkčními budeš realizovat.

**Tvým denním chlebem budou zejména následující oblasti designu.**

**Měl bys v nich být skutečně dobrý.**

- prezentace (včetně PPT) a naše pekařské nabídky
- infografika (hodně skvělé infografiky)
- design webů (včetně těch mobilních, které jsou skutečně mobilní a uživatelsky příjemné)
- storyboardy k náborovým videím (takové, které videa prodávají)
- elektronické a tištěné prezentační materiály (je toho spousta)
- veletržní stánky (které lákají a zároveň fungují)
- střežení a rozvoj našeho pekařského korporátního designu (hodně si na něm zakládáme)
- a mraky drobností, které přináší každý den (a že těch drobností bude)

Hledáme skutečného idea designéra – člověka, který nedělá jen líbivé obrázky, ale má tu schopnost vyjadřovat designem myšlenky a cíleně vyvolávat emoce.



# BrandBakers

Brand / Business / Design

## 6. Stručně popište, jak se novému kolegovi odměníte.

Třeba takto:

**Nenabízíme teplou židli ani propracovaný systém benefitů.**

**Nicméně:**

- u nás platí, že za skvělou práci náleží skvělá odměna
- pokud zrovna nebudeš prezentovat u klienta nebo brainstormovat s kolegy, pracuj si kde chceš

Tím hlavním, co u nás všichni oceňujeme nejvíce, je ale smysluplná práce, která přináší skutečný efekt. Budeš mít šanci zanechat stopu.

## 7. Nezapomeňte na call to action na závěr.

Třeba takto:

Je ti blízké v co věříme a jaké hodnoty vyznáváme? Cítíš, že mezi nás zapadneš? Je vyjadřování myšlenek prostřednictvím designu to, čím žiješ? Jsi v tom skutečně dobrý?

Pokud jsou všechny tvé odpovědi ano, ozvi se nám. Rádi tě poznáme.

