

Корпоративное обучение

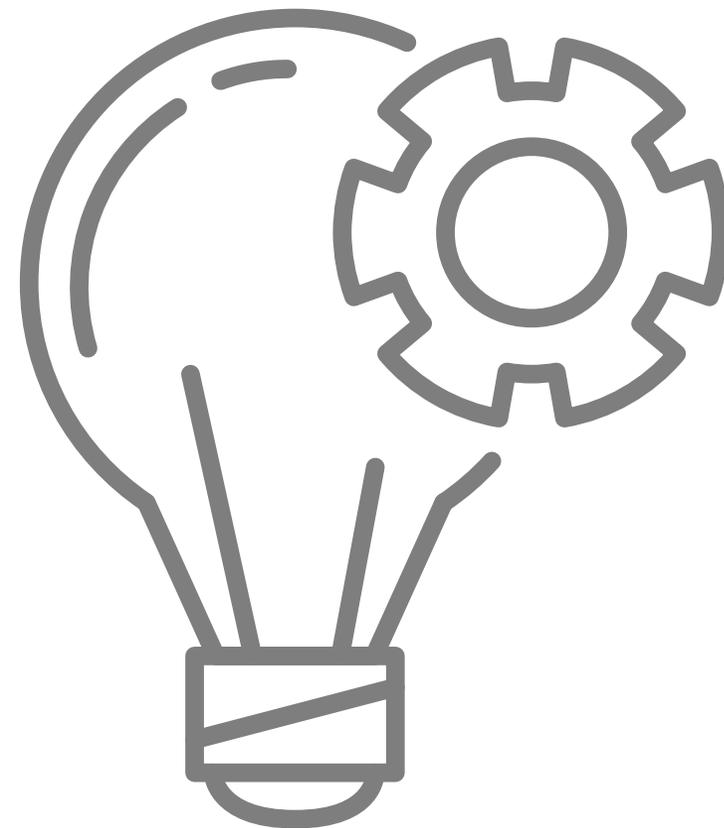
«Тексты: как заставить буквы работать за себя»

Что будет на обучении

Продолжительность обсуждается, указана рекомендуемая разбивка по вебинарам.

Вебинар 1. «Описание вакансии или как выжать максимум из job-сайтов и не только»

Вебинар 2. Мы пишем – нам пишут.



Вебинар 1. «Описание вакансии или как выжать максимум из job-сайтов и не только»

1. Введение. Тексты в подборе: какие минимум 6, в идеале 20 скриптов вы должны проработать после диагностики, чтобы быть готовым быстро и качественно создавать и прорабатывать воронку и чем они отличаются.

Примечание: в этом разделе основной акцент на том, что игнорирование разницы подхода к целевой аудитории, «хамство» в текстах, которое рекрутер часто не чувствует, нарушение последовательностей в этикете и доказанном в маркетинге цикле коммуникаций на пути кандидата приводит к потере уже найденного кандидата, а также затратам времени на конфликты (естественные, т.к не учли стрессогенность процесса подбора в целом и не только) и другие аспекты. Показывается также, почему не может быть описание для hh, авито, телеграм канала и письма по почте «одинаковым», и как это вредит. Ракурс от удержания внимания при чтении (правило 7 слов), доказанной эффективности связки текст – канал – время – особенность целевой аудитории – этикет.

2. Описание вакансий на job-сайте:

2.1 Структура описания вакансии или почему на hh кандидаты не читают раздел о компании, и вы не продали без правильной преамбулы: правило пропорций (соотношения) условий, обязанностей, требований, как писать преамбулу и послесловие (и зачем такой необычный раздел); новые фишки в структуре вакансий.

2.2. Чек-лист «Табу в описании» или отличие рекламы от должностной инструкции.

2.3. Правила формулировки требований - как привлекать требованиями нужных, отсекают ненужных, создавать защиту от рисков, когда надо "законно" отказать потом и требования будут единственной опорой; как описывать требования к вакансиям «без опыта» и продающим позициям с опытом.

2.4. Качество текстов или «кандидаты не идиоты»: пишем вкусно, четко, качественно и... вежливо.

2.5. Топ-N ошибок на основе текстов вашей компании и не только: кейс-практикум (разбираем в зависимости от тайминга все или часть, часть переадресуется тогда в раздаточные материалы как домашнее задание – наиболее простые или менее вызывающие сопротивление обычно). Примечание: если более 1 вебинара по теме, дается на этой базе задание на доработку с условием публикации исправленных позиций, приславшим домашнее задание в виде ссылки с обновленной позицией дается приз.

2.5. Анализ текстов конкурентов на рынке труда и зачем это надо.

2.6. Основы рекламных текстов и копирайтинга в рекламе: научная база рекламных текстов и различие стилей в зависимости от источника публикаций.

2.7. Как просто писать тексты вакансий: общие коллекции условий, список «табу», три кита «вкусного текста» (обращение к целевой аудитории, соблюдение традиционных последовательностей, прямая подача).

2.8. EVP или как писать условия так, чтобы кандидаты их видели (снятие поисковой помехи «слепых» описаний, приоритезация от себя, а не от кандидата, непроведение CustDev, а домысливание, что кандидату надо и др.).

Вебинар 2. Мы пишем – нам пишут

Рассматриваем на примерах текстов: правила составления данного типа текстов, как сделать их продающими, риски, табу (закон, конфликтогенность, вред бренду):

1. Текст приглашения к звонку (встрече) кандидату, который ответил на вакансию.
2. Текст приглашения к звонку (встрече) кандидату, которого нашли – холодный контакт (связка job-сайт, почта, мессенджер и в чем будет отличие, техника «подогрей контакт» и звони, создание информационного повода для звонка).
3. Тексты с приглашением на тестирование.
4. Тексты ведения (даются в вариациях – «особенные» вакансии, средний уровень, рабочие, чтобы было понимание разности лексики и не было сбоев недопонимания, что нет «дискриминации» по разным вакансиям, есть разница в потребностях кандидатов при получении текстов):
 - 4.1. Благодарность за контакт (всем, даже отказникам, снятие репутационных рисков, развитие реферальности, условно автотекст)
 - 4.2. Фиксация договоренностей.
 - 4.3. Прогрев «думающих»: 5 способов продолжить диалог и повлиять на решение в зависимости от позиции.
 - 4.4. Напоминания до звонка, встречи, когда, сколько раз, на что влияет. Текст.
 - 4.5. Тексты переносов (как правильно сообщить о переносе встречи с минимизацией срывов).

4.6. Отправка дополнительной информации: 5 тем для поддержания контакта, когда долго ждет.

4.7. Саппорт и сбор обратной связи с нанимающим менеджером: быстрый, отложенный, почему важно делать сразу и как автоматизировать, подогрев при длительном ожидании ответа после встречи (нанимающий менеджер «смотрит еще» или долго не дает ответ).

5. Тексты отказов:

а) По резюме.

б) После звонка.

в) После встречи с нанимающим менеджером.

г) Реакция на конфликты по результатам отказа (табу в текстах, правила ответа для снижения агрессии и/или защиты от правовых последствий).

6. Немного о законах для рекрутера: 10 самых популярных «косяков» в текстах, которые при-водят к штрафам и даже в суд с кандидатом – от персональных данных до незаконных отказов и немного о коммерческой тайне.

Примечание: в программе, не зная как у вас построена работа с персональными данными, не можем говорить о вставке текста согласия на обработку персональных данных в сообщения кандидатам. Рекомендуем воспользоваться по этой теме консультационными услугами с нашей стороны. Можем показать варианты решений для телефонных интервью и других дистанционных форматов. Стоимость 5000 рублей в час, если разработка подходящих Вам текстов необходима, а не просто упоминание в программе «способов» получения согласия без текстов.

Стоимость: от 2-х часов – 200 000 руб.

Спикер Ольга Чумакина

HRD, профессиональный рекрутер, юрист по трудовому праву.

Консультант и бизнес-тренер.

Ведущий более 40 программ по подбору персонала и иных направлений HR в компании CordisON и других организациях.

15+ лет опыта в HR-консалтинге и проведения бизнес-тренингов в открытом и корпоративном формате.



Отзывы о спикере

"После просмотра сегодняшнего вебинара с Ольгой Чумакиной по подбору осталась очень довольна, очень интересно было слушать и много нового для себя узнала, перезагрузила свой мозг)"

"Темп классной практической информации был очень высокий, поэтому надо пересмотреть запись. Благодарю за Ваш опыт и такую акцентную подачу"

"Спасибо большое за вебинар, очень полезно, содержательно, взяла многие вещи на заметку"

"Очень много полезной информации, спасибо!"

"Огромное спасибо, много ценной информации"

"Спасибо огромное за курс, все структурировано, лекции не большие, удобно смотреть, много полезного материала."

"Впечатление положительное, информация подается доступно, логично, структурировано. Курс помог структурировать уже имеющиеся знания и новые знания, полученные в ходе обучения. Особенно полезна была информация о диагностике позиции, о формировании заявки и взаимодействии с заказчиком."

арб

- 7 [495] 414-47-01

- support@1-arb.ru

- 1-arb.ru