

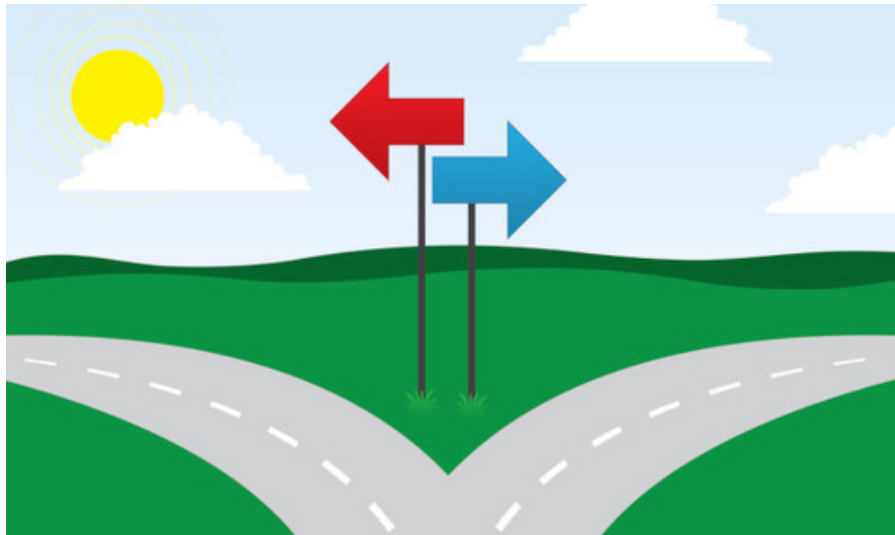
Ř Í J E N 2 0 2 4

# Newsletter



HitPrace.cz

Váš průvodce pracovním trhem – novinky, tipy a trendy každý měsíc.



## Kontakt

Pavel Vondruška  
pavel.vondruska@hitprace.cz



## Obsah čísla

- Evoluce placené inzerce na pracovních portálech: Který model je pro vás nejefektivnější?
- Proč si někteří HR manažeři myslí, že jsou lepší, než ve skutečnosti jsou?
- Klíč k udržení mladých talentů (který 90 % firem přehlíží)

## Evoluce placené inzerce na pracovních portálech: Který model je pro vás nejefektivnější?

Ve světě nábory se neustále vyvíjejí způsoby, jak efektivně oslovit ty správné kandidáty. Jedním z klíčových aspektů je volba vhodného místa, kde inzerát vystavit spolu se způsobem platebního modelu, který určuje motivaci protistrany - místa, kde svá pracovní místa vystavujete a očekáváte, že získáte kvalitní uchazeče, ze kterých si vyberete.

Pracovní portály provozují více jak 7 let a vyzkoušel jsem za tu dobu různé přístupy, u kterých jsem sledoval jejich výsledky. A na to obou stranách - jak z pohledu portálu i inzerenta.

Každý způsob inzerce má svá specifika a je vhodný při různých počtech inzerovaných pozic a jejich atraktivitě pro různé segmenty návštěvníků. Volba ideálního partnera pro získání uchazečů je klíčová pro úspěšný nábor nových zaměstnanců.

Pojďme se společně podívat na různé modely a jejich výhody i nevýhody.



## Cena za dobu vystavení

Tradiční a stále nejvíce populární přístup napříč pracovními portály i poptávaný zaměstnavateli. V tomto modelu zaměstnavatel zaplatí jednorázový poplatek za zveřejnění inzerátu na pevně stanovenou dobu, například 30 dní. Inzerát je viditelný po celou tuto dobu bez ohledu na to, kolik lidí ho vidí nebo na něj klikne. Po uplynutí stanovené doby inzerát automaticky zmizí, pokud není obnovený nebo prodloužený za další poplatek. Vhodný model pro menší počet inzerátů práce.



- Předem jasně definované náklady
- Jednoduchý model na pochopení a implementaci
- Za fixně stanovenou cenu lze někdy získat vysoký počet uchazečů - dle atraktivity nabídky



- Nezaručuje viditelnost inzerátu ani výkon z pohledu počtu získání kandidátů
- Může být neefektivní pro pozice s nízkou poptávkou
- Riziko, že inzerát "zapadne" mezi novějšími nabídkami ke konci období



## Jak vytěžit maximum z inzerce práce?

Připravil jsem si pro Vás několik doporučení, které Vám pomohou využít inzerce na HitPrace.cz na maximum!

1

Ujistěte se, že máte ve svém profilu aktuální aktivní inzeráty práce. Inzeráty vždy po 30 dnech expirují, lze je obnovovat (vždy před expirací chodí na e-mail upozornění). Inzeráty u nás můžete vkládat bezplatně - a rovnou máte přístup i ke všem funkcím bez omezení.

2

U každé Vaší nabídky práce máte možnost si rovnou zobrazit doporučené profily našich registrovaných uživatelů, kteří by mohli svým profilem vyhovovat a můžete je rovnou sami oslovit. Vše bezplatně.

3

Obnovujte inzerát v pravidelných intervalech pro udržení jeho viditelnosti. Stačí prodloužit jeho platnost / upravit textaci. Posune se opět mezi nové.

4

Nabídku práce, která je dostupná ve více lokalitách nebo vzdáleně, doporučuji rozkopírovat do více měst pro větší zásah a získání více uchazečů

5

Využijte možnosti zvýraznění pro získání více kandidátů - nabízíme více možností spolupráce. Případně se mi ozvěte (pavel.vondruska@hitprace.cz) a rád Vám pomůžu.

+

Na Váš firemní profil s nabídkami práce můžete jednoduše odkazovat ze svých webových stránek a sociálních sítí. Navíc za to u nás získáte výhody.

Vložte / upravte své inzeráty práce

<https://www.hitprace.cz/firma/>

## Cena za zvýraznění inzerátu

Tento model nabízí možnost zaplatit extra za to, aby inzerát byl umístěn na lepších místech pracovního portálu. Může jít o horní část výsledků vyhledávání, speciální sekci na domovské stránce nebo zvýrazněné pozice v e-mailových upozorněních. Obvykle platíte vyšší fixní částku za prémiové umístění na určitou dobu, například týden nebo měsíc.



- Zvýšená viditelnost inzerátu oproti ostatním nabídkám práce = více uchazečů než bez zvýraznění
- Vhodné pro urgentní náborů nebo prestižní pozice
- Často umístění na prestižnějších pozicích



- Nemusí vést vždy k lepší kvalitě kandidátů, kvantitě obvykle pomůže výrazněji
- Efektivita klesá s počtem zvýrazněných inzerátů na portálu v daném období

## Předplatné pro zaměstnavatele

V tomto modelu platíte fixní měsíční nebo roční poplatek, který vám umožňuje neomezené využívání služeb platformy. To typicky zahrnuje možnost zveřejnit libovolný počet inzerátů, přístup k databázi životopisů, využívání nástrojů pro správu kandidátů a další prémiové funkce. Bez ohledu na to, kolik inzerátů zveřejníte nebo kolik dalších služeb využijete, platíte stále stejnou částku.



- Předvídatelné náklady bez ohledu na počet zveřejněných inzerátů a další využívané služby
- Typicky spojeno se službami tvorby kvalitního obsahu podporujícího brand zaměstnavatele (rozhovory, videa, fotky, texty)
- Často zahrnuje přístup k dalším službám jako je branding zaměstnavatele, analytické nástroje nebo prémiový obsah
- Vhodné pro firmy s častou potřebou náboru nebo s velkým počtem otevřených pozic
- Motivuje k aktivnímu využívání platformy a budování značky zaměstnavatele
- Získání uchazečů touto formou jsou často velmi kvalitní a již mají mnohem silnější představu o činnosti dané firmy, firemní kultuře a dalších klíčových otázkách díky kvalitnímu obsahu představující danou profesi a firmu



- Může být nákladné pro menší firmy s občasou potřebou náboru
- Riziko nevyužití plného potenciálu předplatného
- Nemusí splnit očekávání z pohledu počtu získaných uchazečů za vynaložené prostředky - je potřeba další aktivní vlastní HR marketing pro maximalizaci užítku

## Kreditový model zpoplatnění

---

Zaměstnavatel nakoupí balíček kreditů, které pak může flexibilně využívat na různé služby platformy. Například může utratit 1 kredit za zveřejnění standardního inzerátu, 3 kredity za prémiové umístění, 5 kreditů za přístup ke kontaktním údajům kandidáta atd. Kredity mají obvykle určitou dobu platnosti a zaměstnavatel je může průběžně dokupovat podle potřeby.



- Flexibilita v rozhodování o využití rozpočtu
- Možnost kombinovat různé služby
- Snadné sledování a kontrola nákladů
- Možnost využití kreditů v nejsilnějších dnech pro maximalizaci jejich hodnoty



- Nutnost pravidelného dobíjení kreditů
- Riziko nevyužití zakoupených kreditů
- V dlouhodobějším období většinou dražší způsob než alternativy

## Cena za proklik (CPC)

---

Při tomto modelu zaměstnavatel neplatí za zveřejnění inzerátu, ale za každý jednotlivý klik na inzerát. Zaměstnavatel obvykle nastaví maximální denní nebo celkový rozpočet. Když uživatel klikne na inzerát, je z tohoto rozpočtu odečtena předem stanovená částka. Inzerát zůstává viditelný, dokud není vyčerpán rozpočet nebo dokud ho zaměstnavatel nedeaktivuje. Jedná se o výkonnostní marketingový model většinou využívaný agregátory pracovních inzerátů u hromadnější inzerce práce.



- Platíte za prokliknutí na detail inzerátu
- Možnost optimalizace inzerátu pro vyšší míru prokliku
- Na některé pracovní pozice je tak možné získat uchazeče za relativně nízkou cenu



- Riziko nechtěných nebo nekvalitních kliků
- Může být nákladné pro velmi žádané pozice
- Motivace portálu / agregátoru je dodávat především objem prokliků
- Riziko podvodně dodaných nekonvertujících prokliků s následnými spory

## Cena za získanou žádost o práci (CPA)

---

V tomto případě zaměstnavatel platí pouze tehdy, když kandidát skutečně odešle žádost o práci. Zaměstnavatel nastaví částku, kterou je ochoten zaplatit za jednu žádost. Inzerát je zobrazen zdarma, ale když kandidát vyplní a odešle žádost o práci, zaměstnavatel je účtován stanovenou částkou.



- Platíte pouze za získané uchazeče
- Plně výkonnostní model spolupráce, kde obě strany mají shodný zájem na objemu a kvalitě
- Eliminuje problém s nekvalitními kliky



- Může vést k méně kvalitním žádostem

## Platba za úspěšný nábor (Pay-per-hire)

---

Tento model funguje podobně jako provizní systém. Zaměstnavatel zveřejní inzerát zdarma nebo za minimální poplatek. Pokud následně najme kandidáta, kterého našel přes tuto platformu, zaplatí dohodnutou částku nebo procento z roční mzdy nového zaměstnance. Platforma obvykle sleduje kandidáty po určitou dobu (např. 6 měsíců) od jejich prvního kontaktu s inzerátem, aby určila, zda došlo k úspěšnému náboru.



- Minimální riziko - platba pouze za výsledky
- Výhodné pro těžko obsaditelné pozice
- Motivuje platformu k poskytování kvalitních kandidátů



- Obvykle velmi vysoká jednotková cena
- Možné konflikty ohledně zdroje kandidáta

## Model založený na přístupu k CV registrovaných uživatelů

---

Tento model poskytuje zaměstnavatelům přístup k databázi životopisů (CV) kandidátů, kteří se zaregistrovali na pracovním portálu. Zaměstnavatelé mohou prohledávat tuto databázi podle různých kritérií (např. dovednosti, zkušenosti, lokalita) a kontaktovat vhodné kandidáty přímo, bez nutnosti čekat na reakce na zveřejněný inzerát.



- Umožňuje aktivní vyhledávání kandidátů, včetně pasivních uchazečů
- Rychlý přístup k velkému počtu potenciálních kandidátů
- Možnost cíleného vyhledávání podle specifických kritérií



- Může být nákladné a časově náročné, zejména pro menší firmy
- Riziko, že oslovení uživatelé většinou nebudou mít zájem o konkrétní nabízenou práci
- Riziko oslovování neaktuálních profilů

# Proč si někteří HR manažeři myslí, že jsou lepší, než ve skutečnosti jsou?



Odhalte sílu Dunning-Krugerova efektu!

Dnes se s vámi podělím o fascinující psychologický jev, který může mít zásadní dopad na naši práci v oblasti lidských zdrojů. Jde o Dunning-Krugerův efekt. Možná jste o něm už slyšeli, ale věděli jste, jak moc ovlivňuje naše rozhodování při náboru a řízení lidí?

**Představte si situaci:** Vedete pohovor s kandidátem, který působí nesmírně sebevědomě a kompetentně. Mluví plynule o svých schopnostech a znalostech. Vypadá to, že jste našli toho pravého. Ale pak... realita ukáže něco jiného. Zní vám to povědomě?

**Dunning-Krugerův efekt** v kostce říká, že lidé s omezenými znalostmi nebo kompetencemi v určité oblasti mají tendenci přeceňovat své schopnosti. Naopak experti často podceňují své dovednosti, protože si uvědomují, kolik toho ještě nevědí.

## Jak se to projevuje v HR praxi?

1. Při pohovorech: Méně kvalifikovaní kandidáti mohou působit sebevědoměji než skuteční experti. Nenechte se zmást prvním dojmem!
2. Při hodnocení výkonu: Zaměstnanci s nižší úrovní dovedností mohou mít nerealisticky pozitivní sebehodnocení.
3. Při plánování vzdělávání: Ti, kteří by nejvíce potřebovali školení, mohou být paradoxně nejméně ochotní se ho zúčastnit.

## Co s tím můžeme dělat?

1. Objektivizujte hodnocení: Používejte standardizované testy dovedností a znalostí.
2. Podporujte kulturu učení: Vytvořte prostředí, kde je normální přiznat, že něco nevíme.
3. Buďte opatrní při sebehodnocení: Doplnějte je o objektivní měřítka výkonu.
4. Vzdělávejte se o kognitivních zkresleních: Čím více o nich víme, tím lépe jim můžeme čelit.

Osobně jsem se s tímto efektem setkal mnohokrát. Vzpomínám si na jednoho kandidáta, který se prezentoval jako expert na výkonnostní online marketing. Působil nesmírně sebevědomě, ale když jsem ho požádal o konkrétní ukázky jeho práce a nástiny možných řešení konkrétního řešení, ukázalo se, že jeho znalosti jsou spíše povrchní.

Dunning-Krugerův efekt není jen zajímavá teorie - je to realita, se kterou se (nejen) v HR setkáváme denně. Uvědomění si jeho existence nám může pomoci dělat lepší rozhodnutí při náboru, hodnocení i rozvoji zaměstnanců.

Jak se vy vypořádáváte s tímto jevem ve vaší HR praxi?

## Generace Z v práci: Klíč k udržení mladých talentů (který 90 % firem přehlíží)

Myslíte si, že znáte Generaci Z? Většina firem si to myslí také - a právě proto o mladé talenty přichází. V dnešním článku odhalím klíč k udržení nejmladší pracovní generace, který 9 z 10 zaměstnavatelů přehlíží.

Připravte se na to, že budete muset přehodnotit, co jste si mysleli, že víte o motivaci zaměstnanců. Tato strategie může změnit způsob, jakým budete dlouhodobě svůj tým.



Zapomeňte na ping-pongové stoly a neomezené zásoby energy drinků. Tyhle triky už dávno nefungují. Co tedy Generace Z skutečně chce?

## Smysl a dopad

---

Generace Z touží po něčem víc než jen po výplatní pásce. Chtějí vědět, že jejich práce má skutečný dopad. Jak na to?

- Pravidelně komunikujte, jak práce vašich zaměstnanců přispívá k větším cílům firmy.
- Zapojte je do projektů s sociálním nebo environmentálním přesahem.
- Dejte jim prostor pro inovace a vlastní nápady.

## Flexibilita jako standard

---

Pro Generaci Z není práce z domova benefit - je to očekávání. Ale pozor, nejde jen o místo:

- Nabídněte flexibilní pracovní hodiny.
- Umožněte jim pracovat na projektech napříč odděleními.
- Vytvořte systém "vyber si vlastní cestu" pro kariéerní růst.

## Průběžná zpětná vazba

---

Zapomeňte na roční hodnocení. Generace Z vyrostla s okamžitou zpětnou vazbou na sociálních sítích a očekává totéž v práci:

- Implementujte týdenní nebo měsíční 1:1 setkání.
- Využívejte nástroje pro průběžnou zpětnou vazbu.
- Poskytujte konstruktivní feedback "v reálném čase".

## Autentické vztahy

---

Generace Z prokoukla falešnou firemní kulturu. Co chtějí místo toho?

- Podporujte otevřenou komunikaci napříč hierarchií.
- Organizujte neformální setkání týmů mimo práci.
- Buďte transparentní ohledně firemních rozhodnutí a výzev.

## Osobní rozvoj

---

Generace Z ví, že jediná jistota je změna. Pomozte jim růst:

- Nabídněte personalizované vzdělávací programy.
- Vytvořte systém interních mentorů a koučů.
- Podporujte vedlejší projekty a experimentování.

**Klíč k udržení Generace Z nespočívá v cool kancelářích nebo nekonečných benefitech.**

**Jde o vytvoření prostředí, kde se mohou rozvíjet, mít skutečný dopad a cítit se součástí něčeho většího.**

**Generace Z není problém k vyřešení, ale příležitost k inovaci vaší firemní kultury.**

**Firmy, které to pochopí jako první, budou mít obrovskou konkurenční výhodu v boji o mladé talenty.**

# Proč umístit svá pracovní místa na HitPrace.cz?



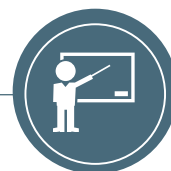
## Jednoduchá správa inzerátů a uchazečů

Vše si můžete jednoduše nastavit a spravovat ve svém firemním rozhraní a během chvíle vystavit nové inzeráty práce.



## Bez omezení. Bez limitů. Bezplatně.

Bezplatná inzerce práce bez závazků. Neomezený počet nabídek práce.



## Cílený marketing = kvalitní uchazeči

Naším uživatelům automaticky na základě moderních technologií a cíleného marketingu zobrazujeme nabídky práce dle jejich zájmů. Vy tak získáte relevantní zájemce.

## Pro ty, kdo chtějí víc...

Naším partnerům, kteří chtějí dostávat větší množství reakcí na inzeráty, nabízíme možnosti, jak své nabídky práce dostat ještě k více potenciálním kandidátům a získat tak více odpovědí na inzeráty. Podívejte se na naši nabídku nebo mě přímo kontaktujte.

Získejte ještě více uchazečů

<https://www.hitprace.cz/firma/zvyrazneni/>

## Návštěvnost 600 tisíc

lidí každý měsíc na HitPrace.cz hledá práci

## Reakcí na inzeráty 21 tisíc

odeslaných životopisů každý měsíc na inzeráty práce

## Stabilita a spolehlivost 2017

dlouhodobě pracujeme na zlepšování služeb pro firmy i uchazeče

//

Mým dlouhodobým záměrem je agregovat co nejvíce pracovních míst, aby uchazeči o zaměstnání, kteří hledají novou práci prostřednictvím HitPrace.cz, měli co nejširší výběr napříč lokalitami i obory práce a zaměstnavatelé mohli získat kvalitní uchazeče na svá volná pracovní místa.



## Budme v kontaktu

Pavel Vondruška / Zakladatel HitPrace.cz

E-mail

[pavel.vondruska@hitprace.cz](mailto:pavel.vondruska@hitprace.cz)

Profesní profily

<https://www.linkedin.com/in/pavelvondruska/>

<https://www.hitprace.cz/u/pavel-vondruska-mt4vjsaqcw>

Web

[www.hitprace.cz](http://www.hitprace.cz)