

# ГАЙД

Как найти

нового сотрудника

в ресторан?

# Добрый день!

Набор нового сотрудника в штат — это норма. Причин много: расширение штата, замена не подходящего сотрудника или открытие нового заведения. Вопрос стоит только в том, сколько времени и денег вы готовы потратить на стажера?

На этом вопросе я сделал основной акцент, когда собирал для вас этот гайд.

Меня зовут Александр и я специализируюсь на систематизации процессов в ресторане.

В данном гайде у нас будет 2 блока:

Как нанимать эффективных сотрудников.

Как составить правильно объявление о найме.

Очень часто рестораторы жалуются на отсутствие квалифицированных кадров, но я считаю проблема лежит в самой системе работы заведения. На большую часть должностей не требуются каких-то особых навыков, поэтому вам стоит научиться выявлять другие качества потенциального новичка. А вот, когда мы подходим к подбору руководящих должностей или работников узкой специализации, там надо быть более внимательным. Обратить внимание на опыт и профессиональные качества.

За два блока мы с вами научимся находить нужных людей для вашего заведения, которые в дальнейшем позволят выстроить сильный сервис и высокие продажи.

## ГЛАВНЫЕ ЗАДАЧИ ГАЙДА:

- научиться составлять портрет подходящего кандидата на должность
- получить максимальное количество откликов на вакансию
- научиться составлять объявление о найме

# 1 КАК НАНИМАТЬ ЭФФЕКТИВНЫХ СОТРУДНИКОВ.

На рынке труда высокая конкуренция — организации борются за хороших специалистов. Чтобы привлечь в ресторан сильных кандидатов, нужно продать им идею работать в компании — написать продающее описание вакансии.

Скорость развития ресторана зависит от результатов работы каждого сотрудника. Поэтому любой развивающейся компании нужна команда продуктивных работников, способных давать необходимый результат и двигать ресторан к поставленным целям. В этом блоке вы узнаете как устроена эффективная система отбора персонала при найме.

## 6 ШАГОВ УСПЕШНОГО НАЙМА ПЕРСОНАЛА:

Нам необходима продуктивная команда для роста.

Так как же нам привлечь нужных людей для работы?

### 1. ОПРЕДЕЛИТЬ, КАКИЕ СОТРУДНИКИ НУЖНЫ?

Подбор и найм персонала можно сравнить с рыбалкой. Вы должны знать, на какую рыбу вы идете, где она водится и на какую наживку клюнет. Также и с наймом — от того, каких специалистов вы хотите привлечь, зависят каналы привлечения.

Первым делом нужно определить, кого вы ищете.

**Проработайте детальный портрет целевого кандидата — какой работник подойдет на вакантную должность:**

- Какую проблему бизнеса решит найм этого человека на должность?
- Какой результат он принесет компании?
- Каким требованиям должен соответствовать человек, чтобы выполнять работу?
- Какими личностными качествами он должен обладать?
- Какая мотивация должна им двигать?

После того, как вы ответили на эти вопросы и составили полный портрет кандидата, вы готовы составить объявление, которое привлечет внимание.

## 2. СОСТАВИТЬ ОБЪЯВЛЕНИЕ О ВАКАНСИИ

Объявление о вакансии — это возможность заинтересовать кандидата и продать ему идею работать в компании.

В интернете много шаблонных объявлений, которые обещают хорошие зарплаты, бонусы и быстрый карьерный рост. В них делается акцент на вознаграждении. Однако, если вы хотите найти эффективных сотрудников, нужно его сменить.

Продуктивных сотрудников в первую очередь интересует, чем им предстоит заниматься и как им преуспеть на своей должности. Чтобы привлечь таких специалистов, расскажите в объявлении что нужно будет делать работнику, какой результат производить, какие вызовы и сложности ждут его на рабочем месте. Подробное описание рабочих задач заинтересует сотрудников, которые хотят и умеют производить результат, и оттолкнет тех, кто хочет получать зарплату просто за факт присутствия на рабочем месте.

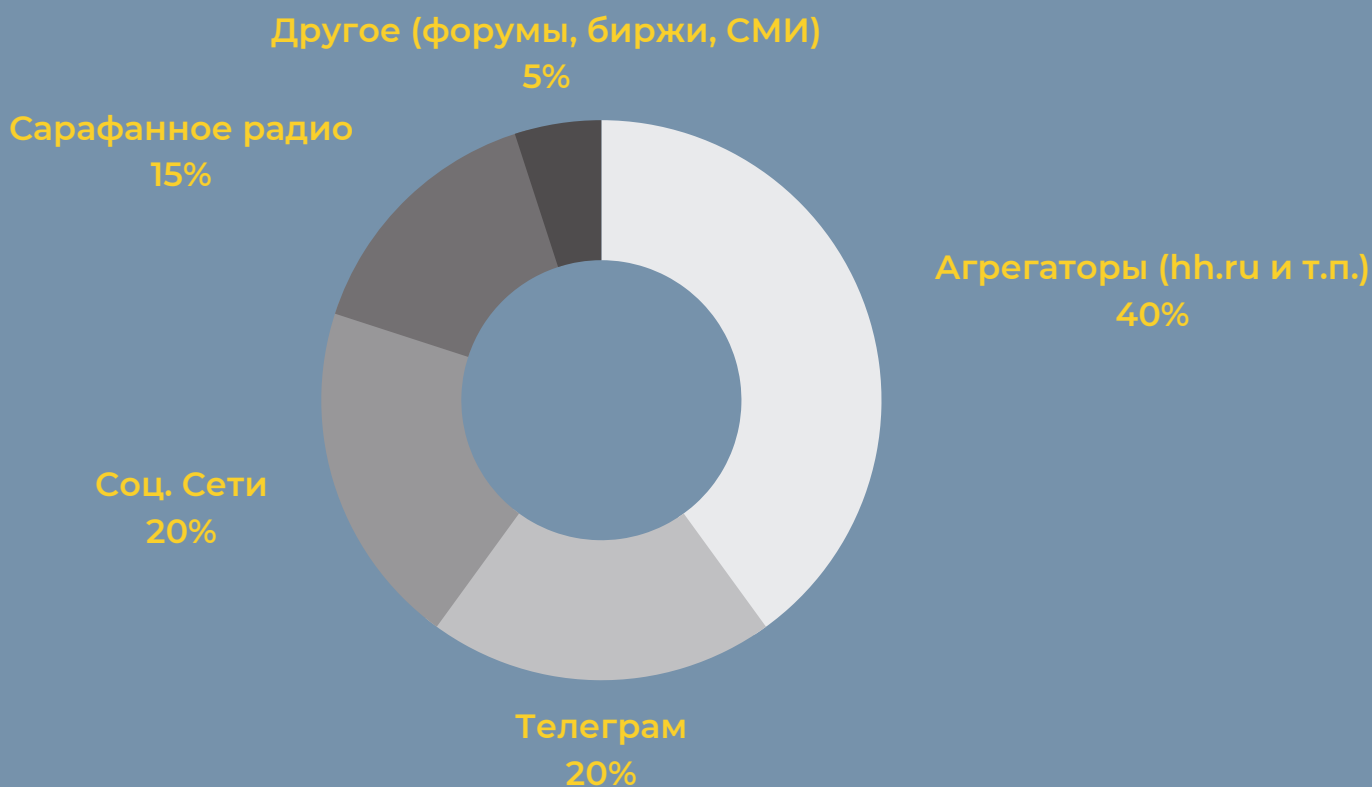
Например, для вакансии менеджера, можно написать: «Если вы можете одновременно готовить документацию, контролировать зал и делать это все с улыбкой на лице, пришлите список своих достижений на почту ...».



### 3. ВЫБРАТЬ КАНАЛЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КАНДИДАТОВ

Крупная рыба водится в океане, а не в озере. Аналогично, если вы ищете продуктивных сотрудников, нужно знать, где они обитают и именно там размещать объявления. Каналы по поиску сотрудников не ограничиваются одним HeadHunter-ом. В последнее время популярны тематические группы в соцсетях и каналы в Телеграмме. Также, можно запустить таргетированную рекламу на необходимых специалистов. Если ваша компания ведет соцсети, можно разместить объявление в аккаунте. Среди ваших подписчиков могут быть не только клиенты, но и потенциальные сотрудники, которые давно следят за вами и ждут подходящей возможности устроиться в компанию.

Отличным каналом для поиска сотрудников могут быть ваши действующие работники, партнеры и клиенты. У каждого есть знакомые, среди которых могут быть специалисты с подходящими компетенциями. Если кандидаты придут к вам по рекомендации, вероятнее всего у них будет выше заинтересованность работать в вашей компании.

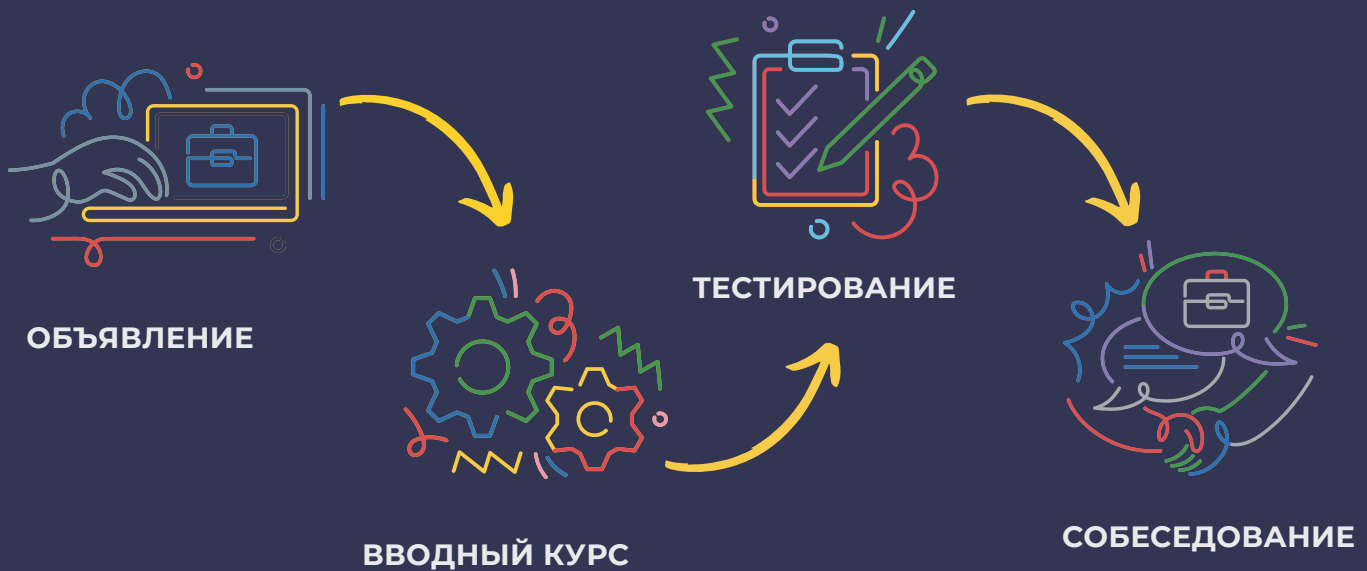


## 4. БЫСТРО ОБРАБОТАТЬ БОЛЬШОЙ ПОТОК СОИСКАТЕЛЕЙ.

После того как вы разместили объявление и получили первые отклики, важно оперативно их обработать. Ваша задача — среди всех кандидатов быстро определить продуктивных сотрудников и связаться с ними. Скорость играет важную роль в найме, поскольку востребованные специалисты, как правило, не остаются надолго без работы.

Традиционный отбор персонала в компанию обычно занимает много времени — HR-менеджеры или руководители изучают сотни резюме, проводят собеседования и забывают о кандидате на одну-две недели, пока принимают окончательное решение. И когда они перезванивают соискателю, зачастую оказывается, что он уже нашел другую работу. Если промедлить на этом этапе, вам достанутся только те, кого никуда не берут.

- Сразу с объявления о вакансии отправляйте всех кандидатов на вводный курс, не просматривая их резюме. В этом мини-курсе введите человека в должность — расскажите, о специфике работы ресторана, в чем была идея ее создания, в каком направлении развивается компания и какие у нее стоят цели, какими ценностями важно руководствоваться в работе, за какие задачи отвечает сотрудник на выбранной должности, какую зарплату и возможности карьерного роста вы предлагаете.
- В конце вводного курса сделайте проверку профессиональных навыков, например, разместите опрос, автоматический тест или задание. К примеру, если вы ищете бармена, попросите написать короткий тест на знание алкоголя и сервиса.
- Если кандидат успешно выполнил все задания, можно пригласить его на завершающее собеседование и продолжить более глубоко обучать к должности.



Не все кандидаты, которые отправляют резюме, готовы прикладывать дополнительные усилия, чтобы получить работу. Вводный курс и тестирование помогут найти самых заинтересованных кандидатов, а также получить представление об их личных и профессиональных качествах, а не только резюме.

## 5. ПРОВЕСТИ СОБЕСЕДОВАНИЯ С ЛУЧШИМИ КАНДИДАТАМИ

Каждый кандидат пытается показать себя в выгодном ключе. Работодателю не всегда бывает понятно, как выбрать лучшего и принесет ли этот человек пользу ресторану. Я выделил три ключевых фактора найма:

### ПРОДУКТИВНОСТЬ

Это важный фактор, который показывает, какой результат будет давать сотрудник на рабочем месте. Чтобы узнать какая у него продуктивность, спросите о результатах на прошлом рабочем месте. Не о том, что он делал и какие обязанности выполнял, а что он сделал — какие результаты показал.

Например, можно задать вопрос: «Как вы думаете, в чем состояла ценность вашей работы в прошлом заведении?» и «Как вы измеряли результаты своей работы». Сверьте ответы кандидата с тем результатом, который вы ожидаете получать от него.

## МОТИВАЦИЯ

Человек устраивается на работу, движимый определенным мотивом. Например, у кого-то это только деньги, у кого-то самореализация и признание. Понимая мотивацию кандидата, вы можете представить качество его работы. Если человек заинтересован только в своей выгоде, любая инициатива будет упираться в вопрос — а сколько мне доплатят. Иногда это не самый плохой вариант, но тогда вы должны уметь ставить измеримые цели заведения.

Чтобы узнать мотивацию кандидата, спросите у него: «Что вас привлекло в нашей вакансии?» или «По каким критериям вы выбираете место работы?». Кроме этого послушайте, какие вопросы задает человек. Он спрашивает о том, какие задачи ему предстоит выполнять или только о том, сколько денег он получит?

## КОМПЕТЕНЦИИ

Это профессиональные знания и личностные качества кандидата. Личностные качества, как правило, проверяются с помощью специальных тестов или опросников. Подробнее об этом есть в гайде про адаптацию сотрудника и так же к нему прилагаю тесты для определения софт-скилс. Например, они могут показать насколько человек ответственный и получится ли у него работать в коллективе. Профессиональные умения обычно проверяют с помощью практических упражнений. Если профессионализм сотрудника не на должном уровне, его можно восполнить с помощью внутреннего обучения и подготовки специалистов.

Опирайтесь на эти критерии, выполняя подбор персонала в организации. Тогда у вас будут работать только продуктивные, мотивированные и компетентные специалисты.

# 2 КАК ПРАВИЛЬНО СОСТАВИТЬ ОБЪЯВЛЕНИЕ О НАЙМЕ

В первом блоке мы разобрали, как определить кого мы ищем и на что они клюнут. Во втором блоке мы разберем более детально, как составить объявление о вакансии.

## СОСТАВЛЕНИЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ

— это второй этап найма. Приступайте к нему после того, как определили, какой работник вам нужен — какой результат он должен производить, какие функции выполнять и каким требованиям соответствовать, как личностным, так и профессиональные. Если в тексте объявления мало информации или она изложена слишком формально, могут возникнуть две противоположные проблемы:

### МНОГО ОТКЛИКОВ.

Из-за большого количества нерелевантных откликов можно упустить хороших специалистов. Пока руководство тратит время на разбор всех резюме и на собеседования с ними, лучшие кандидаты найдут другую работу — в заведении, в котором правильно составлено объявление и где быстро связались с соискателем

### МАЛО ОТКЛИКОВ.

Если кандидатов мало, приходится брать на работу даже тех, кто не подходит по всем параметрам, чтобы заполнить пробелы в ресторане. Заведение соглашается на этот компромисс, а через месяц новый сотрудник уходит, поэтому заново начинается поиск на вакантную позицию.

## ОТКАЖИТЕСЬ ОТ ЗАЕЗЖЕННЫХ ФРАЗ.

### В чем проблема шаблонных объявлений?

Стандартные размытые фразы типа «Нам нужен ответственный менеджер, у нас дружный коллектив» — больше не работают. В интернете тысячи подобных объявлений о поиске сотрудников, которые пытаются мотивировать кандидатов бонусами. Чтобы в компанию пришли крутые специалисты, нужно пробудить их интерес к должности.

## 9 БЛОКОВ ОПИСАНИЯ ВАКАНСИИ

Поиск сотрудника — это чистый маркетинг. Чтобы написать привлекательное объявление о работе, представьте, что продаете вакансию как товар, а ваш покупатель — потенциальный соискатель. Для этого предлагаю поставить себя на место покупателя и ответить на вопросы, которые у него возникают. Итак, вы ищете работу. Что вас интересует? Вот примеры вопросов, ответы на которые формируют идеальную структуру описания вакансии:

ВОПРОС	БЛОК В ОБЪЯВЛЕНИИ
Что мне предлагают?	Название должности, зарплата
Кто вы такие?	Рассказ о компании
Почему появилась эта вакансия?	Причина появления вакансии
Что нужно делать?	Должностные функции
Подхожу ли я на эту должность?	Требования к работнику
Сколько платят?	Предлагаемые условия
Как откликнуться и что делать после?	Призыв к действию

# РАЗБЕРЕМ КАЖДЫЙ БЛОК ИЗ ОБЪЯВЛЕНИЯ ВАКАНСИИ:

## НАЗВАНИЕ

ЕСТЬ ТРИ КРИТЕРИЯ, КОТОРЫМ ДОЛЖНО  
СООТВЕТСТВОВАТЬ ХОРОШЕЕ НАЗВАНИЕ.

### Ключевое слово.

Человек ищет вакансию в поиске по названию. Сайты типа hh сортируют объявления по соответствию поисковому запросу. Чтобы соискателю показалась ваша вакансия, назовите ее так, как ищут. Например, «Менеджер зала в ресторане», а не «Менеджер» или «бармен в клуб», а не «бармен».

### Объективность.

Не пытайтесь выделиться, приукрасив название должности. К примеру, не указывайте должность «управляющий залом», если ищите обычного менеджера в ресторан. Вероятнее всего вы привлечете внимание не тех кандидатов. Убедитесь, что вы верно понимаете значение каждого слова в названии вакансии. Для этого проведите анализ других компаний, особенно крупных — какие обязанности предполагают аналогичные должности.

### Конкретика.

Добавьте к названию должности отличительную черту, ответив на два вопроса: «Что делать?» и «Где работать?»:

- Что делать менеджеру? контролировать работу зала в ресторане. Комбинируем и получаем: «Менеджер зала».
- Где работать менеджеру? В ресторане. Комбинируем и получаем: «Менеджер ресторана».
- Объединив ответы на оба вопроса, получим: «Менеджер зала в ресторан». В этом случае следите, чтобы название не получилось слишком длинным.

# ПРИМЕРЫ КОНКРЕТНЫХ НАЗВАНИЙ В РЕАЛЬНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЯХ:

## Менеджер ресторана "Диканька" ТЦ "Галерея"

48 000 – 56 000 руб.

ресторан Стань 

Краснодар

Отклик без резюме

Обязанности: Руководство всем процессом, работа с персоналом, урегулирование и ПРОФИЛАКТИКА конфликтных ситуаций, ведение отчетности, графики-табель. Подробности при собеседовании.

Требования: Обязательно высшее образование, желательно профильное. Опыт работы на предприятиях общественного питания от 3-5 лет, а в РЕСТОРАНАХ от...

## Менеджер в ресторан FRANK by БАСТА

от 60 000 руб.

FRANK 

Краснодар

Организация и контроль работы всех подконтрольных подразделений. Контроль качества блюд, напитков и сервиса, своевременная передача информации руководителям подразделений.

Стаж от 2х лет. Знание ИККО. Наличие желания развиваться в ресторанной индустрии. Наша компания растет и развивается и наши...

## Менеджер ресторана

55 000 – 60 000 руб.

ООО Заноза Групп 

Краснодар

Отклик без резюме

Обучение, адаптация и мотивация команды. Контроль рабочих процессов всех подразделений. Поддержание дружеской атмосферы. Работа с гостем, обработка обратной связи, решение...

Опыт работы на должности менеджера от 1 года. Умение работать в команде, в режиме многозадачности. Обязательное условие наличие опыта работы...

Первое и третье объявления вносят конкретику, поэтому у них хорошие шансы получить отклики соискателей с релевантным опытом. А название второй вакансии дает мало информации, непонятно что будет делать менеджер.

## О КОМПАНИИ

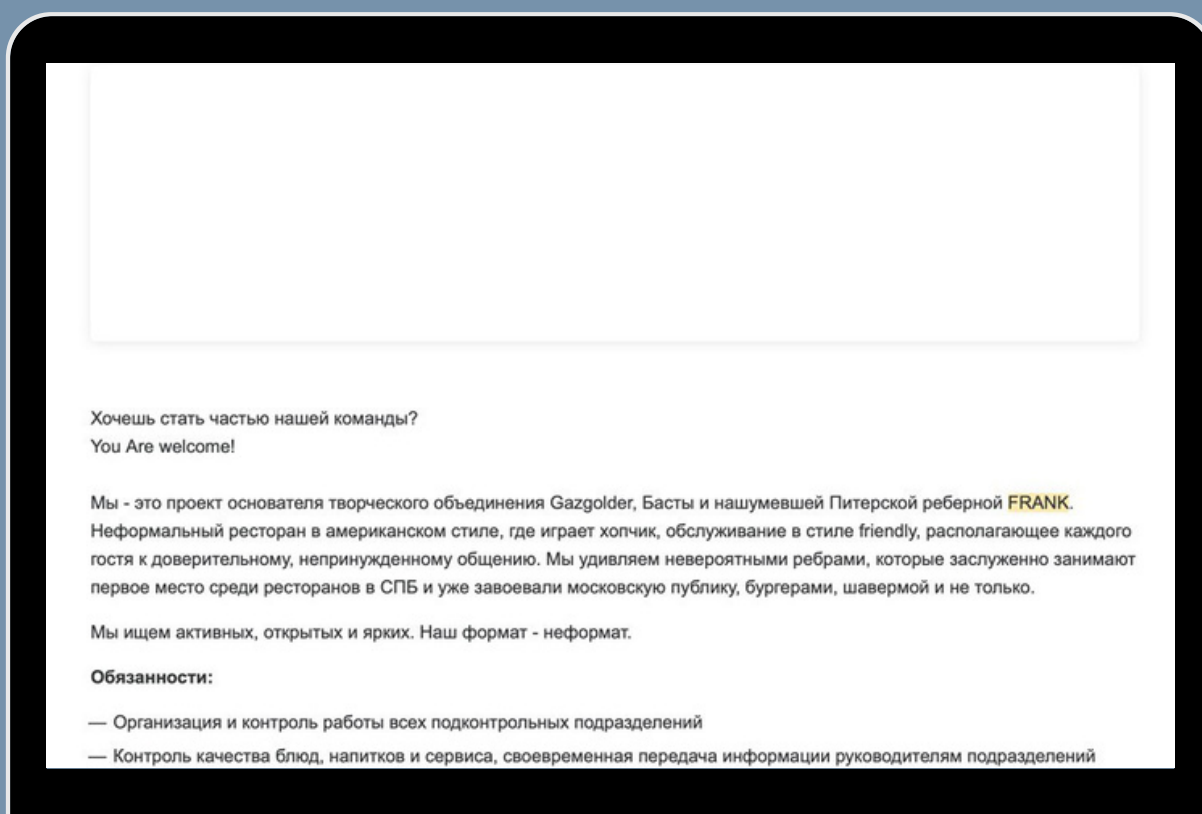
ХОРОШЕЕ ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА ЗАСТАВЛЯЕТ СОИСКАТЕЛЯ ПОДУМАТЬ: «ТУТ ТАК КЛАССНО И ИНТЕРЕСНО. А КАКИЕ ТАМ ЗАДАЧИ И УСЛОВИЯ?»

Расскажите о себе максимально коротко и интересно. Желательно уложиться в 3-5 предложения. Не пишите «Мы сеть ресторанов европейской кухни». Это общие абстрактные слова, которые можно применить ко многим компаниям. Сделайте индивидуальное описание. Сформулируйте простым языком, чем занимается организация, почему эта деятельность значима и что вдохновляет команду. Расскажите о достижениях бизнеса в цифрах или мероприятия которые принимаете каждый год.

Возможные ошибки на данном этапе:

- Дублировать информацию с сайта, которая написана для клиентов
- Ничего не писать, ведь соискатели могут и сами изучить в интернете
- Указать общие фразы, не подтвержденные фактами

## Пример удачного описания компании:



## ПРИЧИНА ПОЯВЛЕНИЯ ВАКАНСИИ

**МНОГИМ СОИСКАТЕЛЯМ  
ИНТЕРЕСНО, ПОЧЕМУ ВЫ  
ОТКРЫЛИ ВАКАНСИЮ.**

Вдруг вы постоянно ищите новых сотрудников, потому что у вас высокая текучесть кадров из-за плохих условий труда? Важно развеять страхи соискателя. Расскажите, почему на самом деле вы ищете нового человека. Не пишите общую фразу «Мы расширяем команду» — она ни о чем не говорит. Назовите реальную причину. К примеру, не бойтесь признаться, что вы не справляетесь с некоторыми задачами. Искренний рассказ расположит к себе. Или напишите, чтобы вы хотели улучшить в работе заведения.

Например:

- С каждым месяцем у нас становится все больше гостей. Нашей команде официантов не хватает сильного коллеги в зале, чтобы сохранить наш сервис на том же уровне, поэтому мы ищем нового официанта для обслуживания наших любимых гостей.

## ЗАДАЧИ И ОБЯЗАННОСТИ

**ЭТО КЛЮЧЕВОЙ  
РАЗДЕЛ ОПИСАНИЯ.**

Это ключевой раздел описания. Эффективные сотрудники, которые хотят трудиться и приносить результат, зачастую выбирают работу на основе этого раздела объявления. Ваша задача на данном этапе — пробудить интерес кандидата к должности. Подробно расскажите, какие задачи будет выполнять человек, каких результатов вы ожидаете от его работы, какие вызовы перед ним стоят. Так вы синхронизируете ожидания сотрудника с реальностью.

Поясните каждую задачу, чтобы соискатели однозначно понимали свои функции. Например, вы указали, что менеджер будет заниматься залом. Что это означает? Контролировать на глазок? Или контролировать работу по чек-листам? Или самому придется убирать столы?

## ПРИМЕРЫ ЗАДАЧ И ОБЯЗАННОСТЕЙ В ВАКАНСИИ:

### ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ:

Заниматься обучением сотрудников стандартам, сервису и правилам ресторана по действующим чек-листам.

Контролировать работа официантов в зале. Следить за отдачей бара, кухни по таймингу и тех картам.

Консультировать и отвечать на все вопросы гостей. Помогать в решении конфликтных ситуаций. Осуществлять чек-бэк



### ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ:

Обучать сотрудников  
Следить за залом  
Общаться с гостями

ЭТО ВСЁ ЧТО  
НАДО ДЕЛАТЬ?



Дополнительно можно написать, какие задачи появятся в будущем.

**Совет.** Указывая задачи сотрудника, не пишите отглагольные существительные типа «создание», «развитие». Если вам нужен работник, ориентированный на результат, используйте глаголы «создать», «решить». А если специалист, который ориентирован на процесс, пишите «создавать», «развивать».

Поясните каждую задачу, чтобы соискатели однозначно понимали свои функции. Например, вы указали, что менеджер будет заниматься залом. Что это означает? контролировать на глазок? Или контролировать работу по чек-листам? Или самому придется убирать столы?

## УСЛОВИЯ

### ТРЕБОВАНИЯ РАБОТОДАТЕЛЯ К КАНДИДАТАМ ПОЗВОЛЯЮТ СОИСКАТЕЛЮ ПРИМЕРИТЬ НА СЕБЯ ВАКАНСИЮ — ПОДХОЖУ ИЛИ НЕТ?

Требования работодателя к кандидатам позволяют соискателю примерить на себя вакансию — подхожу или нет?

Не будьте категоричны, слишком официальны или сухи в своих высказываниях, получите мало откликов.

Ничего лишнего. Указывайте только необходимые требования, без которых человек не сможет справиться с работой. Например, обязательно ли менеджеру зала иметь высшее образование, чтобы хорошо контролировать работу? Зачастую нет. А грамотную устную речь? Устную речь — да, поскольку менеджер часто общается с гостями и командой. Иначе может пострадать репутация заведения, а у гостя пропадет к вам доверие.

Есть смысл разделить требования к работникам на обязательные и дополнительные, чтобы не сужать поток кандидатов

Расшифруйте. Рекомендую не увлекаться не измеримыми требованиями, типа «ответственный», «внимательный» или «общительный». Их сложно оценить, практически каждый человек считает себя таковым. Но если вы их все-таки указываете, напишите что понимаете под ними. Не заставляйте кандидата гадать, что для вас означает требование «ответственный». Это контролировать работу ресторана или приносить кофе владельцу ресторана? Зачастую неизмеримые требования можно убрать из этого раздела и перенести в «Задачи и обязанности».

- Управление командой и ее развитием через Территориальных управляющих;
- Взаимодействие со смежными службами и функциями;
- Управление продажами и уровнем сервиса.

#### **Наши ожидания от кандидата:**

- **Успешный опыт управленца в сфере общественного питания более 5-ти лет**, желательно в крупных ресторанных сетевых брендах;
- Сильная лидерская позиция и опыт управления командой;
- Стратегическое системное мышление;
- Ориентация на результат;
- Готовность работать в режиме многозадачности;
- Быстрая адаптивность и самостоятельность;
- Наличие реальных кейсов, которые принесли профит бизнесу;
- Знание экономики общепита, порядка ценообразования, правил производства и реализации продукции (услуг) общественного питания;
- **Готовность к полному погружению в работу кухни, кассы, доставки — на своем личном опыте.**

Совет. Чтобы получать заявки только от целевых кандидатов, появляется соблазн написать в объявлении «Не откликайтесь на вакансию, если вы не соответствуете требованиям». Это неудачная формулировка. Она, как правило, отталкивает даже подходящих кандидатов. Вы заставляете сомневаться в себе людей.

## УСЛОВИЯ

## ЭТО ДОПОЛНЕНИЕ - ЧАЩЕ ВСЕГО ЧЕЛОВЕК ИЩЕТ КОМФОРТ В РАБОТЕ

Некоторые считают ключевым этот раздел вакансии — что именно бонусами можно привлечь хороших специалистов. На самом деле, это лишь дополнение. Когда соискатель убедился, что он справится с задачами и подходит по требованиям, вы рассказываете ему о плюшках — что он получит за выполненную работу.

Распространенная ошибка на данном этапе: составить формальный набор фраз про официальное оформление, полную занятость и хороший коллектив. Чтобы сформулировать условия работы, спросите у своего персонала, почему им нравится работать у вас? Что для них ценно? На основе ответов напишите условия работы и расшифруйте их. Если вы только планируете набирать первых кандидатов, поглядите у других.

### Описывая условия, учитывайте все возможные мотивации работать именно у вас:

- Полностью оплачиваемый развоз после смены, трех разовое питание, медицинская страховка. (потребность в комфорте и безопасности).
- Молодая команда: человеческое общение в коллективе без лишних официальностей (потребность в социализации).
- Перспективы горизонтального и вертикального карьерного роста: вы можете стать руководителем или экспертом в своей области (потребность в признании).
- Внутреннее обучение: каждый месяц вы проходите повышение квалификации, которые помогают вам лучше справляться с работой (потребность в познании и самоактуализации).

## ЗАРПЛАТА

### УКАЗЫВАЙТЕ - НЕ СОЗДАВАЙТЕ ПРЕПЯДСТВИЙ КАНДИДАТУ

Руководители и HR-менеджеры часто задаются вопросом — стоит ли сразу указывать размер зарплаты? Указывайте, если ваша компания не Яндекс, в которой и так многие мечтают работать. Часто соискатели фильтруют объявления о работе по размеру зарплаты. Если вы не укажете ее размер и напишете «По договоренности» или «Сдельная», объявление о поиске специалиста просто не покажется.

Если для должности зарплата не фиксированная, укажите минимальное и максимальное знание. А лучше напишите, сколько в среднем зарабатывают сотрудники на этой должности. Например, если вы указываете большую вилку зарплат «от 50 до 150 тыс рублей», это выглядит подозрительно. А если указать «50 тыс + проценты, в среднем 110 тыс», вопросов не возникает.

## ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ

### МЕСТО ДЛЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

В конце объявления расскажите, что человеку делать дальше и как откликнуться на вакансию. Представьте, какие вопросы могут возникнуть у соискателя на данном этапе. Например, что написать в сопроводительном письме, нужно ли делать тестовое задание, когда ответят на отклик? Если на данном этапе соискатель получает ответы на эти вопросы, он чувствует заботу и уважение, и становится более лояльным к компании.

Совет. После получения откликов обычно руководитель начинает вручную перебирать резюме и связываться с кандидатами. На это уходит много времени, а лучшие кандидаты могут быть в конце очереди. Рекомендуем автоматизировать этот процесс —. Получив отклики, направляйте всех кандидатов на изучение вводного курса.. В этом мини-курсе расскажите о компании и должности (можно в формате видео), а в конце разместите опрос и задание для тестирования профессиональных навыков кандидата. Это задание выполняют только самые заинтересованные кандидаты. Если они хорошо справились, приглашайте их на собеседование.

# ЧТО НЕЛЬЗЯ ПИСАТЬ В ОБЪЯВЛЕНИИ О РАБОТЕ:

## Не запрещено, но отталкивает соискателей

- Избыточный креатив и юмор. Как правило, такой подход может произвести хорошее впечатление только в творческих профессиях
- Нереальный вызов. Например: «Не просто менеджер, а гуру, способный без ошибок контролировать зал». Лучше описывать выполнимые задачи
- Кликбейт. Это громкие заявления, которые манипулируют чувствами людей и не соответствуют действительности. Например завышенная зарплата. Старайтесь избегать таких высказываний.

## Формальные запреты по закону

Закон запрещает указывать в тексте вакансии требования, которые дискриминируют человека.

Например, какие фразы не используют в тексте объявления:

- Вакансия для женщин от 30 лет или мужчин до 60 лет
- Рассматриваем только граждан РФ
- Откликайтесь, только если у вас есть личный автомобиль

Не выделяйте определенную группу людей, это незаконно.

## **ОБРАЗЕЦ ГОТОВОЙ ВАКАНСИИ:**

Открыта вакансия "Официант" в мясной ресторан "Стейк"- один из популярных мясных ресторанов города

Мясной ресторан «Стейк» открыт в октябре 2013 года и это первый ресторан в России, который стал заниматься разведением скота, его откормом, забоем, приготовлением. Для приготовления блюд мы используем только 100% органическое мясо и используем все части туши скотины, а не только премиальные.

Мясной ресторан «Стейк» - это локальный ресторан. 95% всех продуктов произведены или выращены на территории Краснодарского края. В ресторане собственный мясной цех + камера для вызревания мяса.

Ресторан находится на пересечении улиц Суворова и Гоголя, в 15 минутах от исторического центра города.

Кухня в ресторане, одним словом, мясная. В нашем меню представлены блюда только из одомашненного скота и птицы. Мы готовим блюда из всех частей туши, а не только из премиальных, ведь именно такой подход заложен в принцип ответственного потребления мяса.

**Каким мы видим нашего официанта:**

- с грамотной речью, коммуникабельного.
- с хорошей памятью, запоминать заказ у стола без блокнота
- пунктуального, командного – команда наша все,
- обладающего знанием английского языка, позволяющим общаться с Гостем в пределах ресторана (приветствовать, принять заказ).
- Выполнение стандартов заведения – внутренние правила, чеклисты, сервис, знание меню

**У нас:**

- стабильный коллектив, здоровая атмосфера, лояльное руководство
- заработная плата без задержек
- оплачиваемый период обучения
- оклад+%+чай (80-120т.р.), соц пакет, питание, развоз
- различные мотивационные программы
- реальная возможность влиять на свой доход
- возможность карьерного роста
- повышения квалификации каждый месяц

**Если вас заинтересовала наша вакансия, свяжитесь с нами:**

Суворова 79

тел: 8 (999) 888 9999

почта: [steak@mail.ru](mailto:steak@mail.ru)

## **ЗАФИКСИРУЕМ ГЛАВНЫЕ ПРАВИЛА:**

- Думайте о кандидате и о том, какие вопросы и возражения у него могут возникнуть
- Используйте больше конкретики — четкие функции сотрудника и требования к нему, факты о компании
- Говорите на языке кандидата. Пишите простыми словами, избегайте официального стиля. Рассказывайте честно.
- Адаптируйте тексты вакансий под площадки, на которых размещаете их. К примеру, в социальных сетях публикуют более короткие объявления, чем на сайтах поиска работы, типа hh
- Сделайте несколько похожих объявлений о работе для одной должности. Так вы сможете протестировать разный текст. Если вы видите, что текст не работает, отредактируйте его — попробуйте другие формулировки. Чем больше версий вы протестируете, тем больше шансов найти тот самый текст, который приведет к вам профессионалов.
- Откажитесь от заезженных фраз.
- Сделайте ценное предложение — это не всегда про деньги.

## **ВЫВОД:**

Наем сотрудников на работу — это один из ключевых бизнес-процессов в любой компании. Поэтому к нему нужно подходить системно. Для этого нужна технология подбора персонала. Используйте описанные этапы найма, чтобы находить продуктивных сотрудников на различные должности.