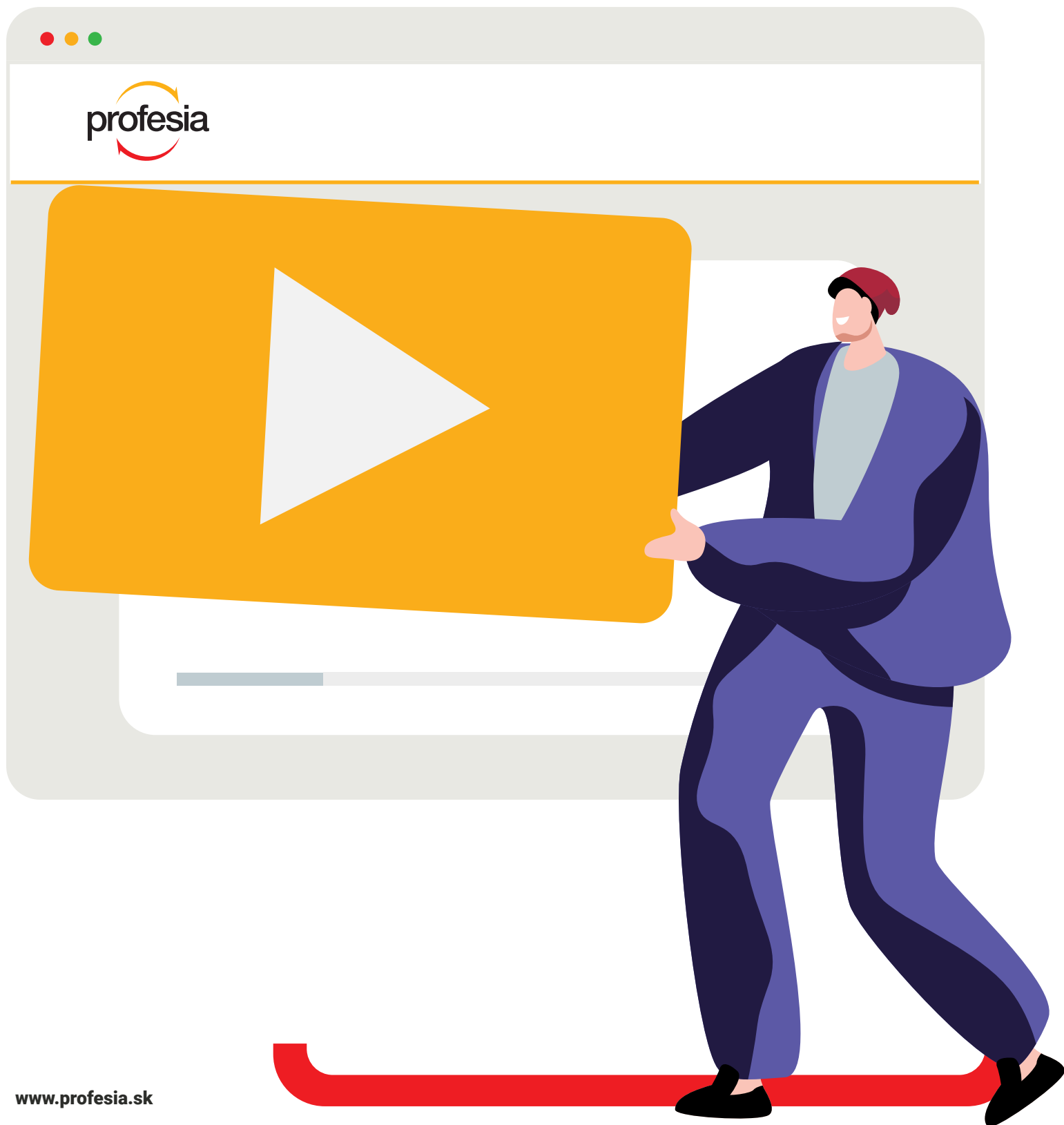


Videovizitka

Povedzte príbeh vašej spoločnosti videom



Ľudia si zvykli prijímať obsah vizuálne. Až 85% nakupujúcich online používa produktové videá na to, aby sa rozhodli. Stavte na rovnakú stratégiu pri nábore nových zamestnancov a pridajte video o vašej spoločnosti k vašej pracovnej ponuke. Ako na úspešné náborové video?



Buďte autentickí

Nechajte rozprávať vlastných zamestnancov – od riaditeľov až po kolegov z jednotlivých tímov. Predstavte vlastné priestory, tajné zákutia firmy či oddychové zóny. Uchádzači si tak budú vedieť predstaviť atmosféru vo firme a miesto, kde by pracovali.



Odlíšte sa od konkurencie

Video je moderný komunikačný nástroj, ktorým lepšie oslovíte nielen skupinu mladých ľudí, ale každého, kto nerád číta dlhé texty. Je to spôsob ako ukázať hodnoty a víziu vašej firmy a vymedziť sa tak od konkurencie.



Raz vidieť je lepšie ako 5-krát čítať

Predstaviť svoju spoločnosť v krátkom videu je efektívnejšie ako vypisovať dlhé odstavce. Z videa si dokážeme zapamätať až 95% informácií, kým z textu je to iba 10%. Navyše dobre spracovaným videom dokážete vytvoriť atmosféru, ktorá môže vyvolať túžbu pracovať práve vo vašej firme.



Dlhšie video znamená menej dopozeraní

Dajte si pozor na dĺžku vášho videa. Odporúčame pri produkcii urobiť viac verzií, ktoré môžete využiť pri rôznych príležitostiach. Do pracovnej ponuky odporúčame video, ktoré by nemalo byť dlhšie ako 5 minút.



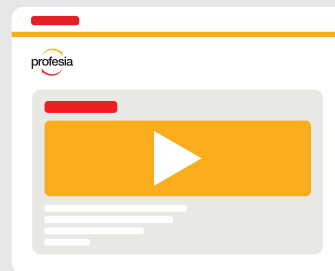
Kde sa zobrazí vaša videovizitka?

So službou videovizitka získate zverejnenie jedného videa do každej vašej pracovnej ponuky na stránkach Profesia.sk.

Kam umiestniť vaše video?

Z používateľských prieskumov vieme, že uchádzači čítajú vaše pracovné ponuky v štýle písmena F. Preto odporúčame video umiestniť v hornej časti ponuky, kde upúta najviac pozornosti.

Odporúčaná dĺžka employer brandingového videa závisí od typu obsahu a mala by sa pohybovať medzi 2-5 minútami.



Aké podklady potrebujeme?

Ak máte vaše video zverejnené na platforme Youtube, stačí, ak nám pošlete jeho url adresu.

„Aj firemné video môže byť kreatívne, zábavné a emotívne. Práve také majú najväčší ohlas. Základom je, aby vychádzalo z vašich firemných hodnôt a bolo autentické. Čo funguje v úspešných videách sú skutoční zamestnanci a priestory, každodenné situácie, alebo naopak výstredné, kreatívne nápady.“



Peter Nagy
špecialista na branding
pre Profesiú

**Kontaktujte nás na obchod@profesia.sk
alebo +421 2 33 00 67 91**