

## **Jak napisać „podsumowanie zawodowe” w CV**

Dobre podsumowanie zawodowe to nie jest ani Twój cel zawodowy ani podsumowanie całego Twojego CV!

### **Nie pisz ich!**

Twój cel zawodowy są to krótkie stwierdzenia, w których osoba poszukująca pracy dzieli się „celem” lub celem poszukiwania pracy. Na przykład:

*„Początkujący projektant, poszukujący pracy w pełnym wymiarze godzin, w której będę tworzyć atrakcyjne wizualizacje umacniające pozycję marki i dostosowane do jej misji”.*

Żaden pracodawca nie zwraca na to uwagi, ponieważ firmę interesują jej potrzeby, a nie Twoje. Twoje cele zawodowe absolutnie nie informują przyszłych pracodawców o tym, co możesz dla nich zrobić.

Podsumowania CV - są to krótkie akapity, które podsumowują życiorys zawodowy kandydata. Na przykład:

*„Koordynator ds. marketingu, opartego na danych z ponad 2-letnim doświadczeniem w marketingu cyfrowym. Odpowiedzialny za zarządzanie wieloplatformowymi kampaniami marketingowymi w celu zwiększenia liczby odbiorców i wysokiego zwrotu z inwestycji”.*

Chociaż jest to bliższe osiągnięciu celu, jakim jest zilustrowanie Twojej wartości dla pracodawcy, to wciąż są to dość ogólne stwierdzenia, nie zawierające konkretów, wskaźników ani namacalnego sposobu pomiaru Twoich osiągnięć.

**Dlatego nie pisz w ten sposób Twojego podsumowania zawodowego.**

Podsumowanie zawodowe jest najważniejszą częścią Twojego CV. Wg różnych estymacji rekruterzy spędzają średnio 6 sekund na skanowaniu CV. Jeśli na otwarte stanowisko otrzymują przeciętnie około 250-300 aplikacji, nie są w stanie poświęcić na nie więcej czasu - sprawdza się to do prostej matematyki. Jeśli rekruter spędziłby 10 minut na przeglądaniu każdego CV, które przeszło wstępную weryfikację (np. poprzez AST) musiałby spędzić ponad 40 godzin na przeglądaniu CV na każde stanowisko, na które rekrutuje! To po prostu nierealne. Dlatego skanują, nie czytają.

Przy skanowaniu mają określone kryteria - umiejętności, słowa kluczowe, doświadczenie itp. - dla każdej roli i poświęcają kilka sekund na poszukiwanie tych konkretnych kryteriów. Nazywamy to „skanowaniem kwalifikacyjnym”.

Życiorysy spełniające odpowiednie kryteria są odkładane na stos do głębszego przeanalizowania, a te, które ich nie spełniają, są odrzucane.

A gdzie patrzy większość pracodawców, gdy rozpoczynają skanowanie kwalifikacji? Na samej górze CV. Dlatego najważniejsze jest podsumowanie zawodowe – czyli to, co widzą na ekranie po otwarciu dokumentu (to co, wyświetla im się tzw. above the line).

Podsumowanie zawodowe to sekcja składająca się z 3-5 punktorów.

Pierwszy punktor podsumowuje doświadczenie i wartość kandydata w jednym zdaniu.

Środkowy punkt(y) pełni rolę „studium przypadku”, który ilustruje konkretne projekty, wyniki i doświadczenie, bezpośrednio związane z docelową rolą.

Ostatni punkt to szansa na dodanie wszelkich dodatkowych informacji, takich jak nagrody, certyfikaty, wolontariat, projekty, dodatkowe programy nauczania lub cokolwiek innego, co sprawi, że Twoja wartość jako kandydata będzie się wyróżniać.

### **Jak napisać poprawne „Podsumowanie zawodowe”?**

Rozbijmy każdą z tych trzech sekcji bardziej szczegółowo, abyś dokładnie wiedział, jak stworzyć dobre podsumowanie zawodowe.

Sekcja #1: Oświadczenie wprowadzające, które podsumowuje Twoje doświadczenie i wartość

Pierwszy punktor w podsumowaniu CV powinien informować czytelnika:

- Twój obszar specjalizacji / doświadczenie (np. przedstawiciel sprzedaży, projektant UX, specjalista ds. marketingu)
- Łączne lata doświadczenia w danej dziedzinie
- Informacja o tym, co wniosłeś dla firmy oraz/ lub dla klientów

Oto przykład:

Jestem Specjalistą ds. Digital marketingu z rocznym doświadczeniem w firmie FMCG, generującym przychody dla marki X dzięki kampaniom reklamowym

Sekcje #2-4: Wspierające „studia przypadków” Twojej pracy

Wypunktowane studia przypadków pozwalają rozwinąć doświadczenie, które podsumowałeś we wstępny wypunktowaniu. Powinieneś dążyć do umieszczenia 2-3 z nich w podsumowaniu CV.

Te studia przypadków to miejsce, w którym zamierzasz pochwalić się namacalną wartością i doświadczeniem, które wyróżnia Cię na tle konkurencji. Kluczem do dobrego studium przypadku jest sprzedanie swoich osiągnięć, a nie podsumowanie podjętych działań.

Każdy może być za coś „odpowiedzialny” i każdy może czymś „zarządzać”. Nie oznacza to jednak, że są dobrzy w swojej pracy. Jeśli chcesz wygrać, musisz podzielić się działaniami, które podjęłeś i wynikami, które osiągnąłeś.

Przykład:

- Wygenerowałem 100 000 zł przychodu dla marki X dzięki precyzyjnym kampaniom reklamowym Google Ads oraz optymalizacji strategii marketingowej.

Inne przykłady działań Specjalisty ds. Digital Marketingu

- Prowadziłam profil firmy na LinkedIn i w okresie 12 miesięcy zwiększyłam ilość followersów z 1000 do 2000

- Tworzyłam angażujące treści na stronę internetową, dzięki czemu podwoiłam średni czas spędzony na stronie

Sekcja #5 (ostatnia): to okazja do uwzględnienia wszystkiego, co może być cenne, ale nie zostało uwzględnione w powyższych punktorach.

Oto kilka dobrych przykładów rzeczy, które możesz uwzględnić:

- Zdobyte nagrody
- Języki, którymi się posługujesz (jeśli mówisz wieloma językami)
- Prowadzone przez Ciebie zespoły niezwiązane z rolą (np. wolontariat, bycie kapitanem klubu itp.)
- Projekty poboczne, które odnoszą się / dodają wartość do docelowej roli
- Rozwój umiejętności, nad którymi pracujesz.

Celem ostatniego punktu jest dodanie wartości, która pomoże uzupełnić Twoje doświadczenie jako kandydata.

Przykład:

Uzyskałam certyfikat DIMAQ Professional Digital Marketing Qualifications

**Tak może wyglądać Twoje podsumowanie zawodowe:**

- Jestem Specjalistą ds. Digital marketingu z rocznym doświadczeniem w firmie FMCG, generującym przychody dla marki X dzięki kampaniom reklamowym
- Osiągnęłam 100 000 zł przychodu dla marki, optymalizując strategię marketingową oraz przeprowadzając precyzyjną kampanię reklamową Google Ads adresowaną do nowych użytkowników
- W 2024 roku uzyskałam ceniony w branży certyfikat DIMAQ Professional Digital Marketing Qualifications