



государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Сибайский многопрофильный профессиональный колледж

Поиск работы в соцсетях: плюсы, минусы и подводные камни

Социальные сети — хороший помощник в поиске работы. Ими пользуются и кадровые агентства, и индивидуальные рекрутеры. Недооценивать соцсети при поиске вакансий не стоит, но надо уметь правильно ими пользоваться.

Мы спросили у рекрутеров, какими социальными сетями они пользуются, и ответ был — всеми. По статистике HeadHunter, 68% работодателей ищут профиль кандидата в соцсетях, если их заинтересовало резюме. Одновременно это способ найти кандидатов по знакомству: большой круг контактов помогает работодателям собрать информацию о человеке и получить рекомендации.

Поэтому при поиске работы стоит уделить внимание соцсетям. Будьте готовы к тому, что работодатель найдет ваш профиль в соцсетях перед тем, как сделать предложение о работе. Подготовьтесь к визиту, как минимум скройте слишком личную информацию.

Также соцсети — это круг знакомств, который может помочь при поиске работы. Он сработает в том случае, если вы целенаправленно собирали профессиональные контакты, состоите в группах по своей специальности и интересуетесь полезным для работы контентом. Но и в этом случае шанс, что вас неожиданно заметят, не слишком велик.

Мы разобрались, в чем плюсы и минусы поиска работы в соцсетях.

Плюсы социального поиска

Рекрутеры признаются, что часто ищут специалистов с узкой специализацией в сообществах по интересам. Например, за IT-специалистами идут на GitHub. «GitHub позволяет посмотреть профиль IT-специалиста и его опыт в виде реализованных проектов. Мы используем его систематически», — рассказывает Ксения Проценко, директор кадрового агентства IBC Human Resources.

Многие рекрутеры, работая с узкопрофильными вакансиями, ищут кандидатов в сообществах, которые связаны не с поиском работы, а с родом деятельности. «Когда нам нужен был переводчик с польского языка, мы искали его в группах, посвященных польскому языку и Польше, — рассказывает Юрий Кондратьев, генеральный директор кадрового агентства Lightman Solutions. — У специалистов по польскому немного предложений в Москве, потому что этот язык довольно редко используется. Увидев наше объявление в группе, участники с удовольствием продолжили диалог. Именно работа с соцсетями помогла нам закрыть эту вакансию».

Есть и специализированные сообщества по поиску работы. В самых раскрученных из них публикация вакансии может быть платной. В Facebook есть три вида групп по поиску работы: общие, узкопрофессиональные и закрытые. Общие — это, например, Sell your head, «Вакансии для друзей», «Работа для вас», «Охотники за головами», «Есть работа — нужна работа», «Поиск работы: вакансии и резюме». В них легко вступить и непросто получить результат: здесь очень много объявлений и нерелевантных откликов.

Если рекрутер ищет специалиста в какой-либо профессии, скорее всего, он пойдет в узкоспециализированную или закрытую группу. Например, за топ-менеджерами — в «Резюме директоров и руководителей», за пиарщиком — в PR for all, Hungry PProfessionals, «Работа для пиарщиков». Аудитория таких групп меньше, но больше вероятность, что рекрутер получит интересную рекомендацию, даже если самого кандидата в этой группе нет.

«ВКонтакте» часто используют для поиска молодых специалистов или подбора на массовые позиции. Для этого пользуются выборкой по специализации вуза или по текущему месту работы. Если кадровое агентство ищет сотрудников в небольшом городе, вакансии могут размещать в сообществах жителей этих городов — «Типичный Воронеж», «Подслушано в Иваново» и так далее. Еще «ВКонтакте» используют, чтобы закрывать массовые вакансии. «Для поиска линейного персонала на массовые позиции (например, промоутеров) очень востребован «ВКонтакте», — рассказывает Элина Полухина, директор по HR-проектам группы компаний RCG. — Наш департамент промоперсонала ищет кандидатов именно там. У нас своя группа, которая по числу участников входит в лидеры среди работодателей в рекламной индустрии. Поиск дает очень хорошие результаты — у нас собрана многотысячная база потенциальных кандидатов. Из них около трех тысяч — активные пользователи, то есть практически любого из них можно приглашать поработать на проект».

LinkedIn — нишевый продукт в России: его чаще используют менеджеры среднего и высшего звена, а профили на сайте привыкли заполнять на английском. «Это соцсеть, где люди регистрируются именно для поиска работы, заведения деловых контактов, общения с бывшими коллегами, — объясняет Петр Марков, директор отдела маркетинга по России и СНГ компании Ividion. — Здесь много узких специалистов, с интересными кейсами, достойным профессиональным опытом. По нашему опыту, поиск в LinkedIn всегда приводит к лучшему результату: оттуда к нам пришло уже немало специалистов». Тем не менее западной популярности в России сеть не приобрела: здесь привыкли общаться представители всего нескольких профобластей.

Минусы и подводные камни

У поиска работы через соцсети есть один существенный минус: вы можете получить слишком много нерелевантных откликов. «Все популярные сообщества для поиска работы — это место тусовки непрофессиональных рекрутеров и отчаявшихся кандидатов, — считает Артем Зюрюкин из рекрутинговой компании Advizer.Live. — Такие кандидаты находятся в сверхактивном поиске работы и готовы часами

тратить время на просмотр огромного количества нерелевантных вакансий и псевдо-мотивационных статей».

Соцсети — всего лишь вспомогательный метод, уверена Мария Игнатова, руководитель Службы исследований HeadHunter. «Скорее это инструмент для рекрутеров, а не полноценный способ поиска работы, — говорит она. — Рассчитывать на соцсети — то же, что искать работу через знакомых: попробовать стоит, но предугадать результат невозможно. Кроме того, на job-сайтах компании заявляют о себе как работодатели, можно получить официальную информацию, убедиться, что организация существует и набирает персонал. В социальных сетях такой информации не хватает».

Очень часто в комментариях к записям соискателей в сообществах по поиску работы можно увидеть все что угодно, кроме предложений по делу. Комментаторы могут обсуждать ваш опыт, фотографию, возраст, грамотность и так далее — будьте к этому готовы, если соберетесь все-таки опубликовать объявление.

Ваш пост может попасть в популярное рекрутинговое сообщество и без вашего ведома, рассказывает Марина Иванова, продюсер интернет-проектов: «В марте 2015 года я искала работу. У меня в Facebook много знакомых, которые работают в интернет-сфере, и я надеялась на их помощь. Кратко написала, где работала, что умею и что хочу найти, прикрепила фотографию, опубликовала на своей странице и попросила друзей «расшарить» пост. Возможно, другим пользователям понравилось мое фото или описание моих навыков, я не знаю, но по какой-то причине запись собрала 144 перепоста, большинство из которых было от вообще незнакомых мне людей, никак не связанных с интересующей меня профессиональной областью. Кроме того, мое объявление перепостили еще и в ряд популярных сообществ, включая, например, группу Sell your head. Я два дня разгребала входящие, где были любые предложения о работе, но только не такие, как я искала. Мне предлагали вести блог, писать колонку об отношениях, стать SMM-менеджером и так далее. Трое незнакомых мужчин пригласили меня на свидание. Примерно 50 человек добавились в друзья. Но, несмотря на популярность моего поста, его КПД оказался нулевым: я сходила на собеседования в две компании — и все. В итоге через месяц я все-таки нашла работу через Facebook — увидела пост руководителя одного интернет-проекта о поиске продюсера и написала ему. Никому больше не советую писать посты о поиске работы. Лучше ищите посты с вакансиями и откликайтесь работодателям напрямую».

[Как надо: чек-лист хорошего объявления в соцсетях](#)

Если вы все-таки решили написать в соцсетях, что ищете работу, то самое главное, что должно быть в вашем объявлении — конкретная должность, на которую вы претендуете. Если вы распишете все свои умения и достижения, но не проговорите, что, собственно, ищете, ждите шквала нерелевантных предложений. Напишите, кем и где хотите работать. Самый простой способ — поделиться в соцсетях своим резюме: работодатель сможет больше узнать о вас без долгой переписки, увидит ваши достижения и подтвержденные навыки.

Не пишите общими словами, не упоминайте коммуникабельность и стрессоустойчивость, советует Валентина Игнатьева, ведущий менеджер по персоналу агентства Comupica: «Чтобы заинтересовать работодателя, покажите, чем вы выгодно отличаетесь от других кандидатов». Напишите о своих достижениях в формате результата, добавляет Петр Марков, директор отдела маркетинга компании Ividion.

Еще раз напомним, что надо привести в порядок свой профиль, если вы решили демонстрировать его работодателям. Рекрутеры внимательно просматривают ленту потенциального кандидата и обращают внимание на его увлечения, рассказывает исполнительный директор кадрового агентства IBC Human Resources Ксения Проценко. «Проверьте, есть ли на вашей странице информация, которая может оттолкнуть потенциального работодателя, например нецензурные высказывания, — продолжает она. — По возможности добавьте на свою страницу — в профиль или в ленту новостей — ваши достижения, расскажите о проектах и наградах».

Есть еще одно важное правило, о котором забывают многие соискатели, напоминает Светлана Веселова, руководитель отдела управления персоналом компании «Рексофт». Если уж вы решили искать работу, не забудьте открыть свой профиль в настройках приватности, в том числе и контактные данные, чтобы работодатель мог легко с вами связаться.

Совет

Ищите аккаунты потенциальных работодателей в социальных сетях. Подпишитесь на рекрутеров и владельцев кадровых агентств, которые специализируются на вашей профессиональной области. Они часто размещают срочные вакансии.