**Jak napsat dobrý inzerát, pokud nabízíte práci v gastronomii?**

***Restaurace v Chrasti hledá kuchaře, více informací na info@superrestaurace.cz.***

**Přečtěte si, proč podobným inzerátem pravděpodobně nikdy nezaujmete pracovní posilu, kterou hledáte.**

Co je podle vás cílem inzerátu s nabídkou práce: dostat co nejvíce dotazů/odpovědí, nebo aby se vám ozvali dva tři uchazeči, zato přesně takoví, jaké hledáte? Pokud zastáváte první variantu, měli byste svůj postoj přehodnotit. Jistě, je fajn mít z čeho vybírat. Ale jestli bude váš podnik růst, z neustálého přebírání se a zkoušení nevhodných kandidátů se časem leda zblázníte.

Proto je důležité umět napsat takový inzerát, abyste zaujali přesně lidi, které zrovna do své hospody, restaurace nebo kavárny hledáte.

**Nejdůležitější součást inzerátu: plat a kontakt**

Drtivá většina z nás by lhala, kdyby tvrdila, že si do práce nechodí vydělat peníze. Pokud si tedy podáváte inzerát na pomocnou sílu do kuchyně, číšníky nebo servírky či kuchaře/ky, nezapomeňte **uvést plat, který za danou práci nabízíte. Měsíční nebo hodinový**, to záleží na vás – uchazeči o práci už na základě svých zkušeností dobře vědí, za jakou „hodinovku“ jsou ochotní si s vámi plácnout. A jestli nechcete být konkrétní, uveďte aspoň rozsah vámi nabízeného platu.

Klíčovou součástí každého inzerátu je i kontakt. Tím by navíc **neměl být pouhý e-mail, ale i telefonní číslo**, na které se mohou uchazeči ozvat. Ideálně i s nějakou kontaktní osobou, aby věděli, s kým mají při hovoru tu čest. Nezapomeňte taky vypsat i hodiny, kdy mohou zájemci o práci na dané číslo volat, a připsat ještě **kontaktní adresu**, kam se mohou přijít ukázat, abyste se v telefonu nemuseli pořád opakovat.

*Zájemce o místo ve vašem podniku nejčastěji zajímá, kolik peněz jim nakonec skončí v peněžence. Myslete na to a uvádějte konkrétní plat (nebo aspoň rozmezí) v každém inzerátu.*

**Výstižný titulek**

O úspěchu či neúspěchu vašeho inzerátu může rozhodovat i samotný titulek. Ve změti inzerátů na webu se člověk snadno ztratí, a tak vnímá hlavně nejvýraznější informace, kterými jsou právě titulky. A co do nich patří? Buď to **nejstručnější shrnutí** inzerátu, anebo věc, kterou se **odlišujete od konkurence**. Pokud se tedy vrátíme na začátek textu, mohl by vhodný titulek znít: Thajská restaurace v Chrasti přijme kuchaře. Schválně si všimněte slova thajská – automaticky by vám měla vytřídit kuchaře, kteří tuto kuchyni vařit nechtějí, a to ještě ani nezačali číst váš inzerát.

*Hledat zaměstnance přes inzerát má určitě smysl – každá čtvrtá poptávka lidí hledajících práci na Annonci totiž přímo souvisí s gastronomií. Místa kuchařů a pizzařů spolu s prací „na place“ navíc patří mezi ty nejčastěji poptávané. Více informací o trendech na trhu práce se* [*dočtete v aktuálním Trendbooku Annonce*](https://www.annonce.cz/public/c/56/8e/7616_120451_trendbook_092016.pdf)*.*

**Co všechno do inzerátu napsat?**

Základní body každého inzerátu jsme už zmínili, ale budoucím zaměstnancům toho musíte samozřejmě napsat mnohem více. Nezapomeňte hlavně na **druh pracovního poměru a lokalitu svého podniku**. Pokud je místo méně dostupné, zmiňte, jak dlouho k vám trvá cesta z centra města nebo od vlaku.

Zmiňte i **výhody, které zaměstnancům nabízíte** – služební auto, příspěvky na sport, kulturu, stravenky nebo různé typy pojištění.

**Tip:** [**Přečtěte si, jaké pracovní benefity jsou mezi zaměstnanci v gastronomii nejoblíbenější.**](https://www.annonce.cz/blog/x7-1-benefit-o-ktere-stoji-zamestnanci.html?id=7551)

Nebojte se připsat **cokoliv, co vás opravdu odlišuje od konkurence** (zvlášť pokud nenabízíte nijak zajímavý plat). Máte například **přátelský kolektiv**? Vyhlašujete **zaměstnance měsíce**, který dostane nějaký bonus? Nabízíte nějaké **dny dovolené navíc**? Chodí všem vašim zaměstnancům od doby založení podniku **výplaty včas**? Nabízíte šikovným pracovníkům možnost **profesního růstu**? To všechno jsou věci, které byste měli zmínit, aby si o vás potenciální zaměstnanec udělal dobrý obrázek předem. Jestli ale nemáte čím zaujmout, raději nic nepište. Není nic horšího než inzerát plný nic neříkajících klišé a spojení typu nadstandardní platové ohodnocení a jiných.

Pochlubit se ale rozhodně můžete i tím, jak vypadá váš podnik – na web si totiž k inzerátu můžete **přidat třeba i fotografii interiéru**. A do novin vlastně taky - díky ní se bude právě váš inzerát mezi čistě textovými nabídkami práce nádherně vyjímat.

**Tip:** Pokud hledáte konkrétní typ zaměstnanců, nezapomeňte to v inzerátu přímo zmínit (Hledám kuchaře minimálně s 5letou praxí, brigádníky, maminky na/po rodičovské dovolené na výpomoc…).

Co se délky textu týče, **nepište romány**, musíte vystihnout opravdu jen to nejdůležitější. Především v novinových inzerátech není na rozepisování prostor. Proto **používejte i typické zkratky** jako [HPP, DPP nebo DPČ](https://www.annonce.cz/blog/hpp-dpp-dpc-neztratte-se-ve-zkratkach.html). Na webu pak samozřejmě pár dalších řádek připsat můžete. Ale i u online inzerce stále platí, že méně je někdy více.

*Při psaní inzerátu nemusíte psát žádné romány. Naopak, buďte co nejvýstižnější!*

**Buďte vidět**

Ani sebelépe napsaný inzerát vám do podniku nepřivede nové zaměstnance, pokud se o něm nedozvědí. V inzertních novinách i na webech máte naštěstí možnost **upřednostnění a zvýraznění svých anoncí.**

V novinách můžete svůj inzerát odlišit jak **barevně**, tak **velikostí písma**. Zajímavá ale může být právě výše zmiňovaná varianta **připlacení si za fotografii**, které se v rubrice nabídek práce moc nevyskytují. Barevně si můžete nechat zvýraznit inzerát samozřejmě i na webu.

Důležitá je i **pozice vašeho inzerátu**, za níž si můžete připlatit. V novinách se můžete dostat na přední stránky, na webu se zase váš text může objevit mezi prvními inzeráty, pokud mu [přikoupíte tzv. **topovací body**](https://www.annonce.cz/napoveda/topovani.html). V tomto případě navíc vždy vidíte, kolik bodů má vaše konkurence před vámi, a tak si můžete dokoupit další body a předběhnout ji.

**Tip:** [**Přesvědčte se, že nové zaměstnance můžete dobře najít i jinak než přes internet.**](https://www.annonce.cz/blog/hledejte-zamestnance-do-gastronomie.html?id=7316)

**Nespoléhejte se jen na jednu kartu**

Po určité době od zveřejnění inzerátu nastává tzv. **inzertní slepota**. Lidé si prostě vaší anonce začnou všímat méně, a tak je vždy dobré mít připravené aspoň dvě varianty, které budete při hledání nových zaměstnanců střídat.

V těchto verzích byste se měli vždy snažit **odlišit jak zněním inzerátu, tak i jeho formou** (zvýrazněním, velikostí písma nebo přidáním obrázku).

Důležitá je i **frekvence vašich inzerátů**. Jeden podaný inzerát většinou opravdu nestačí. Několikanásobným opakováním totiž dosáhnete mnohem většího efektu a zásahu. V novinách si dokonce můžete vybrat i konkrétní dny, ve které bude váš inzerát vycházet (dle zkušeností našich inzertních poradců **nejlépe fungují pondělní a středeční vydání**).

*Přestože už pro vás může být internet každodenní samozřejmostí, jsou i Češky a Češi, kteří pořád dávají přednost tištěnému papíru místo monitoru. A není jich zase tak málo, jak by se mohlo zdát.*

**Čistě internetovou inzercí vám unikají stovky tisíc potenciálních zaměstnanců jakéhokoliv věku**

Velkou výhodou při **kombinaci offline a online inzerce je zasažení rozdílných cílových skupin**. Webový inzerát navíc vybízí k větší aktivitě – zájemci se mohou jedním klikem podívat na vaše www stránky a mají k dispozici veškeré barevné obrázky, které k inzerátu nahrajete.

Online inzercí ale zdaleka **nezasáhnete všechny potenciální uchazeče**, především pokud nabízíte pracovní místo pro pomocnou sílu do kuchyně, servírky nebo číšníky či kuchaře/ky. Podle dostupných údajů Českého statistického úřadu a společnosti Netmonitor používá internet každý měsíc 87 % Čechů ve věku od 25 do 34 let. Ve věku od 35 do 44 let je to 85 % všech obyvatel naší republiky a ve věku 45 až 54 let zase 76 %.

Přestože se vám tohle číslo může zdát vysoké, i oněch zbývajících 13 % u první skupiny ve skutečnosti odpovídá **více než 100 000 lidí, které nemáte šanci na internetu oslovit**. To zaprvé. A zadruhé internet pro hledání práce používá mnohem méně lidí, než je daný měsíc v České republice online (pro účely měření jsou totiž všichni uživatelé stejní a nezáleží, zda jsou na internetu 24 hodin denně, anebo se na něj připojili jen jednou v měsíci na pár sekund, když si potřebovali vyhledat, jestli je zrovna otevřená knihovna).

Kombinací inzerce na webu a v novinách tak získáte maximální možné povědomí o svém inzerátu.