

**ABC
Personal
Branding**

Spis treści

- 03 Internet a pierwsze wrażenie
- 05 Zdjęcie profilowe ma znaczenie
- 07 Jak być ekspertem w social media
- 09 Personal Branding freelancera w 5 krokach
- 12 Jak wypromować się w 30 sekund?

Zainspiruj się
w Centrum Kariery Goldenline:
www.goldenline.pl/centrumkariery

Internet a pierwsze wrażenie

Wszystko co pierwsze w życiu można zrobić tylko raz. Tak samo jest ze startem każdej relacji prywatnej czy biznesowej, dlatego tak ważne jest wywarcie dobrego wrażenia na drugiej osobie. To ma wielkie znaczenie w kontekście dalszej współpracy. Jak duży wpływ na pierwsze wrażenie ma internet?

Prowadząc własny biznes lub pracując w firmie szybko uczymy się, co i jak zrobić, by ktoś nas zaakceptował i **polubił**. Prawimy komplementy, głosimy wyważone opinie o konkurencji i kolegach z pracy, niczego nie krytykujemy, jesteśmy zadowoleni i optymistycznie nastawieni do wszystkiego. Staramy się zaimponować własnymi pomysłami, tak aby wywrzeć wspaniałe pierwsze wrażenie.

E-wizerunek minimalizuje pierwsze wrażenie

Dzisiejszy świat jest zdigitalizowany, dlatego pierwsze wrażenie traci na znaczeniu. Przestaje być pierwszym wrażeniem. Wiemy, że może być całkowicie mylne, ale zawsze szukamy w sieci konkretnych informacji o klientach, partnerach biznesowych, pracodawcach i potencjalnych współpracownikach, zanim będziemy mieć okazję, spotkać się z nimi twarzą w twarz.

Zaspokajamy w ten sposób swoją potrzebę. Każdy chce wiedzieć, czy może zaufać drugiej osobie, czy poświęcony dla niej czas nie będzie stracony. Internet jest jak detektyw – ułatwia rozpoznanie i jeszcze przed wypowiedzeniem jakichkolwiek słów daje pierwszy obraz tego, z kim obie strony będą się spotykać.

Bądź prawdziwy w sieci

W Personal Brandingu decydującego znaczenia nabiera internetowe pierwsze wrażenie. Poprzez naszą aktywność w mediach społecznościowych możemy budować swoje dobre nazwisko, a mogą temu służyć np. zdjęcia z profesjonalnych sesji zdjęciowych. Takie fotografie budują wrażenie osoby wiarygodnej i znającej się na swojej branży. **Zadbane Social Media** mogą tworzyć wizerunek osoby szlachetnej i bezinteresownej, która będzie się pozytywnie kojarzyć, a to jest bardzo ważne w biznesie.

Jednak zawsze przychodzi moment, kiedy świat wirtualny zderza się z rzeczywistym i druga strona sprawdza wykreowany przez nas wizerunek. Albo wszystko będzie się zgadzać, albo

stracimy bardzo dużo w oczach np. kontrahenta. Nikt nie chce podejmować współpracy z osobami, które nie wzbudziły naszego zaufania twarzą w twarz. Dlatego tak ważne jest, żeby każdy element naszej marki, którą kreujemy w sieci, zgadzał się z rzeczywistością.

Tuning wizerunku nie jest dobrym rozwiązaniem

Wszyscy oczekujemy, że nasi współpracownicy, przełożeni, partnerzy biznesowi czy klienci będą prezentować się tylko z najlepszej strony. Chcemy wierzyć, że druga strona jest uczciwa i będzie odpowiadać wykreowanemu wizerunkowi. Bez tego biznes nie rozwijałby się tak dynamicznie.

Chcemy wierzyć, że internetowe pierwsze wrażenie jest prawdziwe. Nie ma nic gorszego niż rozczarowanie, które często włącza alarm w głowie drugiej osoby. Powinniśmy wystrzegać się wywoływania błędnych oczekiwań u odbiorców, kiedy prezentujemy się w sieci. Nie chcemy przecież, żeby ci ludzie poczuli się zawiedzeni w trakcie spotkania na żywo. Wpisując nazwisko w wyszukiwarkę, oczekujemy rzetelnego źródła informacji, a nie sztucznej osoby.

Spójny i konsekwentny wizerunek w sieci

Twoja marka osobista nieustannie odpowiada na pytanie: Kim jestem? Każdy ślad, który pozostawiamy po sobie w sieci, różni się od siebie treścią, ale zawsze jest elementem tworzącym tę markę. Wizerunek marki osobistej nie może się zmieniać, dlatego przekaz zamieszczany w internecie musi być stały i powinien odpowiadać na pytania:

- Jaką jesteś osobą?
- Jaka jest twoja wiarygodność zawodowa?
- Co potrafisz robić w sposób wyjątkowy?
- Co jest dla Ciebie w życiu ważne?

Należy dołożyć wszelkich starań, aby wrażenie, które zrobimy w sieci było mocne. To sprawi, że nie będzie ono tylko pierwszym wrażeniem, ale również tym długofalowym, trwałym. Stworzenie pozytywnego wizerunku nie wymaga bycia sławnym czy ekspertem branżowym. W obecnych czasach Personal Branding jest podstawowym sposobem na pokazanie świata do czego jesteśmy zdolni i co możemy osiągnąć.



Zdjęcie profilowe ma znaczenie

Konta w mediach społecznościowych są naszymi e-wizytówkami, a pierwsze na co zwracamy uwagę to zdjęcie profilowe. Pozwala ono poznać wizualnie osobę, którą wyszukaliśmy. Dlatego tworząc wizerunek biznesowy w sieci, istotne jest, aby zadbać o możliwie profesjonalne zdjęcie

Jest to element, do którego można mieć wiele zastrzeżeń w kontekście pracowników oraz kandydatów do pracy w firmie. Pierwszego wrażenia nie można zmienić, a ciemna, niewyraźna lub zabawna fotka nie wzbudzi podziwu u szukającego. W takim razie – jakie zdjęcie powinniśmy dodać?

Świadectwo profesjonalizmu

Jeżeli na Twitterze lub Facebooku jesteśmy bardziej prywatnie, to możemy pozwolić sobie na większą swobodę przy wyborze zdjęcia profilowego – oczywiście w granicach dobrego smaku. Nie chcemy przecież, żeby miało to wpływ na negatywne opinie na nasz temat. Natomiast profile **na Goldenline** czy LinkedIn są ściśle związane z naszą marką osobistą. Zdjęcie musi spełniać pewne kryteria, ale jednocześnie oddawać to, kim jesteśmy.

Fotografia ma wzbogacić profil i sprawić, że będzie on bardziej atrakcyjny, profesjonalny i zaufany. Budując markę osobistą, chcemy być postrzegani jako specjaliści, których opiniom i wiedzy można zaufać. Niestety, wielu osobom ten element sprawia pewne problemy.

Jakie powinno być profesjonalne zdjęcie?

Dobre zdjęcie powinno być przede wszystkim aktualne i wyraźne. Wybór wśród fotografów jest duży, a niektórzy z nich posiadają specjalnie wydzieloną część w swoich pracowniach do fotografii biznesowych. Decydując się na taką usługę powinniśmy się odpowiednio przygotować – zadbać o higienę oraz biznesowy ubiór.

Nie jesteśmy identyczni, mamy różne hobby i zamiłowania, ale zdjęcie profilowe ma umożliwić rozpoznanie użytkownika i budowanie naszego wizerunku profesjonalistów. Co charakteryzuje dobrą fotografię, która jest cennym elementem Personal Brandingu?

- jest wyraźna
- jest aktualna
- jest profesjonalna i często w stylu branży, w której albo dla której pracujemy

- pokazuje minimum całość twarzy
- powinniśmy być na niej uśmiechnięci
- odzwierciedla to, kim jesteśmy.

Alternatywa dla fotografa

Nie są to warunki nie do spełnienia, a wystarczy poświęcić na nie chwilę czasu i chęci. Pamiętajmy, że jeżeli nie możemy pozwolić sobie na wizytę u fotografa, albo nie mamy możliwości dostosowania się do godzin pracy profesjonalisty, to zawsze znajdzie się osoba w gronie naszych znajomych, która posiada dobry aparat i lubi robić zdjęcia. Kto wie, może nawet będziemy czuć się swobodniej wiedząc, że za obiektywem nie stoi nikt obcy.



Jak być ekspertem w Social Media

Portale społecznościowe pozwalają nam budować wizerunek profesjonalisty. Jednak samo przygotowanie profilu do tego nie wystarczy. Potrzebne są odpowiednie działania. Jak prowadzić konto, aby Personal Branding w mediach społecznościowych był efektywny?

Może nam się wydawać, że nie istniejemy w sieci. Nie ma nic bardziej mylnego. Podstawowym ćwiczeniem, jakie warto zrobić, a już na pewno **przed rozpoczęciem poszukiwania pracy**, jest wyczyszczenie plików cookies i historii wyszukiwania, aby wpisać w wyszukiwarce swoje imię i nazwisko. To pozwoli przekonać się, co na nasz temat zobaczy rekruter albo znajomy, który postanowi nas „prześwietlić”.

Rozsądek w mediach społecznościowych

Social Media to nie tylko miejsce, w którym dzielimy się ważnymi i interesującymi treściami z osobami, które należą do naszych sieci kontaktów lub znajomych. To również platforma do tworzenia wizerunku, dlatego powinniśmy korzystać z nich odpowiedzialnie.

– Z ogromną rozwagą wykorzystujemy portale społecznościowe takie jak Goldenline, Facebook, czy LinkedIn. Korzystamy z dostępnych ustawień prywatności, w których wybieramy kto i do jakich naszych treści ma dostęp. Zadbajmy o to, żeby treści zawodowe były widoczne publicznie. W przypadku profili zawodowych, np. na Goldenline, nie tylko zadbajmy o jego aktualność, ale także przygotujmy krótką charakterystykę naszego stanowiska pracy. To zbuduje naszą wiarygodność nie tylko podczas szukania pracy ale także w kontaktach biznesowych – radzi Adam Piwek z Centrum Kariery Goldenline.

Profil eksperta – czyli jaki?

Jeżeli chcemy budować wizerunek eksperta poprzez media społecznościowe to niezbędne będą dobre profile. Takie konta na Goldenline i innych serwisach powinny być przede wszystkim aktualne. Należy zamieścić tam informacje, które są zgodne z faktycznym rozwojem kariery.

Nie wolno zapomnieć o tym, żeby profil był profesjonalny, tak aby był optymalnie dostosowany do najnowszych trendów, także w branży, w której pracujemy. Warto również zaangażować się w prowadzenie profilu, tak aby pokazywać swoją ekspercką aktywność i dzielić się merytorycznymi wpisami.

Eksperckie zasady

Nie tylko na Goldenline funkcjonuje wiele grup zainteresowań czy skupiających ekspertów lub pasjonatów z danego obszaru. Niezależnie od tego, czy będą to miłośnicy wypraw do Afryki, efektywni sprzedawcy, czy grupa wspierająca jakiś cel charytatywny, powinniśmy pamiętać o kilku prostych zasadach:

- Dbajmy o czystość języka – starajmy się nie popełniać błędów i pilnujmy, aby pisać z klasą – tak, aby każdy mógł od razu zrozumieć to, co chcemy przekazać
- Stawiamy na merytorykę – mówmy tylko o tym, co jest dozwolone w danej społeczności. Jeśli jest to grupa ekspertów w danej branży – poruszajmy tematy branżowe. Pamiętajmy, że jeśli jesteśmy specjalistami, to nasze głosy mogą być cenne. Oprócz pomocy innym także w dłuższej perspektywie może przynieść to nam jakąś pozytywną odmianę
- Widzą nas inni – media społecznościowe mają olbrzymi potencjał ale starajmy się zawsze pamiętać, że nasza aktywność jest widoczna nie tylko dla nas samych. Nie bójmy się zadawać sobie pytania, czy ten wpis nie przeszkadzałby naszym bliskim albo przełożonym?
- Nie kierujemy się emocjami – choć dyskusje bywają czasem burzliwe pamiętajmy, że mniej często oznacza więcej – a opcja edycji treści często powoduje, że także inni widzą komunikat sprzed zmiany. W rozmowach starajmy się komunikować bez zbędnych emocji. Szczególnie w nerwach piszemy przecież nieprzyjemne rzeczy
- Szanujmy zasady – w mediach społecznościowych traktujmy innych z kulturą i nie zapominać, że dołączając do nich zgodziliśmy się na panujące tam reguły. Często grupy, także na Goldenline, ustalają sobie własne zasady publikacji, czy zachowań, które nie są akceptowane. Przed napisaniem pierwszej wiadomości należy się z nimi zapoznać.

Pomyśl zanim napiszesz

Warto zastanowić się, jak chcemy zarządzać swoimi karierami zawodowymi. Nawet jeżeli nie jesteśmy jeszcze szanowanymi ekspertami lub rozpoznawalnymi specjalistami, to warto zamieszczać w mediach społecznościowych takie treści, które w oczach innych użytkowników nie będą kompromitujące lub dyskwalifikujące. Personal Branding to długotrwały proces, który nie zaczyna się w momencie awansu na wyższe stanowisko.

Personal Branding freelancera w 5 krokach

Coraz więcej ludzi chce być swoim własnym szefem i pracować na własny rachunek. Możliwość decydowania o swojej karierze i mierzenie się z ciekawymi wyzwaniami zawodowymi to tylko kilka powodów, dla których decydujemy się na wolny zawód

Freelancerzy stają się coraz bardziej znaczącą grupą na rynku pracy. Aby pozwolić sobie na luksus rozwoju kariery na własny rachunek, człowiek powinien pamiętać, jak istotną rolę odgrywa w tym przypadku wizerunek osobisty oraz to, jak jest się postrzeganym przez klienta. Współpraca ma na tej ścieżce kariery osobisty charakter – to freelancer ponosi bezpośrednią odpowiedzialność za jakość usług, dlatego Personal Branding jest jednym z kluczowych czynników jego sukcesu.

Jak zadbać o markę osobistą freelancera?

Proces kreowania marki osobistej wymaga czasu i dogłębnego poznania samego siebie. Wyróżnienie się na rynku jako niezależny specjalista i zdobycie zaufania wśród klientów nie jest proste. Trzeba nauczyć się, jak świadomie zarządzać swoim wizerunkiem i aktywnie działać w sposób, dzięki któremu potencjalni klienci będą postrzegać freelancera tak, jak on sam tego chce. Przedstawiamy 5 kroków, dzięki którym zadbasz o swój **Personal Branding**.

Podkreślaj swoją unikalność

Każda budowa ma cechę wspólną – stabilne i silne fundamenty. Poznanie swoich mocnych stron oraz unikatowych cech to podstawa wyjątkowej marki. W celu stworzenia spójnego i rzetelnego wizerunku potrzebujesz odpowiedzieć sobie na następujące pytania:

- Dlaczego robię w życiu to, co robię?
- Co jest we mnie najbardziej atrakcyjnego?
- W jaki sposób mogę pomóc innym ludziom?

Pośpiech w udzieleniu sobie odpowiedzi nie jest wskazany. Jeżeli potrzebujesz, możesz poprosić o pomoc swoich przyjaciół lub stałych klientów. Oni mogą udzielić cennych wskazówek w kontekście tego, co wyróżnia Cię spośród konkurencji. To pierwszy krok w tworzeniu rozpoznawalnej marki. Ludzie, którzy mają indywidualny styl ubierania lub wyróżniają się zachowaniem, są często szybciej zauważalni i zapamiętywani. Podobnie jest z marką osobistą – im bardziej unikatowa, tym łatwiej zapada w pamięć.

Pierwsze wrażenie robisz tylko raz

Wszyscy zdajemy sobie sprawę z tego, że pierwszy kontakt z potencjalnym klientem może przesądzić o podjęciu współpracy lub przekreślić szanse na nią. Dlatego warto być przygotowanym na nieoczekiwane – powinieneś się zastanowić, jakie są możliwe punkty styczności z twoim klientem i w jakich okolicznościach możesz go spotkać lub w jaki sposób nawiązać kontakt.

W zależności od tego, czy będziesz rozmawiał z potencjalnym klientem przez telefon, poznasz podczas sesji networkingowej albo to klient odwiedzi Cię w twoim biurze, może być potrzebna Ci inna forma autopromocji. Opracuj kilka wersji odpowiedzi na pytania: Kim jesteś? Co Cię wyróżnia? Czym zajmujesz się zawodowo? Spróbuj w kilku słowach przedstawić najważniejsze informacje, a jednocześnie zaprezentować swoją wyjątkowość.

Pokaż się w Social Media

Portale społecznościowe z roku na rok zyskują na popularności i sile, z jaką mogą pomóc Ci wypromować swoją markę. W zależności od profesji i grupy potencjalnych klientów, twórz swój profil tak, aby był użyteczny dla czytelnika, a jednocześnie możliwie interesujący. Często właśnie w sieci potencjalny klient pozyskuje pierwsze informacje i wyrabia sobie opinię na twój temat.

Cokolwiek publikujesz, staraj się zawsze myśleć o tym, w jaki sposób może to pomóc twoim czytelnikom i co stanowi wartość dodaną publikacji. Zwracaj uwagę, żeby nie powielać treści dostępnych już w internecie, a zamiast tego dziel się swoją wiedzą i opiniami na bliskie twojej profesji tematy.

Promuj swoją markę w spójny sposób

Pamiętaj, że to, gdzie i kiedy promujesz swój brand, zależy tylko od Ciebie. Możesz wybierać spośród wielu narzędzi takich jak: własna strona internetowa, profesjonalny profil zawodowy, blog i media społecznościowe, ale również twoja wizytówka. Ta ostatnia, kreatywna i przykuwająca uwagę, wydrukowana na dobrym papierze i wręczona podczas rozmowy, może sprawić, że na dłużej zapadniesz w pamięć rozmówcy i wywołasz określone emocje.

We wszystkich formach promocji zadbaj o spójność wizualną i merytoryczną, tak aby być lepiej zapamiętanym i rozpoznawalnym. Jeżeli jesteś fotografem, grafikiem lub wykonujesz inny artystyczny zawód, przykładowe prace możesz wywołać lub wydrukować w formie zdjęć i mieć zawsze przy sobie. Nigdy nie wiesz, kiedy nadarzy się szansa, by rozwinąć skrzydła i wypromować swój talent.

Bądź konsekwentny i cierpliwy

Zanim świat obiegnie informacja, jak świetnym jesteś fachowcem, na pewno minie jakiś czas. Nawet jeśli publikujesz wartościowe treści, jesteś wyjątkowy w tym co robisz, a twoi klienci polecają Cię znajomym, potrzeba uporów i konsekwencji w działaniu, by stworzyć rozpoznawalną markę personalną.

Najpopularniejsze światowe marki pracują latami na zaufanie i lojalność swoich klientów, a przy tym każdego dnia poszukują nowych dróg rozwoju. Spróbuj odnaleźć przyjemność w dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem z innymi oraz dawaniu czegoś za darmo. Systematyczna praca nad własną marką wyrobi w Tobie bardzo dobre nawyki i nauczy skutecznego dążenia do celu, a rozpoznawalność i zainteresowanie klientów przyjdą z czasem.

Trudne początki

Jeżeli podjąłeś decyzję, że chcesz zostać freelancerem to powinieneś pamiętać, że to nie jest łatwa droga. Efektywny Personal Branding wymaga czasu, tak samo jak zdobycie pierwszych stałych klientów. Pamiętaj, że na początku możesz mieć problem z otrzymaniem zleceń, dlatego warto zastanowić się nad poszukiwaniem ich np. na Goldenline.



Jak wypromować się w 30 sekund?

Świat jest rozpędzony do granic możliwości. Każdy gdzieś się spieszy, niecierpliwie oczekuje na efekty lub poszukuje konkretnych informacji. W budowaniu efektywnych relacji biznesowych niezwykle ważną umiejętnością stało się krótkie, klarowne i interesujące przedstawienie się odbiorcom

Większość rozmów kwalifikacyjnych, biznesowych czy nawet towarzyskich rozpoczyna się od pytań „Czym się zajmujesz?” albo „Opowiedz mi proszę coś o sobie”. Choć pytania te dotyczą nas samych, więc nikt lepiej od nas nie może na nie odpowiedzieć, to wielokrotnie sprawiają nam niesamowitą trudność.

Jak przedstawić markę w pół minuty?

Wielu konsultantów Personal Brandingu tworzy ze swoimi podopiecznymi lub klientami ich krótki opis. Ma on na celu przedstawienie i skuteczne „sprzedanie” siebie nowo poznanej osobie w ciągu 30 sekund. Prezentujemy kilka cech dobrej i krótkiej autopromocji.

Wyróżnij się z tłumu

Opowiadanie zacznij od tego, kim jesteś. Unikaj sformułowań, które nie mają w sobie znamion wyjątkowości np. jestem studentem albo jestem nauczycielem. Lepiej zaprezentować jakiś szczegół, wyjątkową cechę, która sprawi, że będziemy postrzegani jako interesujący i nieszablonowi. Czasami podejmując w życiu wiele różnych aktywności, trudno zdecydować od czego zacząć i na czym się skupić.

Warto zatem wypisać wszystkie role jakie pełnisz w swoim życiu prywatnym oraz zawodowym i spróbować znaleźć dla nich punkty wspólne, które najlepiej oddadzą twoją wyjątkowość. Może jesteś skutecznym motywatorem, doskonałym słuchaczem albo wizjonerem. Im bardziej nieszablonowy będzie twój sposób przedstawiania się, tym mocniej przykujesz uwagę słuchacza. Pamiętaj, by były to określenia zrozumiałe dla rozmówcy i trafnie oddające twoją wartość.

Przedstaw korzyści

Opowiadając o tym, czym się zajmujesz, staraj się mówić językiem korzyści swojego rozmówcy. Przedstaw te aspekty swojej działalności, które mogą być dla niego przydatne i intere-

sujące. Zawsze najlepiej zapamiętujemy te informacje, które są nam przydatne lub dotyczą naszej bieżącej działalności, dlatego jeśli chcesz zapisać się w pamięci, powiedz rozmówcy, w jaki sposób możesz mu się przydać.

Mówiąc o sobie, możesz dodać kilka słów o tym, co doprowadziło Cię do obecnego momentu. Jeżeli dziś jesteś prezesem znanej firmy, powiedz, jak zaczynałeś swoją drogę zawodową. Jeżeli dopiero wkraczasz na rynek pracy albo studiujesz, zaznacz od kiedy pasjonujesz się wybraną branżą i co w niej najbardziej lubisz.

Zaprezentuj cel kontaktu

Jeżeli nawiązywaniu kontaktu przyświeca określony cel albo w miejscu, w którym się znajdujesz, poszukujesz osób o określonym stanowisku czy **umiejętnościach** – powiedz o tym swojemu rozmówcy. Im lepiej przedstawiś swoje cele i marzenia, tym większa szansa, że dana osoba zechce pomóc w ich realizacji.

Poszukujesz nowej, interesującej pracy? Powiedz o tym drugiej osobie. Być może twój rozmówca zna osoby, które mogą wesprzeć Cię na ścieżce zawodowej i chętnie Cię z nimi pozna. Nie powinienes oczekiwać, że ludzie będą się domyślać tego, co chciałeś im przekazać.

Pozostaw kontakt do siebie

Chcąc utrzymać nawiązaną relację, nie znikaj bez śladu. Pamiętaj, by pozostawić rozmówcy swoje dane kontaktowe. Najlepszym rozwiązaniem jest profesjonalna i wyróżniająca się wizytówka, ale może być również prosta, wydrukowana w domu na wizytówkowym papierze.

Warto mieć w telefonie stworzoną własną wizytówkę wraz z informacjami na temat miejsca pracy, adresem mailowym czy stroną internetową firmy. Kiedy prześlemy w ten sposób komplet danych kontaktowych, rozmówca będzie miał wszystkie istotne informacje o nas w jednym miejscu.

Wykorzystaj szansę

Pamiętaj, że pół minuty to czas, w którym chcesz zainteresować rozmówcę swoją osobą. Twoim celem nie jest opowiedzenie historii życia albo firmy. Jest to chwila na pewnego rodzaju reklamę. Jeżeli spełni ona swoją rolę, to jeszcze nadarzy się okazja do wzajemnego poznania się.

Jeżeli zależy Ci na wykorzystaniu tej szansy, to możesz spisać swoją mowę sprzedażową i przećwiczyć ją przed lustrem. Staraj się mówić jak najbardziej naturalnie, abyś nie brzmiał jak na konkursie recytatorskim. To pozwoli Ci łatwiej nawiązywać nowe relacje i promować swoją markę.



Goldenline.pl to jeden z największych serwisów umożliwiających rozwój kariery Polaków. Aktualnie korzysta z niego niemal 3 miliony Polaków. W ramach Goldenline można nie tylko stworzyć swój profil zawodowy, otrzymać referencje od współpracowników ale także skorzystać z wartościowych treści i rozwijać swoje kompetencje zawodowe – także poprzez udział w szkoleniach, czy webinarach. Goldenline umożliwia firmom nie tylko budowanie wizerunku wiarygodnego pracodawcy, ale także korzystanie z różnorodnych narzędzi, m.in. zaawansowanej wyszukiwarki kandydatów, czy korzystania z opcji publikacji ogłoszeń.



Zajrzyj na:
www.goldenline.pl/centrumkariery