



Manpower®

המדריך לחיפוש עבודה ברשת

כיצד תבנו זהות
מקצועיים ברשת



אז מי אתם? מה הידע וההישגים שלכם? ומה תרצו שהמעסיק הפוטנציאלי ידע עליכם? כיום יש לכם את האפשרות לבחור למתג את עצמכם ברשת מבחינה מקצועית ואישית. ריכזנו עבורכם כמה עצות מהמומחים שלנו שיעזרו לעשות זאת.

בשנים האחרונות הפך המיתוג מנחלתם של ארגונים גדולים, מפורסמים ומובילי דעה לחלק מחייו של האדם הפרטי. בשוק התעסוקה המתנהל בעידן האינטרנט והרשתות החברתיות, חברות השמה ומעסיקים פוטנציאליים בודקים את הפרופילים שלנו בפייסבוק ובלינקדאין ומחפשים אזכורים ותמונות שלנו על בסיס יומיומי. אם צלחתם את ראיון העבודה את שיחת הממליצים ואת שאר שלבי המיון ובכל זאת לא התקבלתם למשרה שחשקתם בה, ייתכן שהסיבה לכך נעוצה בתמונות שהעליתם בדף הפייסבוק שלכם, או בציוץ לא מוצלח בטוויטר.

כל פעולה שלכם ברשתות החברתיות השונות היא פעולת שיווק של מימד מסוים בעצמכם. ממש כמו שאנחנו משתמשים בגוגל כדי לחפש מידע, כך גם מנכ"לים ויועצי השמה נסמכים על גוגל כדי לדלות אינפורמציה עליכם ולכן חשוב לדעת איך לרתום את המידע שאתם מפרסמים לטובתכם בשוק העבודה.

הפרידו בין החיים האישיים לתדמית המקצועית.

יש הבדל בין הרשתות החברתיות השונות, לינקדאין היא לא פייסבוק ומה שמעלים לאינסטגרם לא מתאים לשיתוף בבלוג מקצועי. הגדירו לעצמכם באילו רשתות חברתיות אתם רוצים לחשוף את החיים האישיים ובפני מי, ובאילו רשתות תתמקדו בפן המקצועי.



מידע מקצועי - חשוב לספק מקסימום של מידע מקצועי על עצמנו במקומות הנכונים אם אתם בקבוצות דיון מקצועיות בלינקדאין או בפורומים הקשורים למקצוע תפרטו מהם תחומי הידע שלכם, מהו הניסיון המקצועי, ההישגים, התארים האקדמיים ועוד פרטים רלוונטיים. מה שאתם תשתפו ייראה על ידי המעסיקים הפוטנציאליים.



התמחויות ייחודיות - לתחביבים ולתחומי העניין שלכם יכולה להיות השפעה חיובית בעיני מעסיקים, לכן אם תצינו אותם או תשתפו מידע עדכני לגביהם, זה יכול להאיר פן נוסף באישיות שלכם. אם, לדוגמה, אתם רצים למרחקים ארוכים או משחקים כדורסל בקבוצה מקצועית זה מעיד משהו על האישיות שלכם, על ההתמדה, האמביציה, העמידה בקשיים יכולת העבודה בצוות שלכם וכו'.



לשמור על הרלוונטיות - אתם לא שונים מכל מותג אחר, לכן צריך לספק לצרכנים - כלומר, למעסיקים הפוטנציאליים - מידע רלוונטי בתחום העניין. אם לדוגמה יש לכם בלוג מקצועי שאתם מפרסמים, הרי שברשותכם במה מעולה להבלטת היכולות המקצועיות.



אתם המומחים - ככל שתהיו מעודכנים בנעשה בתחום המקצוע שלכם ופעילים מבחינת שיתוף הידע והמידע, כך תוכלו להרשים קולגות, מעסיקים ובעלי עניין. חשוב ליצור רשימות תפוצה ברשתות השונות, להפגין נוכחות מקצועית ולהביא זווית אישית ולהיות מודעים למסרים שאתם מעבירים.



להתעדכן כל הזמן על הנעשה בתחום המקצועי - כיום הטכנולוגיה והמציאות משתנות בקצב מהיר מאוד ויש לכך השפעה גם על שוק העבודה. מי החברות המובילות בתחום? איזו חברה גדלה ומחפשת עובדים? מהן המיומנויות החברתיות שהמעסיקים מחפשים? איזה קורסים חדשים נפתחים? אתם חייבים לדעת כדי לנצל הזדמנויות. כדי ליצור בידול ולחדד יתרונות בתחום חשוב להתעדכן, אך חשוב גם להתמקצע ולכן אם יש הזדמנות לעבור קורס שמקנה או משפר מיומנויות, נצלו זאת.



נטוורקינג וירטואלי - זהו אחד הפרמטרים החשובים ביותר למיתוג עצמי ברשת. נטוורקינג וירטואלי מאפשר להתחבר לאחרים מהר יותר מכל כלי אחר. הכלי הזה יסייע לכם למצוא את החברים שהיו אתכם בצבא, בעבודה הקודמת, באוניברסיטה או בילדות ולהישף דרכם למשרות.



חבר מביא חבר - המעסיקים משוועים להמלצת "חבר מביא חבר" וקל להגיע למשרות ולחברות בדרך זו. היכנסו לקבוצות מקצועיות והיו פעילים בהן, זה יעזור לעורר סקרנות לגביכם. כיום יועצי השמה ומנהלי משאבי אנוש "צדים" את הכישרונות ובעלי הניסיון דרך הרשתות. אם אתם מפיצים ידע ומידע רלוונטי אנשים רואים זאת ומסמנים אתכם. הסימון הזה הופך אתכם לבעלי הכוח - הם ירצו אתכם ולא תצטרכו לשלוח קו"ח.



על ידי שליטה במיתוג האישי שלכם ברשתות החברתיות, אתם מבטיחים שאנשים יראו מה שאתם רוצים להראות. המיתוג האישי יכול לעזור לקריירה שלכם ולבסס אתכם כבעלי סמכות והשפעה בתחום. הימנעו מפרסום תמונות פרובוקטיביות או אמירות קיצוניות, שדרו מקסימום מקצועיות וענייניות וצרו חומת הפרדה בין האישי לפומבי ובכך תוכלו לנצל את כוחה של הרשת מבחינה מקצועית.

בהצלחה בתפקיד הבא שלכם!