CHECKLISTA

Checklista 6 kroków Brunsona do skutecznej promocji ofert rekrutacyjnych

KROK 1: ZROZUM HISTORIĘ I CEL DANEJ PLATFORMY

- [ ] Czy rozumiesz, dlaczego dana platforma powstała i czego oczekują jej użytkownicy?
- [ ] Czy potrafisz wskazać różnicę w tonie komunikacji między LinkedIn, Facebookiem, Instagramem, TikTokiem itd.?
- [ ] Czy Twoje treści wpisują się w cel algorytmu (np. wartościowe informacje na LinkedIn, angażujące emocjonalnie formaty na Facebooku)?
- [ ] Czy znasz aktualne trendy i zmiany algorytmiczne na platformie?

KROK 2: ZNAJDŹ „WYMARZONĄ SETKĘ" I INSPIRUJ SIĘ NIĄ

- [ ] Czy stworzyłeś listę min. 50–100 profilów firm, osób, grup, które przyciągają Twoją grupę docelową?
- [ ] Czy Twoja lista zawiera liderów opinii, aktywne społeczności, branżowe portale i media?
- [ ] Czy obserwujesz te profile codziennie/regularnie, aby wyciągać wnioski z ich formatów, stylu i tematów?
- [ ] Czy wiesz, gdzie gromadzą się Twoi idealni kandydaci (grupy, newslettery, kanały YouTube, wydarzenia)?

CHECKLISTA

Checklista 6 kroków Brunsona do skutecznej promocji ofert rekrutacyjnych

KROK 3: STWÓRZ STRATEGIĘ I PLAN PUBLIKACJI

- [ ] Czy masz kalendarz publikacji na każdy kanał (np. 2x w tygodniu LinkedIn, 3x Instagram Stories)?
- [ ] Czy planujesz treści w oparciu o etapy lejka rekrutacyjnego: świadomość – zaangażowanie – konwersja?
- [ ] Czy miksujesz formaty (grafiki, wideo, teksty, rolki, posty z pytaniami)?
- [ ] Czy każde Twoje działanie ma konkretne CTA?

KROK 4: WYPRACUJ SOBIE DOJŚCIE (ORGANICZNY ZASIĘG)

- [ ] Czy aktywnie komentujesz i udostępniasz treści swojej „wymarzonej setki"?
- [ ] Czy reagujesz, lajkujesz i dyskutujesz w postach Twojej grupy docelowej?
- [ ] Czy jesteś częścią branżowych społeczności, wydarzeń, webinarów, grup na Slacku, Discordzie?
- [ ] Czy dajesz wartość zanim czegoś potrzebujesz?
- [ ] Czy unikasz „red flagów" (generyczne wiadomości, prośby na dzień dobry)?

CHECKLISTA

Checklista 6 kroków Brunsona do skutecznej promocji ofert rekrutacyjnych

KROK 5: KUP SOBIE DOJŚCIE (RUCH PŁATNY)

- [ ] Czy uruchomiłeś kampanie reklamowe dopasowane do platformy i etapu lejka?
- [ ] Czy potrafisz targetować odpowiednio grupę docelową (np. po stanowisku, lokalizacji, zainteresowaniach)?
- [ ] Czy Twoje reklamy są spójne z komunikacją organiczną i wartościami marki?
- [ ] Czy testujesz różne warianty grafik, nagłówków i CTA?

KROK 6: WYPEŁNIJ SWÓJ LEJEK I ANALIZUJ WYNIKI

- [ ] Czy śledzisz skąd przychodzą kandydaci – z płatnych, organicznych, poleceń?
- [ ] Czy mierzysz CTR, czas spędzony na stronie, konwersję na aplikację?
- [ ] Czy optymalizujesz treści na podstawie heatmap, Google Analytics, narzędzi takich jak Clarity lub Hotjar?
- [ ] Czy prowadzisz ciągłą iterację treści i CTA?
- [ ] Czy Twoje działania budują nie tylko zasięg, ale i społeczność wokół marki pracodawcy?