



CHECKLISTA

Czy Twój landing jest gotowy na kandydatów?

STRUKTURA I NAWIGACJA

- ☐ Ma jeden wyraźny cel – aplikację na konkretne stanowisko.
- ☐ Zawiera logiczny układ sekcji, który prowadzi użytkownika krok po kroku.
- ☐ Ma intuicyjny i spójny podział treści – bez chaosu informacyjnego.
- ☐ Zawiera jedno, konkretne wezwanie do działania (CTA) w widocznym miejscu.
- ☐ Ma CTA powtórzone minimum 2 razy (np. na górze i na dole strony).

NAGŁÓWKI I SEKCJE

- ☐ Zawiera główny nagłówek, który natychmiast przyciąga uwagę.
- ☐ Ma nagłówki w każdej sekcji – pomagające skanować stronę.
- ☐ Posiada nagłówki pisane językiem korzyści, nie funkcji.
- ☐ Zawiera podtytuły lub leady, które wspierają główne przesłanie.





CHECKLISTA

Czy Twój landing jest gotowy na kandydatów?

JĘZYK I PRZEKAZ

- ☐ Zawiera język skierowany bezpośrednio do kandydata („Ty”).
- ☐ Ma ton konwersacyjny i przyjazny, dopasowany do grupy docelowej.
- ☐ Unika branżowego żargonu i wewnętrznych nazw stanowisk.
- ☐ Zawiera konkretne obietnice – bez pustych sloganów („dynamiczny zespół”, „przyjazna atmosfera”).
- ☐ Ma jasne, konkretne i mierzalne korzyści („3-miesięczny onboarding z mentorem”).

UŻYTECZNOŚĆ I PERSWAZJA

- ☐ Posiada informacje o czasie trwania aplikacji lub procesie rekrutacyjnym.
- ☐ Ma krótki formularz – ograniczony do najpotrzebniejszych danych.
- ☐ Ma autentyczne zdjęcia i/lub wideo (a nie tylko stockowe grafiki).
- ☐ Zawiera tzw. mikrocopy – komunikaty przycisków, formularzy i błędów, które są jasne i zachęcające.
- ☐ Zawiera dowody społeczne – np. cytaty, liczby, logotypy klientów lub wypowiedzi pracowników.





CHECKLISTA

Czy Twój landing jest gotowy na kandydatów?

DOSTOSOWANIE DO URZĄDZEŃ MOBILNYCH

- ☐ Ma responsywny design – dobrze wygląda i działa na smartfonie.
- ☐ Zawiera CTA i najważniejsze informacje powyżej tzw. linii zanurzenia.
- ☐ Ma czytelny font, odpowiednie odstępy i kontrasty tekstu – także na mniejszych ekranach.

