Szablon wiadomości: headhunting vs. direct search

HEADHUNTING

Stosuj, gdy:

Masz jasno wytypowanego lidera z konkurencyjnej firmy, kontaktujesz się z konkretną osobą, masz powód, by zwrócić się właśnie do niej.

Cześć [Imię],

[1] – to właśnie przykuło moją uwagę w Twoim profilu. Wiem, że [2], i dlatego pozwalam sobie napisać bezpośrednio.

Wspieram firmę [nazwa klienta/organizacji], która w tej chwili realizuje bardzo ciekawy projekt z zakresu [3]. Szukają/szukamy osoby z Twoim doświadczeniem i podejściem.

To propozycja, która w moim odczuciu może realnie rozwinąć Twoje możliwości wpływu i zaangażowania strategicznego.

Wiem, że to nie miejsce na deklaracje – dlatego zapraszam do krótkiej rozmowy (20 min), by omówić temat bardziej partnersko, bez zobowiązań.

Czy znajdziesz chwilę w tym tygodniu?

Wskazówki do luk:

[1] – np. „Twoje podejście do transformacji w organizacjach" / „Sposób, w jaki budujesz zespoły w czasach zmian"

[2] – np. „prowadziłeś skalowanie działu w strukturze europejskiej"

[3] – np. „restrukturyzacja i cyfryzacja obszaru operacyjnego w firmie produkcyjnej"

Szablon wiadomości: headhunting vs. direct search

DIRECT SEARCH

Stosuj, gdy:

Nie znasz jeszcze dokładnie kandydata, chcesz zaprosić do rozmowy eksploracyjnej, wysyłasz wiadomość do kilku potencjalnie pasujących osób.

Cześć [Imię],

Trafiłam/em na Twój profil, szukając liderów, którzy mają doświadczenie w [1] – i cenią rozwój zespołu ponad sam wynik.

Właśnie prowadzę rozmowy z osobami, które mogą być zainteresowane kolejnym zawodowym krokiem – niekoniecznie od razu, ale być może w niedalekiej przyszłości.

Nie piszę z konkretną ofertą – bardziej z otwartością na rozmowę. Wierzę, że wymiana kilku myśli może być wartościowa po obu stronach.

Czy byłbyś/byłabyś otwarta na krótką rozmowę (15–20 min)? Jeśli nie teraz, chętnie wrócę w innym momencie.

Pozdrawiam

Wskazówki do luk:

[1] – np. „skalowaniu zespołów sprzedażowych", „transformacjach organizacyjnych", „przywództwie w strukturach rozproszonych"