

Sådan laver du den gode jobannonce



+45 71 99 28 60



info@elvium.com

Flæsketorvet 68

1711 København



Når tiden kommer til, at du skal lave det næste jobopslag, er der mange overvejelser, der skal tages i betragtning. Kampen om talenterne er i gang og du skal sikre, at netop DIN annonce når ud til den rigtige målgruppe på den helt rigtige måde!

I denne artikel kan du finde gode tips til at skrive den gode jobannonce, der sikrer, at du appellerer til de helt rigtige kandidater.

Hele formålet med en jobannonce er at kommunikere ledige stillinger i organisationen ud. Endvidere skal den være TILTRÆKKENDE, spændende og tydeliggøre, hvilken kandidat der søges, så ingen er i tvivl om hvorvidt deres profil er egnet.

Før en annonce publiceres, er det en fordel at undersøge, hvordan nutidens jobsøgende tænker og hvordan man fanger deres opmærksomhed.

Overskriften og de første linjer er blikfang og dermed afgørende for, om du overhovedet fanger kandidaten. Sørg for at fremhæve værdier i virksomheden såvel som hvordan arbejdsmiljøet prioriteres. Derudover kan man med fordel inkludere, hvilke udviklingsmuligheder der er i organisationen – hvilket er meget vigtig hos bl.a. gen Z.

Når vinkel og overskrift står skarpt, er næste punkter absolut nødvendige ting, der kan få din annonce til at skille sig ud af mængden.

Grundlæggende elementer i en jobannonce

1. Krav og fordelagtige kompetencer

For at undgå forvirring er det vigtigt at adskille krav og fordelagtige kompetencer. Det vil sige, at du skal tydeliggøre den erfaring, samt de evner du mener der kræves til stillingen og de erfaringer og evner der ikke kræves, men vil være en bonus at kandidaten besidder.

2. En jobbeskrivelse, der ikke er til at tage fejl af

Mange kandidater er i tvivl om hvad jobbet rent faktisk kræver når de møder op til første ansættelsessamtale. Det er altså et plus for både kandidaten og rekrutteringsmedarbejderen, at der er tænkt over, hvilke kompetencer i rent faktisk efterspørger. Hvis der i annoncen, er angivet en række arbejdsopgaver, der kan være fremtrædende i den rolle kandidaten skal besætte, ved kandidaten præcis, hvad der kræves og forventes. Selv mindre flatterende opgaver bør nævnes, da man på den måde er helt ærlig omkring, hvad jobbet i virkeligheden går ud på.





+45 71 99 28 60

info@elvium.com

Flæsketorvet 68

1711 København



3. Geografisk placering

En information, som er så grundlæggende, at den nogle gange glemmes, er hvor stillingen rent geografisk er placeret. Herunder kan man både inddrage bydel og adresse og hvorvidt der indgår kompensation for rejser og overnatning.

Hvor skiller I jer ud?



Stræb efter et ordvalg, der omfatter ALLE

Forskning viser, at sprogbrug kan være afgørende for kandidater. Det er vigtigt ikke at diskriminere nogen og derfor må du reflektere og være påpasselig med, hvordan du bruger kønsstereotype ord til at beskrive en rolle. Således man undgår indirekte at sende signaler ved at bruge kønskodede ord som vi traditionelt forbinder med enten mand eller kvinde, som derved ville kunne påvirke hvem der søger jobbet. (fx rengøringsmand eller kassedame).

SEO (Search Engine Optimization)

Søgemaskineoptimering går ud på at optimere jeres indhold så Google's algoritmer prioriterer det øverst på søgesiden. For at få søgemaskinen til at belønne jeres annonce, skal den helst være mere end 150 ord. Derudover skal den indeholde ord og sætninger som en kandidat rent faktisk vil søge efter – tænk derfor over, hvilke søgeord jeres målgruppe ville bruge.

Tips til søgeord kan findes her: [Google Keyword Planner](#), [SEMrush](#), [Searchmetrics](#)

Forskellige platforme

Husk at tænk over om jobannoncen er let tilgængelig og tilpasser sig en mobilversion. Kandidater søger jobs på tværs af flere platforme og der er dermed lige så stor chance for, at din annonce bliver fundet over mobil som ved computer- Hvis ikke større hos nogle segmenter! Derudover er sociale medier også blevet et rum for jobannoncer og eftersom det ofte er ens netværk, der deler opslagene kan virksomheden allerede dér virke mere velkendt og familær.

CTA (Call-to-action)

Ved CTA forstås det element (ofte en knap på en hjemmeside) der sender den besøgende til næste trin. Det er en fordel at have en CTA-knap med en stærk tekst der er svær at overse. I kan også overveje om I skal bruge en mindre CTA til mere passive kandidater. Den kan henvende sig til dem, der ikke aktivt søger job men som er nysgerrige og udforsker, hvis nu det rette skulle dukke op. Ved at klikke på den mindre CTA kan I give den besøgende mulighed for at blive en del af et kandidat netværk og modtage opdateringer om ledige stillinger via mail.

Helhedsindtryk - Employer branding

Tænk over hvad I gerne vil signalere med jeres annonce. Den skal være præget af jeres employer brand og det I gerne vil signalere. Det er godt at have en stillings annonce der er informativ og sælgende, men det er også vigtigt at den virker let tilgængelig og indbydende. Inkluder et par linjer om virksomheden således kandidaten får en reel fornemmelse af virksomheden. Spar ikke på detaljer så som tekstformatting, stavning og billeder, det er også en del af helhedsindtrykket som hjælper jer med at skille jer ud fra mængden!

