



eurodesk

euro | guidance



MUTASS UTAT! – Európai hálózatok a fiatalok foglalkoztatásáért

Az Eures - Eurodesk – Euroguidance - Europass hálózatok közös konferenciája

13:40-14:40 Párhuzamos szekciók II. – Módszertani bemutatók

C) Hogyan teheti magát eladhatóvá a fiatal a munkaerőpiacon?

Keszthelyi Christian, projektmenedzser, MediaGo Alapítvány

Tollas Attila, PR szakember

A világgazdasági válság elmélyülése óta a fiatalok egyre növekvő munkanélkülisége jelent problémát. A “kreatív álláskeresés” segíthet a fiataloknak a munkaerő-piacon való érvényesülésben.

A műhelyen először [Tollas Attila](#) mutatta be, hogy mit is takar ez a fogalom, saját példáján keresztül. Miután hiába várta, hogy a megpályázott cég HR-ese reagáljon a beküldött önéletrajzára, meglepő lépéssel próbálkozott: a Célcsoport Média egyik kisteherautóját kibérelte, és a megcélzott cég bejárata elé állította ki az önéletrajzát, óriásplakát méretben.

A szakember elsősorban az énmarketing fontosságát hangsúlyozta: álláskeresőkor termékként kell promotálnunk saját magunkat. Ez a hozzáállás az USA-ban például régóta megszokott: az első önreklámok az 1929-es nagy gazdasági világválság idején jelentek meg.

Nem csak az álláskereső, hanem az önéletrajz is lehet kreatív: a QR-kód, a google adwords, egy infografika vagy egy hatásos videó-CV is segít kiemelkedni a tömegből. Az ilyen módon elkészített önéletrajz nem csak kreativitásról tesz tanúságot, hanem a pályázó elkötelezettségét is kifejezi. Fontos megjegyezni azonban, hogy az előbb felsoroltak közül bármelyik technika csak addig hatékony, amíg nem válik zavaróvá a különbözőség, hiszen a pályázati anyagok célja, hogy másokkal összehasonlítva kerüljünk kiválasztásra.

Keszthelyi Christian, a MediaGo Alapítvány projektmenedzsere az alapítvány [Kreatív Álláskereső](#) workshop-sorozatát mutatta be, melynek célja a fiatalok munkaerő-piacra kerülésének elősegítése volt. A 10+1 alkalmas workshop-sorozat során a témában jártas előadók adták át az álláskeresőssel kapcsolatos kreatív ötleteiket, rendkívüli megvalósításaikat, tapasztalataikat.

Az alapítvány önkénteseként dolgozó projektmenedzser beszélt a motivációs levél szerepéről, ami minden pályázati anyag kötelező eleme, akkor is, ha nem kérik külön a pályázóktól. Mivel egy-egy álláslehetőségre közel 300-400 pályázat érkezik, fontos kiemelkedni a tömegből. Előny, ha szakmai gyakorlattal rendelkezünk, vagy önkéntes tevékenységet tudunk felmutatni az önéletrajzunkban. Az álláshirdetésben szereplő kulcsszavak felhasználása is segít saját önéletrajzunkra irányítani a HR-esek figyelmét.





eurodesk

euro | guidance



Ebben az előadásban is szó esett a személyes márkaépítésről. A saját márka kiépítésének elemei: önismeret, tanulás, stratégia, kapcsolatrendszer, marketing-eszközök.

A műhely harmadik részében az egyik önként jelentkező résztvevő számára készítettek a résztvevők közösen kreatív önéletrajzot, zárásként pedig minden résztvevő elmondta, hogy milyen módszert alkalmazva álláskeresőnél.