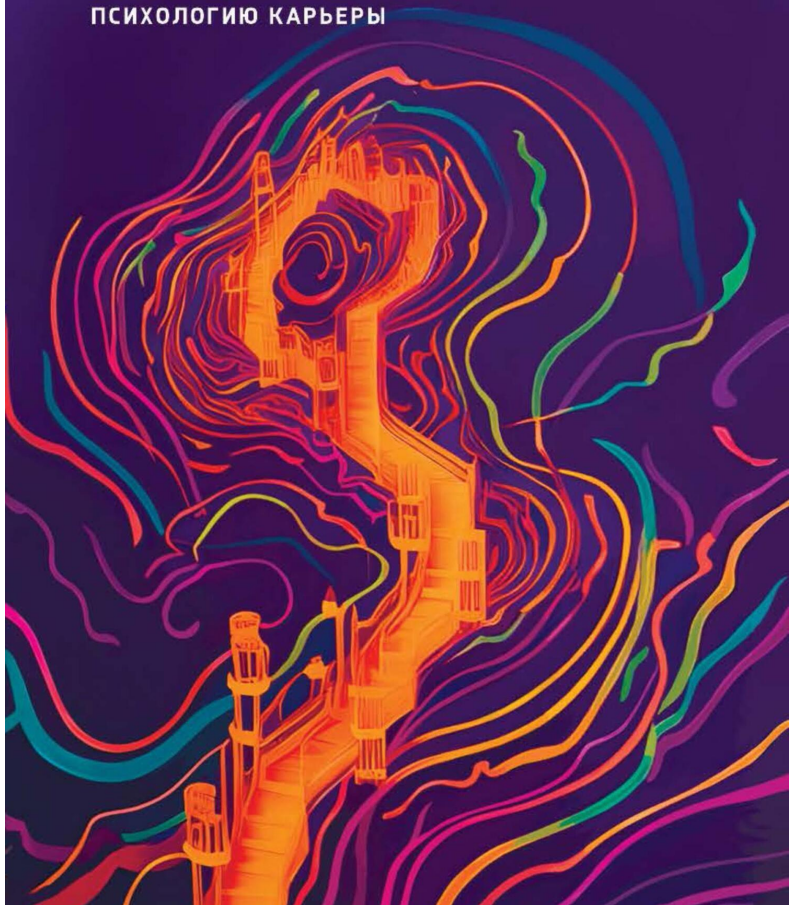


# КЕЙТ О КАРЬЕРЕ

КНИГА ПРО  
КАРЬЕРНОЕ РАЗВИТИЕ И  
ПСИХОЛОГИЮ КАРЬЕРЫ

КЕЙТ ПОПОВА



**Кейт Попова**  
**Кейт о карьере. Книга**  
**про карьерное развитие**  
**и психологию карьеры**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=70399495](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70399495)  
SelfPub; 2024*

**Аннотация**

Построить успешную карьеру – это, бесспорно, одна из главных потребностей современного человека, без удовлетворения которой мы не чувствуем себя счастливыми. Но она же является и одной из самых сложных задач. Автор этой книги предлагает начать построение карьеры с исследования себя – узнать свои сильные и слабые стороны, таланты и достижения, страхи и ценности.

Екатерина (Кейт) Попова – карьерный стратег и консультант, HR эксперт, работала в таких компаниях как KPMG, IBM, Gett Taxi, Банкиги, Райффайзенбанк. Окончила факультет социальной психологии МГППУ, а также получила степень Магистра по HR в Kingston University London. Училась и преподавала в Школе Карьерного Менеджмента.

Из книги вы узнаете, как не только получить хорошую работу, но и системно расти без выгорания, чтобы достигнуть

«карьерного зенита». Той точки, когда ваши таланты, мотиваторы, ценности совпадают, и вы начинаете работать эффективно, получать за это признание босса, коллег, ну и, конечно, достойную зарплату.

# Содержание

Конец ознакомительного фрагмента.

65

# Кейт Попова

## Кейт о карьере. Книга про карьерное развитие и психологию карьеры

### Благодарности

Всегда мечтала, что когда-нибудь напишу свою книгу и в начале обязательно будет список людей, кому я благодарна.

**Маме** – спасибо! Что своим примером демонстрировала, что такое женщина, которая увлечена своим делом и за то, что позволяла мне быть собой.

**Папе** – спасибо! Что я знаю, что такое предпринимательство и мыслю нестандартно и игриво. Это его качества, которые я переняла, и это не про гены, а про твою ролевую модель.

**Сестре** – спасибо! Оля, ты – самый значимый для меня человек. Благодарю за строгость, за любовь, за советы. Привила мне любовь и к психологии, и к HR, а именно об этом написана эта книга. Без нее бы всего этого не было.

Спасибо хорошим боссам и моим вдохновителям.

**Галине Лисюковой** за мягкий старт карьеры в HR.

**Ирине Рыжковой** за высокий стандарт в IT-подборе

и дружбу.

**Ксении Шумаковой** за поддержку и веру в меня.

**Ховарду Полински** за необыкновенную мотивацию.

**Андрею Филатову** за мудрость и лидерство.

**Дмитрию Шпилю** за вдохновляющий опыт работы.

**Динаре Юнусовой** за важные уроки жизни и харизму.

**Лене Резановой** за ее книги и личное вдохновляющее общение.

**Светлане Ланде** за ее вклад в мое развитие как помогающего практика.

**Айгюн Курбановой** за пример женского лидерства и советы.

**Анастасии и Андрею Янченко** за бесконечную поддержку и принятие, за разговоры, которые всегда продвигали меня вперед и давали классные инсайты.

## **Введение**

Однажды мне прислали классный мем. Я посмотрела на картинку и широко улыбнулась: как же это похоже на то, что происходит с нами в жизни!



*Рис. 1. Я и моя карьера*

Если вы можете уверенно сказать «это про меня» – значит эта книга вовремя оказалась в ваших руках. Моя цель – помочь сделать так, чтобы все четыре направления у вас, наконец, пересеклись. Точка пересечения и будет вашей успешной карьерой.

Давайте на секунду заглянем во времена нашей юности, а точнее в момент, когда мы оканчивали школу и выбира-

ли, куда поступать. Оглядываясь назад, многие недоумевают: как можно в 15–16 лет определиться с будущей профессией?! Ты – подросток, который еле-еле справляется с внешними обстоятельствами и буйством гормонов. Какой вектор развития, какая карьера?!

Ранняя хаотичная профориентация накладывает отпечаток, чаще всего в виде неудачного опыта. Например, осознания, что изучаешь в вузе не то, что тебе интересно. А если звезды все же сошлись, ты попал в свою специализацию, то первый опыт работы может принести разочарование. И вот ты уже пробуешь что-то другое, затем третье, выбираешь место, где спокойнее, престижнее, более высокая оплата труда или вообще – куда просто взяли. Затем происходит выгорание. Плюс испытываешь давление из-за ожиданий окружающих: родителей, родственников, друзей, партнера. Все от нас чего-то хотят. И тогда мы совершенно перестаем слышать себя и идем за чужими ожиданиями. Потерять себя легко, а вот найти сложно.

Именно поэтому для построения карьеры в первую очередь необходимо исследовать себя, узнать свои сильные и слабые стороны, таланты и достижения, страхи и ценности. Ведь нам уже не по 16. И у нас есть все инструменты, чтобы разобраться, что подходит именно мне, в чем я могу преуспеть.

В этой книге я хочу рассказать, как строить карьеру и развиваться. Я убеждена, что для этого необходим карьерный

план, с которым вы будете сверяться каждые 6–12 месяцев. Чтобы ваша карьера хорошо развивалась, важно научиться выстраивать отношения с руководителем и коллегами, работать над visibility – тем, чтобы вы были заметны: личным брендом, нетворкингом. Важно не просто знать свои сильные стороны, но и уметь их применять. Задумайтесь, всего 20% людей используют свои наиболее сильные качества в работе. Все, кому доступны эти знания, получают уникальное преимущество на рынке.

Нужно иметь наготове крутое резюме, потому что возможности могут нагрянуть неожиданно; качественно оформить профиль на LinkedIn<sup>1</sup>; понимать, что такое soft skills и hard skills, в какой момент их надо «качать»; уметь составлять свой индивидуальный план развития.

1) Про все это вы узнаете от меня, человека, который работает в сфере HR более 16 лет. Последние четыре года, помимо своей корпоративной карьеры, я занимаюсь карьерным консультированием, и за это время провела более 500 консультаций. У меня накопилось достаточно опыта, которым я и буду делиться на страницах этой книги. Если говорить про мой корпоративный путь, то я работала в KPMG, IBM, Gett Taxi, Banki.ru. На момент написания книги моя последняя

---

<sup>1</sup> LinkedIn – американская социальная сеть для поиска и установления деловых контактов. В LinkedIn зарегистрировано 750 млн пользователей (по состоянию на конец 2021 года), представляющих 150 отраслей бизнеса из 200 стран. Ресурс заблокирован в Российской Федерации, но пользоваться им не запрещено (здесь и далее в тексте).

должность в найме – руководитель направления карьерного и профессионального развития в Райффайзенбанке. В настоящий момент я сосредоточилась на своем консалтинговом проекте и его развитии.

2) По первому образованию я – психолог, окончила Московский государственный психолого-педагогический университет. Также окончила HR в Kingston University London. Училась в Школе Карьерного Менеджмента по направлению карьерное консультирование. Успешно окончила ее и какое-то время была приглашенным преподавателем. Также имею сертификацию Hogan<sup>2</sup>.

Я начала работать уже в 17 лет, когда училась на первом курсе. Сначала была ассистентом в нескольких компаниях, включая Издательский Дом, который выпускал журналы Seventeen и InStyle. Далее работала в кадровых агентствах и IT-рекрутером в компании Luxoft. Но самое интересное началось с момента, как я попала в KPMG. Там многое для меня изменилось. Не только потому, что это классная компания, просто все совпало: я по-настоящему раскрылась, оказалась в нужном месте в нужное время. Произошел качественный переход на новый уровень. Я называю такой период в карьере «карьерный зенит». Это когда ваши таланты, сильные стороны, мотиваторы, ценности совпадают, и вы

---

<sup>2</sup> Hogan – уникальная методика оценки, разработанная гуру организационной психологии Р. Хоганом.

начинаете работать эффективно, получать за это признание босса, коллег, ну и, конечно, достойную зарплату.

В этот момент я стала более осознанно делать карьерные шаги. Это позволило мне быстрее добиваться своих целей и прийти к хорошему доходу и высокому уровню ответственности. В своем «карьерном зените» в возрасте 26 лет я выросла до руководителя и перешла в компанию IBM<sup>3</sup>, где возглавила подбор персонала по России и СНГ.

Я хочу помочь вам прийти к своему «карьерному зениту» и научить не только находить хорошую работу, но и системно расти и не выгорать.

А чтобы ваша карьера развивалась, очень важно системно смотреть на ее построение. Для этого я рекомендую начать с трех блоков.

- 1) Кто вы?
- 2) Какие варианты есть на рынке труда?
- 3) Как привести себя из точки А в желаемую точку Б (ваш персональный план)?

Если нет понимания себя, то нет вектора движения. Если нет вектора, то и смысла в карьере нет. Когда вы не понимаете, к чему хотите прийти, то получается «просто работа», но точно не карьера. Без четкой мотивации энергии тоже не будет. Все это между собой связано. 90% людей живут в спящем режиме, просто плывут по течению: они недо-

---

<sup>3</sup> IBM – международная IT-компания, вендор.

вольны тем, что есть, недовольны собой, своим финансовым положением. Картина удручающая, особенно, когда знаешь, как можно иначе. Поэтому я решила написать эту книгу. Она поможет вам:

- 1) определить карьерный вектор, исходя из ваших ценностей, мотиваторов и сильных сторон;
- 2) развиваться в карьере, если вы уже достигли определенного уровня;
- 3) начать строить карьеру с нуля;
- 4) сделать отношения с вашей профессиональной деятельностью более экологичными;
- 5) осознанно подходить к вопросу построения карьеры, а значит иметь контроль над тем, что происходит в вашей жизни.

Перед вами книга-практикум, где я буду постоянно предлагать исследовать себя и свои возможности, выписывая ответы. Если вы сделаете это, то часть работы по построению успешной карьеры будет выполнена вами уже на этапе чтения книги. Поэтому не проскакивайте задания, чуть задержитесь – они будут вашей тренировкой перед карьерным взлетом.

Итак, я готова помочь вам научиться управлять карьерой, чтобы вы начали достигать своих целей играючи и почувствовали себя карьерными чемпионами.

## **Часть 1. Как найти достойную работу?**

## **Глава 1. Выбор карьерного пути. Как понять, что мне подходит, и какие есть варианты на рынке?**

Что такое хорошая работа? Это сочетание многих факторов, и для каждого означает что-то свое. Но все же можно назвать четыре важнейшие составляющие: применение ваших сильных сторон и талантов, ценности и мотиваторы, окружение (с кем вы работаете), интересные для вас цели. Давайте вместе разбираться, как все это соединить в едином карьерном поле.

Есть две фундаментальные основы на пути профессиональной реализации – это вы и рынок труда. В сфере IT есть такое понятие Product Market Fit – при разработке приложений сначала происходит анализ того, насколько продукт соответствует потребностям рынка. Когда продукт закрывает ключевые потребности пользователя, приложение становится супервостребованным.

Мы с вами будем мыслить так же. Вы – это продукт, а ваш рынок – это рынок труда, на котором реализуется продукт. Наша задача: найти точки соприкосновения, где вы как продукт можете отвечать запросу и закрывать ключевые потребности рынка труда. Видя эти точки пересечения, вы начнете мыслить иначе, и это круто меняет текущее положение на карьерном пути.

### **Кто вы?**

Прежде чем приступить к выбору карьерного пути, вам

нужно ответить на главный вопрос: кто вы? Казалось бы, звучит просто, но почему-то у многих поиск ответа вызывает проблемы.

Я предлагаю сразу начать применять техники, которые даю, чтобы получить от прочтения книги максимальную пользу. Для этого возьмите блокнот, ручку или откройте заметку в телефоне и выписывайте ваши ответы, инсайты и полезные техники во время чтения.

Ниже вы найдете ряд инструментов, которые помогут понять, что подходит именно вам. Также в планировании карьеры важно учитывать ваши сильные стороны, о которых мы поговорим позже.



## **1. Техника «Когда я вырасту...»**

### **Задание**

*Вспомните, кем вы мечтали стать в детстве? А когда были подростком? Например, я однажды вспомнила, что в детстве хотела стать психологом. В школе я собирала с одноклассников анкеты-опросники, мне нравилось узнавать их*

*предпочтения и интересы, и таким образом помогать раскрываться. В итоге, побыв эйчаром, я пришла к карьерному консультированию. А это в какой-то степени помогающая профессия, направленная на раскрытие потенциала людей. То есть получилось, что я недалеко ушла от первоначальной мечты. Все не случайно.*

### **Ответьте на вопросы.**

- Кем вы хотели быть в детском и подростковом возрасте и почему?
- Как попали в текущую профессию?
- Кто и как повлиял на карьерный выбор?
- Какие яркие интересы были в детстве?
- Какие яркие таланты были в детстве? Если не помните сами, спросите родителей и тех, кто помнит вас с детства.
- Поищите свои интересы, увлечения и таланты.
- Подумайте, как вы можете интегрировать эти детские «хотелки» в свою нынешнюю карьеру.



## 2. Техника «Проверка гипотезы»

Вы можете посмотреть на свой карьерный путь как на набор гипотез, которые вы тестировали. Даже если он был неосознанным и вы просто хаотично продвигались. Например, мой карьерный путь: ассистент, рекрутер, старший рекрутер, руководитель подбора, HRBP, Senior HRBP, Head of HR, HR-директор.

Заполните таблицу.

	МЕСТО 1	МЕСТО 2	МЕСТО 3
ПРОШЛОЕ МЕСТО РАБОТЫ / ДОЛЖНОСТЬ			
КАКОЙ ОПЫТ И ЭКСПЕРТИЗУ Я ПРИОБРЕЛ/А?			
КАКИЕ МОИ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ И ТАЛАНТЫ ПРОЯВИЛИСЬ И КАК?			
ЧТО МНЕ НРАВИЛОСЬ? ЧТО МНЕ НЕ НРАВИЛОСЬ?			

*Рис. 2. Проверка гипотезы*

Что было общего в разных местах работы? Попробуйте отследить определенную логику или преемственность. Задача – понять, какие выводы вы можете сделать о себе, смотря

на свой карьерный путь и свои ощущения.



### **3. Техника «Дневник удовольствия и интереса»**

Полезно изучить, какие задачи на текущей работе вызывают у вас удовольствие и интерес, а какие, наоборот, неприязнь и отторжение.

#### **Задание**

*Ведите наблюдения за своими эмоциями на работе и записывайте в дневник в течение недели. Другой вариант: оглянитесь на прошедшую рабочую неделю и выпишите все положительные и отрицательные моменты, которые имели для вас значение.*

Заполните таблицу:

ДНЕВНИК УДОВОЛЬСТВИЯ И ИНТЕРЕСОВ НА ТЕКУЩЕЙ РАБОТЕ	
В КАКИЕ МОМЕНТЫ НА ТЕКУЩЕЙ РАБОТЕ ВАМ БОЛЬШЕ ВСЕГО ПРАВИТСЯ ВАША РАБОТА?	
В КАКИХ СИТУАЦИЯХ ВЫ ЧУВСТВУЕТЕ СЕБЯ В СОСТОЯНИИ ИНТЕРЕСА И ВРЕМЯ ЛЕТИТ НЕЗАМЕТНО?	
КАКАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ ВАМ ПРАВИТСЯ БОЛЬШЕ ВСЕГО?	
РАДИ ЧЕГО ВЫ ЗАДЕРЖИТЕСЬ. ПРИДЕТЕ РАНЬШЕ ИЛИ СДЕЛАЕТЕ ЭТО В ВЫХОДНОЙ ДЕНЬ?	

*Рис. 3. Дневник удовольствия и интереса*

Подумайте, можете ли вы поменять/скорректировать свои трудовые обязанности, не уходя с этой работы.



#### 4. Техника «Фантазии»

Тоже интересный источник информации о себе. Кем вы

мечтаете стать, если вдруг уволитесь? Когда вы представляете, как «все бросите и...», какие мысли у вас возникают? Уточню, это не значит, что надо сразу их реализовывать. Иногда наши фантазии ими и остаются, потому что это нечто совсем не реалистичное. Но вы всегда можете превратить их в гипотезу и протестировать в безопасном пространстве. То есть не увольняясь с работы. Есть такое понятие *minimal viable product* (минимально жизнеспособный продукт), – например, если вы мечтаете бросить все и уехать на Бали, попробуйте 2-3 недели пожить на этом острове. На самом деле там есть свои бытовые сложности, которые не всем подходят. Так же и с любым видом деятельности, попробуйте в тестовом режиме, просто ради интереса.

### **Задание**

*Составьте список, чем бы вы хотели заниматься, если бы пришлось уволиться с работы сегодня.*



## **5. Техника «Цель – антицель»**

Про этот инструмент пишет Елена Резанова, автор книги

«Никогда-нибудь». Иногда сложно понять, чего вы хотите. Понять, чего вы не хотите, намного проще.

### **Задание**

*Составьте список, чем вы точно не хотите заниматься и кем вы точно не хотите оказаться через пять лет. Скорее всего, то, что вы хотите, окажется на противоположном полюсе.*



## **6. Техника «Разбор неудачного опыта»**

Мы часто стыдимся своих ошибок, но на самом деле это один из самых серьезных источников для инсайтов.

### **Задание**

*Вспомните самый сложный и кризисный момент в вашей карьере, выпишите ответы на следующие вопросы:*

*Чему они вас научили?*

*Какие у вас проявились ценности?*

*Какую гипотезу вы протестировали в каждой из этих ситуаций?*

*Какой вывод сделаете на будущее?*

Нет смысла ругать себя. Делайте выводы, чтобы не повторять тот же опыт в другом месте.



## **7. Техника «Колесо карьеры»**

Заполните таблицу. Во втором столбце «Насколько вам это важно» можете использовать обозначения от 1 до 3, где 1 очень важно, а 3 – совсем неважно. А в третьем столбце используйте 10-балльную шкалу, где 10 максимальное значение (полностью доволен), а 1 – совершенно недоволен.

ОПРЕДЕЛИТЕ, КАКИЕ ФАКТОРЫ ДЛЯ ВАС ВАЖНЫ	НАСКОЛЬКО ВАМ ЭТО ВАЖНО	НАСКОЛЬКО ВЫ ЭТИМ ДОВОЛЬНЫ НА ТЕКУЩИЙ МОМЕНТ
КАРЬЕРНЫЙ РОСТ		
УРОВЕНЬ ЗАРПЛАТЫ		
ОТНОШЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВЕ		
ЛОКАЦИЯ		
БАЛАНС РАБОТЫ И ЛИЧНОЙ ЖИЗНИ		
ИНТЕРЕСНЫЕ ЗАДАЧИ		
ГРАФИК РАБОТЫ		
СТАТУС		
КАКИЕ ВАЖНЫЕ ФАКТОРЫ СЕЙЧАС НЕ РЕАЛИЗУЮТСЯ?		

**Рис. 4. Колесо карьеры**

Если вы поймете, что какой-то фактор для вас более значим, например, оценивая карьерный рост, вы поставили 10, а реализован он у вас на 2, то скорее всего будете переживать это очень болезненно. Поищите подобные сочетания, где фактор значим, но слабо реализован. Это и будет то, на чем вам сейчас надо сфокусироваться.

Далее необходимо определить ваши мотиваторы и ценности. Речь об устойчивых конструкциях, которые закладываются в детстве и эволюционируют в процессе жизни. Наши

ценности – это глубокая часть самоидентичности каждого человека, включающая высокую степень осознанности, анализ и рефлекссию своего опыта. Как ваши ценности вписываются в вашу работу, профессиональную реализацию? Может быть, есть одна–две ценности, которые вы можете выделить. Например, для вас важен баланс «личная жизнь/работа» или чтобы компания своей деятельностью не наносила вред окружающей среде? Когда вы составите список ценностей, вы можете проранжировать их, чтобы понять, от чего вы могли бы отказаться, а какие, наоборот, поставите в приоритет.

Ответьте на вопросы.

- 1) Какие ваши ключевые ценности?
- 2) Как они влияли на ваши карьерные решения?
- 3) Когда я чувствовала себя несчастной и почему? Чего настолько важного мне не хватало?
- 4) Что для вас важно на текущий момент?

Один из самых важных этапов при выборе карьерного пути – это определение своих сильных сторон в карьере. Знание этих сторон и их осознанное использование сильно повышает уровень энергии и, соответственно, ваши результаты, а также улучшает вашу удовлетворенность. Мы будем говорить об этом в отдельной главе, но здесь тоже важно упомянуть, как вы можете уже на этапе подготовки изучать эту часть себя.

**Вопросы, которые помогут сформулировать свои сильные стороны.**

- Чем я отличаюсь от коллег по работе?
- Что ценят во мне коллеги, руководители, клиенты?
- Какие у меня достижения, что привело к ним?
- Какие качества и компетенции лежат в основе моих карьерных прорывов?
- Какие компетенции больше всего влияют на результат моей работы?
- Почему выбирают меня?

Важно развивать сильные стороны и не тратить слишком много внимания на слабые.

**Рекомендую посмотреть и пройти тесты,** которые помогут понять, что мотиваторы и ценности говорят о вас, и как они проявляются в важных жизненных решениях.

- Ценностный опросник Шварца.
- Карьерные якоря Шейна.
- Дифференциально-диагностический опросник.

**А также платные инструменты** для более глубокого исследования себя.

- Тест Digital Human, можно делать с кем-то из сертифицированных консультантов.
- Тестирование сильных сторон Gallup. Это международ-

ный тест, который мы можем закупить для себя и пройти. Он стоит порядка \$65, плюс для более полного понимания и возможности внедрить в свою работу разбирать его лучше со специалистом.

- Тест Hogan. Он подходит руководителям и топ-менеджерам для глубокой оценки сильных и слабых сторон, а также мотиваторов. Сам тест стоит порядка \$250–300, а его разбор – 20–30 тысяч рублей в зависимости от того, кто делает.

Итак, вы собрали всю информацию о себе и думаете: а что дальше? Предлагаю начать мыслить, как Джек Траут – один из авторов маркетинговой концепции «позиционирования». Суть концепции в том, чтобы выделиться и закрепиться в сознании потенциальных клиентов (тех, кто вас нанимает или будет повышать по карьере). Исследование себя поможет вам отыскать свою уникальность. Она как раз состоит из сочетания ваших сильных сторон, мотиваторов и ценностей.

Попробуйте сложить все, что вы про себя узнали, в некий портрет. Подумайте, для какого профессионального вызова именно вы идеальный кандидат? Например, я креативная и очень быстрая, обладаю большим управленческим опытом и насмотренностью, то есть очень сильна для внедрения в компанию новых концепций и могу выступать внутренним консультантом. При этом я совершенно бесполезна в скучных операционных задачах и быстро теряю к ним интерес. Правильный выбор вызова – ключ к успеху в карьере. Пере-

станьте притворяться. Если вы хороши в шторме, то выходите в море, а не сидите на берегу!

*Если вы хороши в шторме, то выходите в море, а не сидите на берегу!*

## **Какие есть варианты на рынке труда?**

В начале главы мы говорили про Product Market Fit, который состоит из продукта и рынка. С продуктом мы разобрались. А что с рынком?

Я бы разделила рынок профессиональной реализации на два больших поля:

- работа на себя;
- работа на компанию.

Сначала поговорим про карьеру в компаниях, а в конце главы я изложу важные моменты при работе на себя, так как для многих эта тема сейчас достаточно актуальна.

Многие мечтают попасть в хорошую компанию. Но как определить, хорошая она или нет? Все просто. Посмотрите, сколько лет организация на рынке, насколько она стабильна, вкладывается ли в персонал, в research (в продукты будущего). Например, IBM, где я работала последние 20 лет, каждый год выигрывала конкурс по количеству патентов. Компания серьезно вкладывается в исследования, и ее позиции в будущем хорошие.

Важен размер компании. Как правило, крупные могут

позволить себе создавать лучшие условия для сотрудников. Значение имеет и репутация (скандалы, новости, отставки), а также белая зарплата и соцпакет, места в рейтингах лучших работодателей, узнаваемость бренда компании.

При этом нужно помнить, что не стоит выбирать место работы только по предлагаемой заработной плате. Это так не работает. Должно быть интересно, вы должны понимать философию компании, ее принципы, чтобы свериться со своими ценностями и вписаться в коллектив, а не быть белой вороной.

## **Типы компаний**

Ориентироваться на рынке труда поможет знание типов компаний. Вы можете проанализировать свой предыдущий опыт, пропустив его через этот фильтр, и понять, что вам нравилось или нет в работе на компанию определенного типа. И быть может, вам захочется попробовать что-то совсем другое.

1) Госкорпорация или госслужба. Какие особенности? Много правил и бюрократии. Достаточно высокая стабильность. Многие вещи решаются «по благу». Зарплата, как правило, невысокая.

2) Стабильная коммерческая компания. Зарплата обычно в рынке, есть возможности роста. Много зависит от руководителей в компании и корпоративной культуры.

3) Растущая компания или стартап. Что отличает такие

компании? Высокая скорость процессов, поэтому важна ваша гибкость. Больше риска, но зато стартап может выстрелить. Здесь почти наверняка будет отсутствие баланса, придется чем-то жертвовать. Когда компания растет, набирает обороты, кажется, что вы ухватили удачу за хвост, и вот-вот посыпятся огромные деньги. Но любая бизнесовая идея имеет срок годности, и вы вдруг можете обнаружить, что рынок перенасыщается, и уже надо искать новую идею. И такой круговорот процессов происходит непрерывно.

4) Международная компания. Понятно, что сейчас с международными компаниями не все так просто: кто-то ушел с рынка, но рынок не исчез полностью. Все самые интересные вещи в международной компании обычно происходят в штаб-квартире, то есть не в России. Например, в штаб-квартире разработали новую стратегию и вам спустили. Соответственно, в России вы будете максимум «умными ручками», но это ценный опыт, потому что вы берете все лучшие практики зарубежных компаний, что дает вам преимущество в дальнейшем при трудоустройстве в российскую компанию. Платят в западных компаниях нормально, не баснословные деньги, но более-менее по рынку, на который они ориентируются при найме.

5) Российская компания. Многое зависит от владельца, лидера компании. В таких структурах часто бывают «болезни менеджмента», когда руководитель с какой-то спецификой, то это прорастает внутрь компании. Поэтому смотрите

на лидера: либо на владельца, либо на CEO, а также на топ-менеджмент, потому что они будут задавать неформальные правила игры, и что-то может подходить вам, а что-то нет.

б) Семейная компания. Более тесные и теплые отношения в коллективе. Как правило, работают родственники владельца, из-за этого некоторые решения могут приниматься не из бизнес-интересов. Часто у семейных компаний чуть более ограниченный масштаб, но зато более комфортные отношения, более сплоченный коллектив.

## **Задание**

*Выпишите ответы на вопросы.*

*В каких типах компаний вы уже работали?*

*Где вам понравилось или не понравилось?*

*Где бы вы хотели строить карьеру дальше?*

## **Структура рынка труда**

Предлагаю также посмотреть на рынок труда с точки зрения его структуры, чтобы вы могли ставить более точную цель на своем карьерном пути. Я делю компании на четыре лиги.

**Первая лига** – это компании, куда все стремятся. Они обладают сильным брендом, хорошей командой управленцев и обычно инвестируют в обучение сотрудников. Поработав в таком месте специалистом, можно стать руководителем в компании более низшей лиги. Это, кстати, вполне хороший

карьерный шаг.

**Вторая лига** – тоже неплохие компании, хотя уже не топ. Набравшись опыта в них, можно перейти в первую лигу, но, как правило, без повышения по должности. В этих компаниях есть свои бизнес-процессы, специфические подходы к тому, как они выстраивают работу с персоналом. Но все как будто еще «не отполировано».

**Третья лига** – компании, которые догоняют остальных. У них точно не все процессы хорошо налажены. Как правило, там есть один–два человека, на которых все держится, но есть явные дыры в управлении персоналом. Слабый кадровый состав, несовершенные практики управления. Работают в серую или черную. Опыт работы в таких местах не особо ценится на рынке.

**Четвертая лига** – это Underdog, так называемые аутсайдеры, часто стартапы. То есть они не знают, получится ли из этого бизнес, но легко и с азартом тестируют гипотезу. Они размышляют так: «Мы сделаем, а если кто-то захочет купить идею – заработаем миллион. Но это не точно».

Если вы идете в эту лигу, то идете протестировать чью-то гипотезу. В чем еще минусы? Гипотеза может не сработать, и, соответственно, при поиске новой работы вам придется объяснять, чем вы занимались, потому что стартап обычно на начальном этапе не имеет бренда. Но есть хоть и призрачный, но все же плюс – любой стартап может стать новым Amazon. Вы можете попасть в точку дикого роста и взлететь

вместе с компанией в разы. Да, этот опыт не всегда легко продать на рынке, но риск – дело благородное.

Наименее рискованная стратегия – путешествовать между первой и второй лигами, ниже не опускаться. И можно иногда, если есть желание, амбиции, а также если вас покорили предложением, – пойти в стартап. Но понимая все риски, без иллюзий. Что бы я точно не рекомендовала, так это работать в компании третьей лиги. Это скучно и часто бесперспективно. Этот опыт может потом быть никому не интересен.

## **Отделы в компаниях**

В какой-то момент я столкнулась с тем, что у людей достаточно обрывочные представления о том, как выглядит структура компании и какие бывают отделы. Поэтому расскажу, какие отделы существуют и какие должности можно в них занять.

## **Отдел продаж**

**Задача:** генерить прибыль.

Как правило, продавцы по типуажу активные и коммуникабельные работают на результат. В продажи лучше идти туда, где более дорогой продукт. Такие продажники могут выстраивать большие карьерные пути и становиться гендиректорами в крупных компаниях. Есть вариант перейти в отдел обучения и развития, то есть в HR, и стать тренинг-менеджерами или бизнес-тренерами. Это один из довольно популяр-

ных вариантов развития.

## **Отдел маркетинга**

**Задача:** продвинуть товар, услугу или бренд компании.

Маркетологи обычно хорошо общаются, понимают инструменты продвижения и выстраивания бренда, умеют организовывать мероприятия и их взаимодействие. Маркетинг бывает разный, например, есть аналитические направления в маркетинге и digital. Здесь пригодятся люди с более аналитическим складом ума. Наивысшая позиция в маркетинге – это директор по маркетингу. Из директоров по маркетингу тоже иногда получают генеральные директора, но не так часто, как из продаж.

## **Отдел HR**

**Задача:** работа с персоналом.

Внутри HR много профессий и они очень разные. Но если вам интересно работать с людьми, психология, мотивация, процессы и эффективность, то это может быть ваша тема. Должности: рекрутер, специалист по КДП, менеджер по персоналу, HR бизнес-партнер. Высшая ступень развития HR – это, как правило, HR-директор.

## **Отдел финансов, бухгалтерия, казначейство**

**Задача:** решать финансовые вопросы компании в широком смысле слова.

В любом из этих направлений у человека ярко выраженные математические способности, любовь к цифрам и анализу. Какие здесь бывают должности? Финансовый аналитик, бухгалтер, специалист казначейства, финансовый контролер. Наивысшая стадия развития – это финансовый директор. Финансовые директора редко становятся гендиректорами. Для этого отдела базовое образование всегда финансовое или экономическое.

### **Отдел закупок**

**Задача:** закупить для компании что-то по самым выгодным ценам, провести сравнение поставщиков, отследить, что они все выполнили по договору и так далее.

Здесь ценятся педантичные и структурированные люди, которые любят сравнивать и хорошо разбираются в документах. Надо любить процессы и понимать их важность, например, важность тендерной истории. С точки зрения повышения по должности есть вариант стать директором по закупкам. Такой человек может стать гендиректором, если основная деятельность компании – закупка.

**Отдел логистики** (есть не во всех компаниях, зависит от сферы деятельности)

**Задача:** оптимально доставить из точки А в точку Б товары, грузы и так далее.

У сотрудника должна быть хорошо развита логика и по-

нимание взаимосвязей цепочки поставок, как ее оптимально организовать. Должности: логист, экспедитор, менеджер по ВЭД.

## **Административный отдел**

**Задача:** поддерживать работу в офисе. В этом деле важна ответственность, исполнительность, хорошая коммуникация.

Многие карьеры начинаются именно с ассистентских позиций и дальше можно передвигаться в другие отделы в зависимости от сильных сторон и образования. Какой здесь лайфхак? Можно пойти ассистентом в один из перечисленных здесь отделов и дальше расти внутри этого отдела. Точка входа ассистента отдела в целевом отделе – отличная карьерная стратегия. Должности в административном отделе: секретарь, офис-менеджер, ассистент, секретарь на ресепшн.

## **Юридический отдел**

**Задача:** защитить компанию от юридических ошибок и организовать работу, опираясь на нормы действующего законодательства.

Должности – юрист, юрисконсульт. Здесь высший эшелон – это директор по юридическим вопросам или юридического отдела. Опять же, практически не встречала, чтобы они становились гендиректорами. Мне кажется, это люди типажа «серый кардинал». Они обычно занимают какую-то

важную позицию при гендиректоре. Для этого отдела базовое образование всегда юридическое.

## **Проектный офис**

Он есть не везде. Сотрудники там занимаются ведением сложных крупных проектов для компании. Должности: координатор проектов, менеджер проектов, программ-менеджер. Соответственно, директор проектного офиса – это высшая роль.

## **IT-отдел или отдел разработки**

*Задача:* поддерживать бизнес с точки зрения IT (если это не IT-компания, но у нее есть IT-отдел).

Минимум – отдел техподдержки, максимум может быть своя разработка или свой IT-продукт. Должности: специалист техподдержки, разработчик, системный администратор. В IT нужно четко взвешивать риски, потому что там плохой порог входа для новичков. Все хотят брать опытных сотрудников – как минимум сеньоров (старших разработчиков), потому что его производительность может быть в сорок раз выше, чем у условно средненького джуна (младшего специалиста). Для этого отдела базовое образование чаще математическое или IT.

## **Перспективные направления на рынке труда по моему мнению**

- IT-профессии. На мой взгляд, лучший вариант. Им отлично платят, но нужно идти при условии, что вам это интересно. Должности: тестировщики, программисты, системные или бизнес-аналитики, аналитики данных, UX/UI-дизайнеры, менеджеры по продукту.
- IT + медицина – классное сочетание. Это очень интересное направление на будущее.
- Автоматизация и цифровизация классических индустрий – тоже супертренд.
- Продажи и любая лидогенерация востребованы всегда. Если у вас есть талант продавать или создавать спрос на что-то – это всегда будет актуально.

## **Работа на себя**

Если корпоративный путь – это не ваше, всегда можно уйти во фриланс или предпринимательскую деятельность. Здесь, как и везде, есть свои плюсы и минусы, но если вы разобрались с вопросом из первой части этой главы – напомню, он звучал «кто вы?» – думаю, сомнений станет меньше.

Важно правильно определить момент, когда уходить работать на себя. Здесь все просто – когда вы действительно хорошо придумали и обсчитали бизнес-модель своей новой профессии. Когда вы видите, что она с высокой степенью вероятности может вас обеспечить, и вы уверены, что вашего интереса к профессии хватит надолго.

## Какие есть варианты?

**Консультирование.** Можно совмещать с основной работой. Консультирование может быть как источником дополнительного дохода, так и самостоятельной профессией. Если вы умеете решать одну проблему, но очень хорошо, и она вам важна, из этого можно сделать практику. Это как раз то, что делаю я с карьерным консультированием. Хороший консультант все время учится. Необходимо будет постоянно вкладываться в свое образование, финансово и другими ресурсами. Подумайте, как будете привлекать клиентов. В идеале, конечно, надо разработать источник трафика. Например, это может быть блог в социальных сетях, или, возможно, в вашем случае хорошо пойдет сарафанное радио.

**Фриланс.** Это когда эксперт решает работать удаленно на себя. Например, я хорошо делаю презентации в компании. Встает вопрос: «А зачем мне работать в компании? Лучше наберу клиентов и буду делать для них презентации в частном порядке». У вас есть условная база клиентов, с кем вы постоянно сотрудничаете. Возможно, вам даже не надо искать новых клиентов, если у вас, например, есть 15 человек, которые выбрали вас как специалиста и готовы приходить за услугой регулярно. Но нужно понимать, что у вас нет оклада, значит, сколько сделаете работы, столько денег и получите. Приятный бонус, что, имея хороший трафик, можно получать даже больше, чем в найме. Так что после увольне-

ния фрилансеры могут поднять свой доход в несколько раз. Профессии, которые часто работают в таком формате: дизайнеры, SMM-менеджеры, рилсмейкеры и прочие профессии, связанные с соцсетями.

**Предпринимательство.** Самое безопасное – открывать бизнес в той сфере, которую вы изучили за чужой счет. То есть вы работали в найме, а потом подумали: «А зачем я буду отдавать деньги дяде? Пойду и сделаю такое же свое». Это может быть не совсем этично, но по сути это хорошая история.

Также можно попробовать превратить ваше хобби в бизнес. Например, я работаю в найме и веду блог. И хотя блог – это хобби, я на нем зарабатываю. В случае, если я захочу уйти из найма, я могу поднять уровень монетизации с блога и сделать его основным источником доходов.

Бизнес лучше начинать на свои деньги, а не на заемные или чьи-то, например, родственников. Обязательно делайте бизнес-план и просчитывайте риски и сроки окупаемости. О том, как сменить профессию, мы еще поговорим на страницах этой книги, подробно разберем все нюансы, плюсы и минусы.

Теперь у вас есть широкое представление о вариантах профессиональной реализации, чтобы вы могли принять

взвешенное решение относительно своего будущего. Это база, с которой можно переходить к конкретным действиям.

## **Глава 2. Правила составления резюме и отклика на вакансии. Формулировка своих достижений**

### **Продающее резюме**

На пути профессиональной реализации многие спотыкаются на этапе составления резюме и не доходят даже до собеседования в те компании, куда хотят попасть. Поэтому тема резюме одна из самых глубоких и важных в поиске работы.

Резюме – это не перечисление записей из трудовой книжки. Оно имеет более гибкий формат. Задача – продать себя так, чтобы вас пригласили на собеседование. Поэтому всегда держите в голове конечную цель, так вам будет проще не сбиться с правильного курса.

Почему резюме так важно? HR-специалистам нужно оценить релевантность вашего опыта – соответствие требованиям на новом месте. Нанимающие менеджеры чаще всего хотят, чтобы вы уже имели опыт на такой же должности с аналогичными задачами. Им кажется, что это поможет выбрать более подходящего кандидата. На самом деле важна мотивация и компетенции человека, по резюме их невозможно оценить, но можно заметить на собеседовании. Ваша задача – пройти минимальный порог, написать такое резюме, чтобы вас позвали на собеседование, а там вы уже расскажете о своих компетенциях и всех очаруете.

Многие составляют резюме и думают: «Вроде нормально

написал. Все сразу должны понять, что я ценный работник». Но ваши ожидания могут не оправдаться. В среднем у рекрутера на изучение резюме всего пять секунд. Он смотрит по диагонали и ваших формулировок не видит. И только если зацепило, то начинает вчитываться. Важно вызвать интерес к своей кандидатуре.

*В среднем у рекрутера на изучение резюме всего пять секунд. Важно вызвать интерес к своей кандидатуре.*

Около 10 лет я работала в подборе персонала, руководила крупным отделом. Я посмотрела тысячи резюме и провела сотни собеседований, поэтому знаю, на что обращает внимание менеджер. Если вы как рекрутер загляните на HeadHunter, то увидите, что при поиске в резюме отображается чаще всего только последнее место работы кандидата и его фото. Если ваша прошлая работа была не очень, вы срываете себе шансы. Название вашей должности имеет значение. Если оно не соответствует той, на которую вы откликаетесь, это всегда вызывает вопросы. Во-вторых, рекрутер обращает внимание на ваши обязанности и их релевантность.

От чего еще может зависеть, позовут вас на собеседование или нет?

- Фотография.
- Образование.

- Тренинги и обучения.
- Структурированность и подача информации в резюме.
- Логика переходов (хаотичная или по нарастающей).
- Бренды компаний.
- Пробелы в резюме.
- Достижения.
- Ну и конечно, какие-то личные предпочтения по резюме есть и у рекрутеров, и у нанимающих менеджеров. Их невозможно предугадать.

Как мы продаем свой опыт? Во-первых, должно быть, что продавать. Если у вас совсем нет опыта, то надо показать свои личные качества: ответственность, обучаемость, лидерство. Например, можно расписать ваши волонтерские проекты и студенческие активности. Также очень важны структура (об этом дальше), язык и форма. Даже по тому, как вы описываете обязанности, во многом понятно, какие у вас профессиональные ценности.

## **Правила составления продающего резюме**

**Краткость.** Золотое правило – две страницы. Если у вас 15–20 лет опыта, и на 2 страницы он не влезет, можно 2,5–3. Но если вам, к примеру, 25 лет – не пишите резюме на 5 страниц. «Краткость – сестра таланта». Обязанности группируем, их порядок тоже имеет значение. Важно, чтобы были достижения и они были круто сформулированы. Тренин-

ги оставляем только релевантные.

Не перегружайте резюме деталями. В нем должна быть загадка, не надо вываливать все сразу. Если вас пригласят на встречу, у вас будет возможность рассказать о себе подробнее. Ваше резюме должно быть как трейлер, чтобы захотелось посмотреть фильм целиком. Представьте, что вам в трейлере рассказали весь сюжет и концовку, вы пойдете в кино?

**Правдивость.** Я знаю, что у всех кандидатов есть темные места в опыте, это нормально. Резюме – это не исповедь. Помните, какая наша цель? Правильно. Чтобы нас позвали на собеседование. Вы не обязаны свидетельствовать против себя. Врать в резюме или на собеседовании тоже не надо. Оцените сложные моменты вашего опыта, придумайте, как вы можете их позиционировать (без обмана). Всегда есть несколько версий правды. Подумайте, какая версия будет наиболее безопасной для вас.

**Название должности.** Пишите название должности так, чтобы людям, которые это будут читать, была понятна ваша компетенция, какие проблемы вы можете решать для компании. Важна лаконичность и простота изложения. Вы должны сделать так, чтобы ваше резюме было понятно, условно, студенту-второкурснику. Последнее название должности в резюме, как я говорила, крайне важно: в выдаче HeadHunter

это то, что видят рекрутеры. Должность на вашем последнем месте работы, которую вы напишите, будет сильно влиять на то, позовут вас или нет и в качестве кого. Подумайте, ваши обязанности соответствуют названию вашей должности? Возможно, секретарь на ресепшене на самом деле отвечает за личные поручения руководителя, и тогда его уже можно назвать не секретарь, а персональный ассистент. Это уже немного другие перспективы. Придумайте три варианта названия вашей должности и подумайте, что вам выгоднее показать в резюме?

Например, Секретарь / Помощник руководителя / Офис-менеджер / Персональный ассистент / Executive assistant – все эти люди, по сути, делают одно и то же, но зарплаты у них разные. Больше всего будет получать Executive assistant, а ведь между ним и секретарем по задачам не такая большая разница.

Менеджер по персоналу / HR Generalist / HR менеджер / HRBP or HR Бизнес-Партнер. Это должности тоже похожи по функционалу, но есть отличия.

У каждого названия должности есть свой флер, это надо учитывать. Чем более схожа по названию ваша последняя роль в резюме и желаемая, тем больше шансов получить приглашение. Уделите внимание точному и комфортному именно для вас наименованию своей должности. Что лучше всего передаст то, чем вы занимаетесь, учитывая, что вы хотите дальше делать.

Постарайтесь описывать свой опыт так, чтобы он был похож на описание вакансии, на которую вы стремитесь попасть. Думайте про **ключевые слова**. Если посмотреть 10 вакансий, которые вам интересны, там будут повторяющиеся слова. Эти ключевые слова должны быть и в вашем резюме, если вы претендуете на схожие позиции. Именно по ним рекрутеры ищут кандидатов, как по хештегам. При смене деятельности делайте акцент на общее между профессиями в обязанностях.

**Название компаний.** Важно, как вы их описываете. Можно написать, например, ООО «ИБМ ВЕА». Но кто знает, что это такое? А если я напишу «IBM (американский вендор, который продает IT-оборудование)», у всех в голове сразу сложится понимание. Если компания с брендом, она сама себя продает – пишите название бренда. Если его нет, укажите место в рейтинге или масштаб бизнеса. Если вы работаете в группе компаний, которая называется непонятно, но под каким-то брендом ее знают, обязательно в скобках уточните этот бренд. Если компания ноунейм, указывайте бренды клиентов, с кем работали. Например, рекламное агентство (работа с ключевыми клиентами – Nestle, Mars).

**Learning track** (последовательность пройденных обучений) в резюме – это про ваше обучение, образование. Как и в

случае с местом работы, вы начинаете с последнего. Оставьте только релевантное обучение, которое относится к вашей профессии, не надо писать все тренинги. Например, у меня резюме для сферы HR: я в нем не пишу, что проходила курсы по продвижению в соцсетях, это не важно. Пишите все обучения по теме резюме, это показывает, что вы постоянно изучаете новое, повышаете квалификацию. Это всегда большой плюс, потому что вы ищете обратную связь, улучшаете свои навыки и умения. Все мечтают о сотруднике, который с каждым днем становится только лучше, потому что постоянно вкладывается в свое развитие. Не поленитесь и оформите грамотно последовательность обучений в своем резюме.

**Контактная информация.** Обязательно пишем номер телефона сверху, чтобы его не надо было искать. Критично смотрим на свою почту, чтобы это была не koshechka86@mail.ru, а что-то деловое. Вы хотите быть кандидатом, которого запомнили из-за смешной почты или тем, кого возьмут на работу? Обычно это разные люди.

**Фото в резюме.** Оно также имеет значение. Фотография должна быть профессиональная. Если нет достойного снимка, то лучше без него. Критерии: взгляд в камеру, нейтральный фон и крупный план. В идеале – в голубой рубашке и при хорошем свете. Без бокалов, не с корпоратива и не пятилетней давности.

**Рекомендации в резюме.** Часто в конце резюме пишут ФИО, телефон, кому позвонить за рекомендациями. Я бы сказала, что это лишняя информация на начальном этапе. Лучше в конце резюме добавить ссылку на свой LinkedIn и там собрать письменные отзывы.

**Дополнительная информация** в резюме, что писать? Владение языками – пишите. Только не надо писать: «Испанский базовый». Если вы не можете на нем разговаривать и знаете язык на уровне 60 слов, не упоминайте о нем, это вряд ли где-то вам пригодится.

Неплохо заходят спортивные достижения, потому что это показывает, что вы умеете идти к цели. Пишите ключевые небанальные качества, но не «коммуникабельный и ответственный», это уже прошлый век.

## **Приемы для усиления резюме**

### **«Лесенка»**

Если вы росли внутри компании, об этом нужно рассказать в резюме. Если вы начинали со стартовой позиции и дошли до руководящей, это смотрится впечатляюще. Многие этого стесняются, а зря. Покажите, что вы в одной компании за 10 лет выросли аж три раза. Сразу понятно, что вы классный сотрудник, у вас хороший потенциал. «Лесенка» также работает от одного места работы к другому. Если у вас на

трех местах работы подряд одинаковые должности, это смотрится скучно. А если у вас на одном месте работы рекрутер – руководитель подбора – HRD, сразу складывается впечатление, что вы динамичный человек, вы растете, в вас чувствуется сила потенциала. Подумайте, где вы этот прием в своем резюме можете обыграть и показать свой рост.

Странно смотрится резюме, в котором человек пишет в графе должность просто «директор». Это очень опасное слово, кроме официальных должностей (финансовый директор, HR-директор). «Исполнительный директор» или другие директорские названия в резюме многих отпугивают, особенно сочетание: ноунейм компания и должность директора. Получается, это директор маленькой компании, у которого скорее всего большое эго и средняя квалификация, так как он был дженералистом (когда отвечаешь за все, но ничего вглубь не знаешь) на небольшом масштабе. А в крупных компаниях он, может, и не работал. Поэтому десять раз подумайте, писать ли вам слово директор в резюме.

### **«Сильные глаголы»**

Возьмите хотя бы четыре из этого списка и внедрите в ваше резюме:

- оптимизировал;
- отвечал за;
- лидировал;
- увеличил;

- улучшил;
- организовал;
- расширил;
- внедрил;
- добился;
- координировал;
- трансформировал;
- разработал;
- курировал.

### **«Ключевые слова в резюме»**

Рекрутер ищет резюме по ключевым словам из описания вакансии. У рекрутера нет задачи отсмотреть миллион откликов, ему за это не платят. Каждый месяц руководитель подбора мучает его на тему: «Где твои 5–15 закрытых вакансий?» Поэтому ему процесс не интересен, ему нужен результат.

Определите ключевые слова для вакансии, которые вас интересуют. Читая вакансии, думайте, по каким словам рекрутер будет искать кандидатов, и добавляйте их. Первые 2–3 обязанности пишите что-то крупнокалиберное, что покажет масштаб и уровень ответственности, которую вы можете на себя взять. Хорошо заходит что-то типа «отвечаю за направление X в регионе X» или «лидирование направления X», или любое описание вашей зоны ответственности и профессионального вызова. Далее можно написать несколь-

ко стандартных обязанностей, показывающих, что вы владеете всей необходимой для роли базой и глубиной. Это увеличит шансы, что ваше резюме будет выпадать в поиске на HeadHunter. Если вам звонит рекрутер и предлагает вакансию, которая к вам вообще отношения не имеет, это значит, что вообще непонятно, кто вы.

Не пишите больше 7–8 пунктов, это слишком детально, тогда кажется, что вы не умеете мыслить стратегически и будете грузить деталями (исключение – роли, где именно это и нужно).

### **«Резюме на английском»**

Если вы откликаетесь на вакансии, написанные на английском, то и резюме должно быть на английском. Для этого вам надо написать его. Ни в коем случае не переводите уже имеющееся резюме с русского. Я советую сесть и писать на английском с нуля, используя устойчивые выражения из вакансий вашей сферы. И в итоге покажите то, что получилось, носителю языка или переводчику.

### **«Форматирование и орфография в резюме»**

Уделите этому внимание. Неряшливо оформленное резюме отталкивает, особенно если вы претендуете на позиции, где важна аккуратность. В резюме должен быть одинаковый шрифт, отступы, знаки препинания и пробелы. Проверяйте на опечатки и используйте буллиты для обязанностей и

достижений, чтобы была хорошая читабельность. Аккуратное резюме вызывает доверие. После того как напишете суть, уделите внимание форматированию.

### **«Форматы резюме»**

Самый привычный – формат HeadHunter. Также можете хранить резюме в PDF, там сохраняется форматирование, даже если его смотрят с телефона. Формат RTF я бы не рекомендовала. Если отправляете резюме на почту, то в Word или PDF. Для поиска по ключевым словам в системах рекрутинга лучше подходит формат Word. Формат PDF позволяет сделать более стабильную и красивую верстку резюме. Можно отправить резюме сразу в двух форматах.

Необычные шаблоны применимы, скорее, для креативных профессий, но не для классических. Можно использовать инфографику в умеренных форматах. Есть такой ресурс Novoresume, там достаточно сдержанные шаблоны с элементами инфографики.

И не забывайте, наличие резюме нужно для того, чтобы «продать себя», чтобы вас пригласили на собеседование, а на нем уже грамотно презентовать себя!

### **Достижения в резюме**

Достижения в резюме – это отличная возможность ярко выделиться среди прочих кандидатов, так как лишь небольшая их часть способна сформулировать, какой результат они

дают своему работодателю.

Я знаю, что у многих возникают проблемы с описанием своих достижений. Надеюсь, что этот раздел главы про резюме поможет вам подойти к этой теме структурированно.

Три важных вопроса, которые нужно себе задать по этой теме.

- 1) Какую ценность вы создаете для бизнеса, находясь на своей роли?
- 2) Что было бы, если бы вас не было в компании?
- 3) Что важного не случилось бы в компании, если бы вас не было?

Непонимание своей ценности для потенциального работодателя мешает презентовать и продавать себя на собеседовании. Поэтому, если вы заранее сформулируете свои достижения, то и на собеседовании вам будет проще.

Прямо сейчас возьмите ручку и блокнот или откройте заметки в телефоне и выпишите все, что вам приходит в голову, отвечая на следующие вопросы.

- Оглядываясь назад, чем вы можете гордиться (любые идеи)?
- За что вас хвалили коллеги или руководители?
- Над чем вы трудились и даже «ночевали» на работе? Когда вы задерживались ради чего-то, это же было что-то важное и ценное. Вспомните, может быть, из этого можно тоже сформулировать достижения.
- Что вы оптимизировали или привели в порядок? Если

вы что-то наладили, и процесс стал наконец работать – это большое достижение.

Накидайте себе такой список идей, которые вы дальше сможете докручивать, превращая в достижения.

Используя следующие четыре приема, подумайте, как вы можете упаковать их.

1) Покажите цифры. Цифры в достижениях – это самый классный прием, который только может быть. На сколько процентов вы повысили какой-то показатель? «На 150% реализовано выполнение плана продаж». Сразу реакция: «Вау! Круто!» Если вы можете какие-то показатели выразить в денежном эквиваленте – это отлично смотрится в резюме, показывает масштаб бизнеса, в котором вы работаете, и ваш вклад в бизнес-результаты вашего работодателя. Например: на один млн долларов снижены затраты на внешних поставщиков. Я знаю, что многие скажут: «У меня никаких нет». Если нет, то идем дальше. А если есть хотя бы одно достижение, попробуйте переупаковать его с цифрами.

2) Покажите себя через сложность. Вместо достижений иногда можно описать проекты, в которых вы участвовали. Таким образом, показывая сложность проекта, вы показываете свою ценность как кандидата. Опишите выполненные задачи, их сложность и вашу роль. Вы продаете себя через трудности и кризисы, с которыми справились.

3) «До и после». Если у вас процессная работа, то можно подумать, что же вам удалось изменить и наладить. Оптимизировал процесс, улучшил производительность, внедрил что-то новое, что повысило эффективность. Когда вы описываете до и после, обязательно указывайте, что вы сделали и как это повлияло на компанию. То есть что это дало руководителю, как это повлияло в итоге, условно, на выручку.

4) Подумайте, на что вы влияете? Что стало работать лучше с вашим приходом? Как вы этого добились? Старайтесь раскрыть эту мысль. Потому что часто в достижениях кандидат пишет: «Выручка выросла на 150%». А что он для этого сделал?

Давайте рассмотрим пример: вы пишете в резюме «выручка компании увеличилась».

Какие вопросы и мысли возникают у читающего резюме? Первая реакция – раздражение. Потому что нет деталей, ничего не понятно. Это все равно что сказать «пошел дождь».

Вторая реакция – это не похоже на достижение, а, скорее, констатация факта.

Сразу хочется спросить: «На сколько увеличилась выручка и за какой срок? Что кандидат для этого сделал?» Может быть, человек к этому отношения не имеет, просто рынок вырос.

Как правильно? «Успешно увеличил выручку компании

за счет таких-то действий за такой-то период и на столько-то процентов». Это будет выглядеть более профессионально.

При написании достижений отвечайте на вопрос: «Что позволило компании вырасти, и благодаря чему компания смогла добиться определенных результатов». Этим вы показываете, что мыслите на стратегическом уровне. То есть понимаете, что вы сделали и как это повлияло на успешность компании.

Что если «достижений совсем нет»?! Такого не бывает. Копайте глубже. Вас же зачем-то держали на работе. Ищем вдохновение в интернете, вбивайте «пример достижений» и название своей профессии. Там много всего можно найти. Вы можете от этого оттолкнуться и продолжать искать что-то свое. Не сдавайтесь! У вас сто процентов есть то, чем можно гордиться.

### **Глава 3. Каналы поиска работы. Нетворкинг как инструмент поиска работы**

#### **Каналы поиска**

Многие мои клиенты приходят на консультацию со словами: «Ищу работу на HeadHunter, но ничего не получается». Так вот, HeadHunter – это лишь маленькая часть рынка существующих вакансий. Есть так называемый теневой рынок, где вакансии распределяются благодаря личным знакомствам (нетворкингу). Соответственно, эти вакансии до HeadHunter просто не доходят. Хорошо, что есть масса дру-

гих каналов, которыми можно воспользоваться для поиска работы. И в этой главе я расскажу, как эффективно их использовать. Но сначала немного о том, что такое стратегия поиска работы.

Многие кандидаты ведут поиск бессистемно: где-то поспрашивали, откликнулись на пару вакансий на сайте, сходили на собеседование и успокоились. Но я убеждена, что поиск работы – это тоже работа, и ее надо выстраивать системно. У вас должна быть стратегия поиска. Это конкретный, прописанный на бумаге (или в файле) план, как вы будете искать работу. На практике я вижу, что такой подход дает более быстрый и качественный результат.

В стратегию входит четкое понимание, какие каналы вы будете использовать в рамках своего поиска и как вы будете это делать. С этим важно определиться на берегу, чтобы не тратить силы на мониторинг всех каналов, потому что сайтов и ресурсов, где можно искать работу, очень много. Важно определить, какие работают именно для вас.

### **Какие каналы поиска есть:**

- 1) рекомендации;
- 2) поиск и отклики на HeadHunter;
- 3) группы в Facebook<sup>4</sup>;

---

<sup>4</sup> Мета признана в России экстремистской организацией и запрещена на территории страны. Принадлежащие ей социальные сети Facebook и Instagram заблокированы в России (здесь и далее в тексте).

- 4) Telegram;
- 5) поиск на LinkedIn;
- 6) Boolean search;
- 7) кадровые агентства;
- 8) Glassdoor;
- 9) отклик через сайт компании.

Отдельно мы подробно разберем канал – нетворкинг, но сначала поговорим про каждый из вышеперечисленных.

## **Рекомендации**

В каждой крупной компании есть так называемая программа рекомендаций. Это значит, что сотрудников просят рекомендовать на вакансию кого-то из знакомых. И если вы проходите конкурс и вас нанимают, то ваш друг получает за это деньги. В целом, ваши знакомые могут быть заинтересованы в том, чтобы рекомендовать вас в своей компании и по другим причинам. Например, личная симпатия или условный бартер (услуга за услугу). Не стесняйтесь пользоваться этим источником. Если вы понимаете, что у вас есть 25 друзей, которые работают в интересных для вас компаниях, попробуйте узнать, есть ли у них программа рекомендаций, и готовы ли они предложить вас в качестве кандидата на вакансии в своей компании.

Для начала определитесь, какие вакансии вам интересны и составьте резюме, которое будет выгодно вас представлять именно на эти вакансии. Как у письма должен быть индекс,

так и вы должны четко указать: куда, в какой отдел, на какую позицию. Обращаясь к друзьям, обозначьте конкретный отдел и вакансию, которая вас интересует. Просто рекомендации из разряда: «у меня есть друг Петя, возьмите его на работу» – в больших компаниях не работают.

Друзья – это ваши лучшие амбассадоры, так как они знают ваш потенциал, а работодатель к «своим людям» обычно прислушивается. Поэтому этот канал может очень хорошо сработать. Если вы нашли подходящую вакансию на HeadHunter, я бы советовала не отправлять отклик сразу, а вспомнить, есть ли у вас знакомые, которые могут провести вас в эту компанию через «заднюю дверь» (по рекомендации, минуя поток откликов).

Дело в том, что по каналу рекомендаций заходит небольшое количество кандидатов, а с HeadHunter на одну вакансию в день может упасть около 200 откликов. Так вы встаете в разные очереди: рекомендации – это короткая очередь, а отклики на HeadHunter, соответственно, самая длинная. Вы можете быть 151-ым, а на 150-ом вакансия закрывается. Поэтому, когда найдете подходящую вакансию, подумайте, по какому каналу вы можете наиболее эффективно передать свое резюме. И если есть возможность, обязательно используйте канал рекомендаций, чтобы миновать длинные очереди.

## **Facebook**

Один из хороших каналов поиска работы – это группы в

FB. Есть профессиональные группы, в которых размещают вакансии. Например, для эйчаров – это «HR Hub». Такие хабы есть не только по HR-вакансиям, но и по финансовым, юридическим и т.д. Ищите группы по вашей вакансии. Там, как правило, объявления размещают не HR, а любой другой сотрудник компании, например, финансист или юрист. В переписке вы можете задать вопросы, написать что-то про себя, то есть вход уже не так обезличен, как отклик на HeadHunter. На FB, например, рекрутер может дать свою почту напрямую.

В группах также можно выложить свое резюме и написать какое-то мини-сопроводительное письмо. Пользуйтесь этой опцией, она работает.

## **Telegram**

В Telegram много полезных групп на тему карьеры и поиска работы. Можно искать группы как прямым поиском в Telegram, так и через поисковые запросы в Яндексе. В последнем есть рейтинги и каталоги полезных каналов по темам. Ваша задача найти 3–5 целевых канала именно для вашего профессионального направления и следить за интересными вакансиями там. Плюс в том, что часто в описаниях вакансий есть прямая почта рекрутера, а это ускоряет ваш путь в компанию. Группы в Telegram – это один из источников поиска вакансий, который я рекомендую, помимо сайта HeadHunter.

## Поиск LinkedIn

Тоже классный канал, больше, конечно, для вакансий на английском или для вакансий в международных компаниях. Он интегрирован с работными сайтами. Можно найти вакансии, которых нет на HeadHunter. Можно искать руководителей и рекрутеров из целевых компаний, знакомиться с ними и отправлять им резюме напрямую. LinkedIn изначально придумывалась как платформа по нетворкингу для профессионалов. Но чтобы LinkedIn работал, у вас должен быть классно оформленный профиль. После этого вы можете начать взаимодействовать и заниматься нетворкингом с людьми из других компаний. Добавлять в друзья кого-то, соединяться с теми, кого вы уже знаете, и находить новые полезные контакты.

На LinkedIn также есть опция поиска вакансий. Там размещают вакансии компании, в основном, международные. Особенно актуален этот канал, если вы рассматриваете возможность релокации или ориентированы на международные компании. Это хороший способ пассивного просмотра рынка вакансий, если у вас уже есть богатый и интересный опыт.

LinkedIn не подойдет тем, у кого еще нет сложившегося бренда на рынке труда, нет крутых мест работы. Вам пока нечего продавать и откликов, скорее всего, не будет. Но я считаю, что все равно лучше завести профиль на LinkedIn, и вы можете начать добавлять тех, с кем работали, взаимо-

действовали, собирать рекомендации и выстраивать базу для того, чтобы в будущем получить хорошие предложения о работе. Я, например, в LinkedIn получила свое предложение о работе в IBM. Меня нашли, пригласили на собеседование, и все получилось. Так же случилось с Gett, куда я вышла как Head of HR.

## **Поиск на HeadHunter**

Конечно, это самый популярный ресурс для белых воротничков. Но он хуже работает для руководящих позиций. Например, если это какая-то сфера, где высокая конкуренция и много кандидатов, то через отклики сложно будет найти работу. Сайт HeadHunter подходит, если у вас релевантный опыт. Но если вы меняете сферу труда, то этот канал, скорее всего, не самый лучший. На HeadHunter любят кандидатов, у которых уже есть тот опыт, который требуется.

HeadHunter точно один из каналов, которые вы будете использовать в поиске работы – важно, чтобы он был не единственным.

## **Отклик на HeadHunter**

В TikTok у меня было видео, которое залетело в рекомендации и его посмотрело 500 тысяч человек. В этом видео я говорю: «Никогда не откликайтесь на HeadHunter». И всем разорвало голову: «Как так не откликайтесь? Почему?» Дело в том, что вы видите эту историю только с одной стороны –

со стороны соискателя на должность.

А вот как видят это HR. Рекрутер разместил вакансию. Ему не нужно отсматривать всех откликнувшихся кандидатов и даже нет стремления найти самого лучшего. Поверьте, его задача – максимально быстро закрыть вакансию и перейти к следующей, так как ему в месяц нужно закрыть 10–20 вакансий. Он открывает вакансию, собирает подборку кандидатов из откликов в первые дни. Далее передает их бизнесу. Бизнес смотрит и дает задание организовать и провести собеседование. Все. В это время рекрутер уже не смотрит новых кандидатов, так как надеется, что из первого списка кто-то выстрелит. Следующий раз, когда рекрутер снова пойдет смотреть отклики, будет через пару недель и только в том в случае, если ни один кандидат не подойдет.

На HeadHunter приходит много нерелевантных откликов, и рекрутеры часто на них вообще не рассчитывают. Они вводят поисковой запрос, находят кандидатов, которые точно подходят, и назначают собеседование. Зная это, становится понятно, что намного важнее, чтобы ваше резюме было проиндексировано, в нем были ключевые слова, по которым вас увидит рекрутер.

Но если вы хотите пользоваться откликами, кто я такая, чтобы вас отговаривать!?! Если вы нашли вакансию мечты, но у вас нет никакой другой возможности попасть в список кандидатов, кроме такого варианта, то, конечно, используйте

те этот канал. В этом случае важно стараться мониторить вакансии таким образом, чтобы ваш отклик на HeadHunter падал в первые 24 часа после размещения вакансии. Если при отправке отклика на HeadHunter у вас есть опция добавить сопроводительное письмо, то пишите кратко. Например, ваши преимущества как кандидата именно на эту должность или опыт запуска аналогичного проекта. Это покажет, что вы читали вакансию и откликнулись осознанно.

## **Boolean search**

Если мы хотим добиться большего, чем средний кандидат на рынке труда, нам надо использовать более сложные приемы. Boolean search – это один из них. Это язык поисковых запросов, который используется во многих поисковиках, в том числе и на HeadHunter. На самом деле, вы Boolean search можете использовать просто в Яндексe. Какие-то вакансии могут быть размещены в совершенно неожиданных источниках. Составьте свой правильный Boolean search запрос. И используйте его не только на HeadHunter, но и просто в Яндексe или в Google. Самые популярные команды – это OR, AND и (). Если мы не знаем окончания слова, то ставим звездочку. Пример, допустим, ищем роль HR Бизнес-партнера. «HR Partner» or «HRBP» and – одновременно с одним из этих двух слов должно быть что-то из этого: IT or Consulting or Pharm\*. Причем мы не знаем, какое будет окончание, поэтому просто ставим в конце звездочку. Если

вы оформите свой запрос, воспользовавшись моим советом, у вас могут выскочить интересные вакансии. Так вы сможете находить то, что другие не находят, и для вас уровень конкуренции снизится. Boolean search можно использовать и при поиске на HeadHunter. Это позволит оптимизировать время на поиск подходящих вакансий.

## **Кадровые агентства**

Еще один из источников, который может принести вам предложение о работе, – это кадровые агентства. Как правило, они берут деньги с работодателя, и не мало – 2–3 зарплаты кандидата. Иногда больше. Здесь важно понимать, что компания готова заплатить не за каждого кандидата. Некоторых они и бесплатно взять не готовы. Как правило, кадровые агентства работают с идеальными кандидатами, с уникальным и востребованным опытом, которых они могут дорого продать. Если у вас хороший опыт и вы хотите расширить список каналов поиска, то полезно дружить с консультантами из агентств (особенно агентств уровня «executive search», если вы претендуете на позиции уровня топ-менеджмента, в прямом подчинении у CEO).

## **Glassdoor**

Еще один интересный ресурс. В основном, на нем размещены вакансии с сайтов международных или зарубежных компаний. Условно говоря, есть 150 международных фирм,

которые представлены во всех странах. Робот Glassdoor собирает информацию с их сайтов и размещает на своей платформе. Вакансия может и не появиться на HeadHunter, но висит на Glassdoor, которая, по сути, собирает информацию с карьерных разделов сайтов компаний. Там же есть много полезной информации на тему обзоров компаний, условий труда, как проходит собеседование, информации о заработной плате.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.