

# Skabelon til opsætning af jobannonce

## Selve opslaget

Konsulenthuset Ballisager har skrevet en god og dybdegående artikel omkring "det gode stillingsopslag".  
<https://ballisager.com/det-gode-stillingsopslag-7-raad/>

De nævner bl.a. formen på et godt stillingsopslag, som også er den form vi, hos Jobdanmark, anbefaler at man læner sig op ad:

- Overskrift:**  
Gør den æggende, vækkende og dækkende. Eller sagt på ikke-journalist-lingo: Relevant, interessant og præcis.
- Manchetten eller underrubrikken (de første 3 linier)**  
Hvem søger? Hvad søger du? Hvorfor søger du? Det er her, du skal sætte en krog i læseren og lige så stille trække ham eller hende i land.
- Introtæksten (de næste 5 linier)**  
Fortæl en lille smule mere om jeres virksomhed og frem for alt om baggrunden for stillingen: Hvorfor er jobbet/profilen vigtig i det store perspektiv? (jep, du er oppe i helikopteren lige nu)
- Hvad kandidaten får - og hvad jobbet går ud på:**  
Beskriv det konkrete job (Opgaver, ansvar, geografisk, leder, tider og andet, der kan beskrive jobbet) og det attraktive ved jobbet (dog uden at oversælge stillingen)
- Hvem kandidaten er:**  
Fremhæv tydeligt, hvilke kompetencer der er hhv. "need to have" og "nice to have"
- Fortæl om jeres virksomhed:**  
Hvis du gerne vil have, at ansøgeren sætter sig ind i din virksomhed (det vil 62% af arbejdsgiverne ifølge rekrutteringsanalysen 2016), så bliver du også nødt til at give et ærligt, autentisk glimt ind bag kulisserne. Og der blev sagt kort. Prøv særligt at fremhæve nogle af de ting, som ansøgeren ikke kan læse sig til på jeres hjemmeside.



jobdanmark®

jysk fynske medier

Kunsten er at få vækket interessen og fastholdt den mulige kandidat i de første 2-3 punkter. Ved de næste to er det afgørende at være præcis i beskrivelsen af selve jobbet og dets indhold samt hvilken kandidat I søger og hvilken kompetencer denne skal besidde. Endelig er det også vigtigt at fortælle om jeres virksomhed og dens værdier samt måske fremhæve nogle punkter som f.eks. en fantastisk frokostordning, sundhedsforsikring for alle eller noget helt tredje.

### **Grafik/billedmateriale til jobannoncering**

En afgørende faktor i online jobannoncering er billedmaterialet. Det er det første potentielle kandidater ser, sammen med overskriften. Derfor bør man være bevidst i sit valg af materiale og sørge for at:

- Billederne repræsenterer jeres virksomhed og særligt den jobtype i søger
- Billedet er opdateret/tidssvarende og af god kvalitet
- Er opsigtsvækkende og iøjnefaldende - det skal skille sig positivt ud.
- Undgå intetsigende stock-pictures

### **Den hurtige løsning**

Har man ikke af den ene eller anden årsag ikke mulighed for lave et længere stillingsopslag med alle de ovenstående punkter, kommer her et bud på en kort model:

- Præcis og dækkende overskrift
- 1-2 linjer om hvem/hvad I søger
- Kort beskrivelse af indhold/ansvarsområder ved jobbet (gerne punktform)
- Kort beskrivelse af den ønskede kandidat (gerne punktform)
- Formalia: Oplysninger på jeres kontaktperson samt mail til ansøgningerne

Som tommelfingerregel kan man sige, at jo mere kompleks stillingen er og jo færre kandidater man regner med der er til stillingen, jo mere skal man tilsvarende gøre ud af sit opslag, og bruge tid på at forklare hvorfor kandidaten skal vælge netop JER. Det gælder især med det jobmarked vi ser i øjeblikket!



**jobdanmark®**

**jysk fynske medier**