

CV w branży kreatywnej

Branża kreatywna jest obok start-upów jedną z najprężniej rozwijających się branż. Dzięki rosnącemu znaczeniu social media w kreowaniu wizerunku firm, pojawiają się coraz to nowe oferty pracy.

W firmach rozrastają się i tworzą działy zajmujące się promocją, reklamą czy też szeroko pojętym marketingiem. Kreatywne CV to sposób, żeby odróżnić się w stosie składanych aplikacji. To również pokazanie swoich umiejętności graficznych, które w branży kreatywnej są bardzo pożądane. Trzeba jednak uważać na to, żeby nie przesadzić i oprócz ciekawych efektów wizualnych, zawrzeć w dokumencie informacje, które są dla rekrutera najważniejsze.

Pokaż to w czym jesteś najlepszy

Jeżeli kandydat aplikuje na stanowisko związane z social media czy online marketingiem w swoim CV powinien zawrzeć link do prowadzonych przez siebie stron i profilu na LinkedIn lub GoldenLine. W krajach Europy Zachodniej coraz częściej kandydaci, którzy nie posiadają profesjonalnych kont na serwisach zawodowych nie są brani pod uwagę w procesie rekrutacyjnym. Rekruter i tak prawdopodobnie sprawdzi Twoje profile w social media. Dlaczego nie ułatwić mu zadania i już w CV podać odpowiedni link?

Kreowanie naszej marki w social media to również ważna umiejętność dla osoby specjalizującej się w branży kreatywnej, dlatego warto chwalić się wypracowanym personal brandingiem już na etapie wysłania CV. Tak naprawdę profil na portalu LinkedIn czy też GoldenLine jest naszym internetowym CV, dlatego staraj się prowadzić go jak najlepiej. Jeśli brałeś udział w ciekawych projektach, napisałeś wartościowe teksty czy poradniki, pokaż wszystkie owoce swojej pracy. Zabieraj głos w ciekawych dyskusjach i bądź aktywny, ponieważ dzięki temu zyskasz szansę na zwrócenie uwagi potencjalnego pracodawcy oraz nawiązania wartościowych relacji biznesowych.

Co z tym wykształceniem?

To zależy. Jeśli jesteś studentem, który jeszcze nie nabył doświadczenia, wpisz kierunek studiów i dodatkową aktywność, jak np. organizacje czy udział w akcjach promujących uczelnie. Jeśli jednak masz już doświadczenie w branży wymień swoje obowiązki i obszary, za które byłeś odpowiedzialny. W Polsce nadal niewiele kierunków studiów w pełni przygotowuje swoich absolwentów do pracy w social media. Jednak fakt ten nie musi stanowić bariery nie do przeskoczenia. Branża kreatywna charakteryzuje się tym, że bardzo dużo można nauczyć się samemu. Jak? Czytając artykuły, analizując case studies, chodząc na konferencje. Oferta kursów i szkoleń jest naprawdę bogata. Dlatego właśnie wykształcenie nie jest aż tak ważne - ważna jest orientacja w trendach, ciekawe pomysły, a nie sam kierunek ukończonych studiów.

Koniec z nudą!

W branży kreatywnej bardzo cenioną umiejętnością są kompetencje związane z grafiką. Prowadząc strony internetowe i konta w mediach społecznościowych tworzysz infografiki i layouty. Warto znać choćby podstawy i najprostsze narzędzia, które ułatwią codzienną pracę. Jeżeli starasz się o stanowisko powiązane z grafiką pokaż rekruterom swoje realizacje w CV. Ciekawie wplecione elementy graficzne do CV będą świetnym wyróżnikiem, który sprawi, że zostaniesz zapamiętany na tle pozostałych kandydatów. Podczas dołączania grafiki i różnego rodzaju efektów wizualnych do aplikacji należy zachować dobry smak i nie przesadzać. CV jest po to, żeby przekazać rekruterowi konkretne informacje. Unikajmy przerostu formy nad treścią.

Jeśli nie czujesz się pewnie w tworzeniu kreatywnej wersji CV, skorzystaj z dostępnych w Internecie możliwości. Bez problemu znajdziesz wiele kreatorów CV i programów, dzięki którym Twoje CV stanie się jeszcze bardziej atrakcyjne.

Trendy w branży kreatywnej zmieniają się bardzo szybko. Już niedługo może być tak, że tradycyjne CV nie będzie już brane pod uwagę, a rekruterzy postawią na wideoprezentację. Jedno jest pewne - jest to branża, która pozwala na więcej i warto to wykorzystać w tworzeniu swojej aplikacji.