

PRŮVODCE OD GENZ CONSULTING

8 věcí, které rozhodují, jestli Gen Z pošle CV

Kariérní stránka je dnes nejlevnější marketing, jaký firma má. Tento průvodce ukazuje, kde firmy nejčastěji ztrácí mladé talenty. A jak to napravit.

Proč tento průvodce vznikl

Gen Z dnes mění pravidla hry na trhu práce. Systémy, které fungovaly na předchozí generace, s ní jednoduše nerezonují. Firmy ztrácí mladé talenty ne proto, že by je neuměly zaplatit — ale proto, že na ně komunikují způsobem, který už nefunguje. A často to začíná hned na kariérní stránce.

PRO KOHO JE TENTO DOKUMENT

HR profesionálové, Talent Acquisition a Employer Branding týmy ve středních a velkých firmách, které si kladou otázku „proč se k nám Gen Z nehlásí“ — nebo „proč odchází dřív, než stihne přinést výsledky“.

NA ČEM STOJÍ

Na každodenní praxi GenZ Consulting. Jsme sami z Gen Z a vidíme, co firmy na svých kariérních stránkách dělají špatně. Nabízíme vám to, co jsme se sami naučili u klientů — aby si to každá firma mohla sama ověřit.

CO SI ODNESETE

Projdete 8 klíčových oblastí kariérní stránky, které rozhodují, jestli Gen Z pošle CV. U každé najdete principy, příklad Ne/Ano a krátký checklist k odškrtnutí. Na konci je kompletní checklist na jedné straně, k vytisknutí nebo uložení do telefonu.



Firmy neztrácí Gen Z proto, že je **složitá generace**. Ztrácí ji proto, že systémy pro ně staví lidé, kteří **nejsou GenZ**.

— TAK TO VIDÍME MY V GENZ CONSULTING

Systémy pro mladé by měli stavět mladí. Následujících 8 oblastí vás provede tím, kde přesně vaše kariérní stránka rozhoduje o tom, jestli Gen Z klikne na „poslat CV“ nebo stránku potichu zavře.

Co vás stojí špatná kariérní stránka?

1. Méně životopisů. Gen Z nereaguje na inzeráty, kterým nerozumí nebo které nevzbuzují důvěru.
2. Horší kvalita kandidátů. Ti nejlepší si vybírají a odpadnou dřív, než vám napíší.
3. Delší time-to-hire. Každý týden bez správného člověka stojí firmu peníze.

01



Název inzerátu

„Pokud junior nepochopí název pozice, CV vám nepošle.“

CO DĚLAT

- Používejte **lidský, srozumitelný název** — třeba „Parťák pro nábor“ místo „Talent Acquisition Specialist II“.
- Pozici pojmenujte tak, aby Gen Z **hned věděla, v jaké oblasti bude pracovat**.
- Vynechte **interní kódy pozic** (REQ-2847, Level 3 apod.). Kandidátovi nic neříkají.
- Zapomeňte na **korporátní žargon**. Píšete lidem, ne personalistům.

NE

Associate Specialist Level II – Talent Operations (REQ-4428)

ANO

Parťák pro nábor – pomůžeš nám najít správné lidi

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Název pozice pochopí i člověk bez HR zkušeností
- ☐ Z názvu je jasné, v jaké oblasti bude kandidát pracovat
- ☐ Neobsahuje žádný interní kód ani level marker
- ☐ Zní lidsky, ne korporátně

02



Popis práce

„Popis práce prodává smysl, ne seznam povinností.“

CO DĚLAT

- Pište **jednoduše a přehledně**, ideálně v bullet points.
- Popište **konkrétní denní činnosti**, ne obecné fráze.
- Ukažte, **co se kandidát naučí během prvního roku** a kam se může posunout.
- Používejte **reálné nástroje a technologie**, ne buzzwordy.
- Formulujte práci přes **smysl**, ne přes stresové faktory.

NE

Hlavní náplní práce je prodej bankovních produktů klientům.

ANO

Pomáháte klientům vybrat bankovní produkt, který jim skutečně dává smysl.

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Popis je přehledný, v bullet points, bez zbytečného textu
- ☐ Obsahuje konkrétní činnosti, ne obecné fráze
- ☐ Zmiňuje co se kandidát naučí během prvního roku
- ☐ Formuluje práci přes smysl, ne přes stres

03



Transparentnost

„Plat, který neřeknete, znamená kandidát, který se nepřihlásí.“

CO DĚLAT

- Uvádějte **plat minimálně v rozmezí**. Junioři často netuší, kolik si říct, a tak raději nepošlou nic.
- **Benefity popište konkrétně a měřitelně**, ne „přátelský kolektiv“ (to nic neznamená).
- Zmiňte benefity, které jdou **ověřit**: dny dovolené, příspěvky, Multisport.
- Popište, **jak vypadá zaškolení a první rok** ve firmě.

NE

Plat odpovídá zkušenostem. Přátelský kolektiv a možnost rozvoje.

ANO

40 000–55 000 Kč dle zkušeností · 25 dní dovolené + 5 sick days · Multisport · 5 000 Kč/rok na vzdělávání

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Uvádíte plat alespoň v rozmezí
- ☐ Benefity jsou konkrétní a měřitelné, ne vágní
- ☐ Popisujete zaškolení a průběh prvního roku
- ☐ Je jasné, co po kandidátovi za rok očekáváte

04



Autenticita

„Reální lidé prodávají líp než stock fotky a pohodlné fráze.“

CO DĚLAT

- Ukazujte **obličeje, jména a role reálných lidí** z týmu, ne jen fotky pracoviště.
- **Krátká videa zaměstnanců**, kde jednoduše vysvětlují svou práci, budují důvěru rychleji než text.
- Používejte **uvolněný, neformální tón**, ale přirozeně, ne strojeně a přehnaně.
- Buďte sami sebou. Gen Z okamžitě pozná, když je komunikace falešná.

NE

Stock fotky usmívajících se lidí v košilích a fráze „jsme jedna velká rodina“.

ANO

Fotky Anny, Petra a Toma z týmu s jejich jmény, rolí a jednou větou, proč u vás pracují.

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Ukazujete reálné zaměstnance (fotka + jméno + role)
- ☐ Máte alespoň jedno krátké video ze zákulisí nebo od zaměstnance
- ☐ Tón komunikace je uvolněný, ale nenucený
- ☐ Nepoužíváte stock fotky ani PR klišé

05



Proces náboru

„Gen Z nechce překvapení. Chce vědět, do čeho jde.“

CO DĚLAT

- Uveďte **kolik kol pohovoru** kandidáta čeká a jakých, ať má jasná očekávání.
- Napište, **jak dlouho celý proces trvá**.
- Řekněte **do kdy nejpozději** se ozvete s odpovědí na přihlášku.
- Uveďte, **s kým se bude kandidát potkávat** a co má u pohovoru očekávat.
- **Minimalizujte povinné úkoly a case studies**. Dávat hodiny práce někam, kam možná stejně nevezmou, juniory odrazuje.

NE

„Po zaslání CV vás budeme v nejbližší době kontaktovat.“ + 5hodinový case study zdarma.

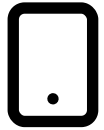
ANO

2 kola: 30 min s HR online, 60 min s manažerem týmu. Celkem do 2 týdnů. Na CV odpovíme do 5 pracovních dnů.

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Je jasné, **kolik kol pohovoru** proces obsahuje
- ☐ Kandidát ví, **jak dlouho celý proces trvá**
- ☐ Je uvedeno, **do kdy se ozvete s odpovědí**
- ☐ Nevyžadujete neplacené úkoly a dlouhé case studies

06



Mobile-friendly

„Gen Z hledá práci na mobilu. Pokud stránka nejede, jste mimo.“

CO DĚLAT

- Kariérka musí **fungovat rychle a kvalitně i na mobilu**. Tam Gen Z hledá nejčastěji.
- Stránka se musí **načíst rychle a nesmí se sekát**.
- **Žádná registrace, žádný účet**. Jednoduchá přihláška přímo na stránce.
- **Formulář je krátký**, bez zbytečných polí. Žádné mega dlouhé rozepisování.

NE

Formulář, co na mobilu nejde vyplnit.
Nahrání CV vyžaduje desktop nebo vytvoření účtu.

ANO

Inzerát a pod ním formulář se 3 poli + tlačítko „Odeslat CV“. Na mobilu za 30 sekund.

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Kariérka funguje rychle a bez seknutí na mobilu
- ☐ Přihláška lze odeslat přímo ze stránky
- ☐ Není nutná registrace ani vytváření účtu
- ☐ Formulář má minimum polí, je krátký a jednoduchý

07



Social proof

„Lidé věří lidem, ne firmám.“

CO DĚLAT

- **Atmoskop recenze** si pohlídejte a nebojte se je na stránce ukázat.
- Ukazujte **příběhy reálných zaměstnanců**: jak přišli, co dělají, co se naučili.
- Zveřejněte **fotky a citáty** lidí z týmu.
- Podpořte důvěru **konkrétními čísly** (třeba kolik % juniorů po roce zůstává).

NE

Seznam 15 log partnerů a certifikací bez jediného příběhu nebo citátu od zaměstnance.

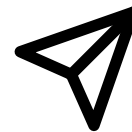
ANO

Tři portréty zaměstnanců s citátem „Začala jsem tady jako juniorka, dnes vedu tým.“ + odkaz na Atmoskop.

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Máte odkaz (nebo embed) recenzí na Atmoskop
- ☐ Ukazujete příběhy konkrétních zaměstnanců
- ☐ Na stránce jsou fotky a citáty lidí z týmu
- ☐ Uvádíte podpůrná čísla (retence, růst, onboarding)

08



Výzva k akci

„Řekněte jim přesně, co mají udělat. Jednou větou.“

CO DĚLAT

- **Jasně a konkrétně** napište, co po kandidátovi chcete. „Pošlete nám životopis.“
- **Jedno tlačítko**, ne pět možností. Žádný výběr z pěti e-mailů.
- CTA musí být **viditelné po celou dobu** prohlížení (sticky bar nebo opakovaný button).
- Po odeslání pošlete **automatickou zprávu s dalším krokem**. Kandidát tak ví, co bude dál.

NE

„V případě zájmu neváhejte zaslat svůj strukturovaný životopis s motivačním dopisem na e-mailovou adresu...“

ANO

Tlačítko „Poslat CV“ uprostřed stránky + ve sticky baru. Po kliku se otevře formulář.

RYCHLÝ CHECKLIST

- ☐ Máte jedno jasné hlavní tlačítko s konkrétní akcí
- ☐ CTA je viditelné po celou dobu prohlížení inzerátu
- ☐ Po odeslání kandidát dostane potvrzující zprávu
- ☐ Text CTA říká přesně co dělat, ne obecně „kontaktujte nás“

Váš Gen Z kariérní checklist

Projděte všechny body. Co máte — nechte. Co chybí — dodělejte. Můžete si stránku vytisknout nebo vyfotit do telefonu.

01 Název inzerátu

- ☐ Název pozice pochopí i člověk bez HR zkušeností
- ☐ Z názvu je jasné, v jaké oblasti bude kandidát pracovat
- ☐ Neobsahuje žádný interní kód ani level marker
- ☐ Zní lidsky, ne korporátně

02 Popis práce

- ☐ Popis je přehledný, v bullet points, bez zbytečného textu
- ☐ Obsahuje konkrétní činnosti, ne obecné fráze
- ☐ Zmiňuje co se kandidát naučí během prvního roku
- ☐ Formuluje práci přes smysl, ne přes stres

03 Transparentnost

- ☐ Uvádíte plat alespoň v rozmezí
- ☐ Benefity jsou konkrétní a měřitelné, ne vágní
- ☐ Popisujete zaškolení a průběh prvního roku
- ☐ Je jasné, co po kandidátovi za rok očekáváte

04 Autenticita

- ☐ Ukazujete reálné zaměstnance (fotka + jméno + role)
- ☐ Máte alespoň jedno krátké video ze zákulisí nebo od zaměstnance
- ☐ Tón komunikace je uvolněný, ale nenucený
- ☐ Nepoužíváte stock fotky ani PR klišé

05 Proces náboru

- ☐ Je jasné, kolik kol pohovoru proces obsahuje
- ☐ Kandidát ví, jak dlouho celý proces trvá
- ☐ Je uvedeno, do kdy se ozvete s odpovědí
- ☐ Nevyžadujete neplacené úkoly a dlouhé case studies

06 Mobile-friendly

- ☐ Kariérka funguje rychle a bez seknutí na mobilu
- ☐ Přihláška lze odeslat přímo ze stránky
- ☐ Není nutná registrace ani vytváření účtu
- ☐ Formulář má minimum polí, je krátký a jednoduchý

07 Social proof

- ☐ Máte odkaz (nebo embed) recenzí na Atmoskop
- ☐ Ukazujete příběhy konkrétních zaměstnanců
- ☐ Na stránce jsou fotky a citáty lidí z týmu
- ☐ Uvádíte podpůrná čísla (retence, růst, onboarding)

08 Výzva k akci

- ☐ Máte jedno jasné hlavní tlačítko s konkrétní akcí
- ☐ CTA je viditelné po celou dobu prohlížení inzerátu
- ☐ Po odeslání kandidát dostane potvrzující zprávu
- ☐ Text CTA říká přesně co dělat, ne obecně „kontaktujte nás“

CO DÁL?

Odškrtnli jste méně než polovinu? Pomůžeme vám.

Nebo prostě nevíte, kde začít.

Pošlete nám odkaz na vaši kariérní stránku

a my vám pošleme rychlý first impression zdarma. Žádné závazky, žádný prodej. Jen zpětná vazba od lidí, kteří Gen Z rozumí.

V GenZ Consulting pomáháme firmám stavět systémy, které Gen Z **přitahují**, **vybírají** a **udržují**. Jsme sami z Gen Z a rozumíme vašemu byznysu. Pokud řešíte i hlubší téma, od trainee programu přes onboarding po workshop pro HR tým, ozvěte se.

NAPIŠTE NÁM

Adam Dalecký

Zakladatel, GenZ Consulting

E-mail adam.dalecky@genzconsulting.cz

LinkedIn [linkedin.com/in/adam-dalecky](https://www.linkedin.com/in/adam-dalecky)

Web www.genzconsulting.cz

Tento dokument vznikl proto, že věříme, že dobrá kariérní stránka je ten nejlevnější marketing, jaký firma má. A že mladým lidem stojí za to rozumět dřív, než odejdou.