



Přišel čas změnit dres? Poradíme, jak na to

Cestovní ruch zažívá dekadentní dobu a pravděpodobně i řada z vás bude muset svůj dosavadní obor alespoň na určitou dobu opustit. Jak jsme z průzkumu zjistili, není pro vás jednoduché se dostat k pracovním pohovorům, převážně u manažerských pozic. Z nějakého, pro vás neznámého důvodu, nebývají uchazeči z oblasti horeca, resp. cestovního ruchu příliš často pozváni do výběrových řízení v jiných segmentech. Ale proč?

Linioví pracovníci s platem do 35 000 Kč hrubého relativně snadno přešli mimo obor a téměř jsme je jako žadatele o práci nezaznamenali. Najdete je v logistických centrech, u rozvázkových služeb, ve službách (např. úklid domácností), ... Na trhu jsou stovky/tisíce manuálních pozic, které jsou stále neobsazeny, hodně ve výrobě (např. v automobilovém průmyslu – více na stránkách www.dream-job.cz), zde tedy šance určitě jsou...

Nicméně u manažerských profilů to opravdu není tak jednoduché. Často dostáváte automatické odpovědi (někdy žádné), málokdy z vás se dostane na osobní pohovor. Říkáte si, že je možná něco špatně – CV, prezentace, či obecné vnímání vaší profese?

Pojďme si jednotlivé body rozebrat. Začnu obhajobou svých kolegů z HR oddělení. Je třeba napsat, že jsou skutečně velmi přetížení. Dostávají denně

spousty životopisů, krom toho mají i jinou agendu a pomoc automatických odpovědí je mnohdy nevyhnutelná. Nemají příležitost se každému věnovat individuálně a psát důvody zamítnutí. Často ani nemají zpětnou vazbu od kolegů z businessu, proč zrovna váš profil neprošel sítí. Důležité je i to, že se to určitě netýká pouze vašeho profilu, k propouštění v managementu dochází a ještě bude docházet napříč celým trhem. Není to jednoduché, ale netřeba



propadat frustraci, dejte celému procesu čas. Využijte všech dostupných zdrojů, oslovte své kontakty na profesních sítích, zůstaňte pozitivní. Máte šanci připravit se lépe než ostatní, a výběrové řízení následně vyhrát.

Co by mělo a nemělo obsahovat CV

1. Životopis byste měli koncipovat tak, aby v něm nebyly zkratky typu fčb, dos, ale rozepsali jste plný název pozice včetně její náplně práce. HR oddělení tam není od toho, aby si dohledávalo základní informace, když není z vašeho oboru. Mělo by být vašim úkolem seznámit je s vašim světem a popsat co nejsrozumitelněji svoji praxi a zkušenosti, popřípadě vysvětlit zkratky typu MICE, DMC, ...
2. Uvádějte velikost hotelu/restaurace/kanceláře/agentury a počet lidí v týmu, který jste vedli.
3. Doplnujte k pozicím webovou stránku, aby měla druhá strana představu, v jakém prostředí jste pracovali, s jakými klienty, na jakém trhu atd.
4. Připravte si úvodní dopis v e-mailu, který bude krátký, ale o to výstižnější. Shrňte v něm v kostce, co umíte a můžete jejich společnosti nabídnout. Tuto prezentační část lze umístit i přímo do horní části CV – několik vět, které charakterizují to, co chcete, aby se o vás personalisté dozvěděli na první pohled, vaše hlavní přednosti, cíle, ... Motivační dopis zasláný v příloze, pokud není jednoznačně vyžádán, se dnes převážně neočekává a málokdo má prostor se mu věnovat.
5. V případě fotografie použijte fotografii ideálně od profesionála, vyvarujte se selfie! V tomto případě platí, že lepší žádná fotografie než nevhodná/nequalitní.

Formě CV i prvotní prezentace – úvodního dopisu věnujte určitě čas, vyplatí se to... Personalisté by měli vědět, že mají jedinečnou příležitost setkat se s někým, jako jste vy, unikátním profilem, profíkem z cestovního ruchu. Nechte je nahlédnout pod pokličku svých zkušeností a mít pocit, že zrovna VÁS musejí potkat. Mož-

ná můžete mít dojem, že to musí být přece jasné, co umíte, ale věřte, že není. Mnoho lidí profese z oblasti turismu a hotela podceňuje a o vašich kompetencích nemá ponětí.

Vysvětlete své kvality

Na následujících řádcích jsme sepsali silné stránky a dovednosti, které můžete nabídnout a ve kterých jste výjimeční. Vznikly po konzultacích s kolegy z hotelu, troufám si ale tvrdit, že většina je použitelná i pro kolegy z jiných segmentů cestovního ruchu. Určitě vás napadne i řada dalších, vnímejte body jen jako inspiraci...

Než se stanete experty v jiném oboru, vaše mzda může jít nečekaně dolů, ale nebojte se toho, bude to dočasné.



Ke každému řádku si zkuste připravit praktický příklad (v textu či pro případ osobního pohovoru):

- 100% nejlepší v zákaznické péči – „to nejde“ pro vás neexistuje, časté změny jsou pro vás normální, umíte je operativně řešit v krátkém čase s empatií a plným nasazením, mnohdy pod vysokým tlakem, se kterým si dokážete vždy poradit.
- Jste vyceповání standardy společnosti na mezinárodní úrovni, věnujete se každému a všemu s patřičnou péčí a disciplínou.
- Umíte prezentovat značku firmy a přispívat k budování její image na trhu.
- Pracovali jste v prostředí, kde se potkávají lidé různých národností, věků, vzdělání, osobností – fungují spolu jako sešraný celek, umějí se dorozumět, vyhovět a podat jako tým excelentní výsledek od zajištění individuálního servisu až po uspořádání velké konference.
- Víte jak analyzovat trhy, trendy po celém světě, vytvářet produkty a služby na míru.
- Ovládáte cizí jazyky, většinou více než jeden a komunikujete přirozeně.
- Jste zvyklí pracovat v provozu, vaše pracovní doba končí, až když jsou všichni zákazníci „obsloveni“ a spokojení.

- Zvládáte stresovou zátěž, umíte se dokonale ovládat, neúspěch vás neodradí a řešení neobvyklých situací je pro vás běžnou součástí práce.

Berte v potaz i to, že se mohou na druhé straně obávat, že je po krátké době opustíte a vrátíte se zpět do cestovního ruchu hned, jakmile to bude možné. Nelze jim to zazlívat. Doba zaškolení na manažerských pozicích chvíli trvá a pro firmy je to velmi nákladné.

Vaši „hodnotu na trhu“ mimo jiné tvoří také kontakty a znalost prostředí horeca, které jinde pravděpodobně nevyužijete. Vaše cena na trhu práce tím může utrpět. Musíte tedy počítat s tím, že můžete na manažerských postech dostávat nižší nabídky, než na které jste zvyklí, či byste si představovali. Připravte si strop, pod který z existenčních důvodů nemůžete jít. Než se stanete experty v jiném oboru, vaše mzda může jít nečekaně dolů, ale nebojte se toho, bude to dočasné.

Riskujte a jděte do dalších odvětví, kde zúročíte své zkušenosti a k tomu nasbíráte nové. Řada špičkových ředitelů hotelových řetězců pracovala třeba u telefonních operátorů, získala jiný nadhled a některé procesy z „korporátu“ později úspěšně uplatnila v našem oboru.

Pokud se výše napsané řádky týkají i vás, je mi líto, že se s vámi zřejmě na nějakou dobu loučím, ale věřím, že to může být i pro dobrou věc v oblasti služeb. Až přijde doba opětovného otvírání hotelů, restaurací, cestovních agentur nebo kanceláří, a budete se chtít vrátit, bude tento nový start bohatší o vaše zkušenosti a budete vědět, co lze dělat jinak... Šťěstí přeje připraveným! Držíme všem palce. Nechte si na své prezentaci záležet, a pokud budete potřebovat pomoc, naši konzultanti jsou vám stále plně k dispozici. Těším se na vás a přeji hodně úspěchů i energie při hledání nových pracovních příležitostí. ■

AUTORKOU TEXTU JE
Ing. Pavla Hodinková,
managing director,
Agentura Dream Job s.r.o.
pavla@dream-job.cz
Tel.: +420 602 723 046

