

Vzorčno poročilo — fiktivno podjetje · Vaše poročilo bo pripravljeno v 48 urah.

PODJETJE	VLOGA	PREGLEDANI KANALI	DATUM
Gradnja Prihodnosti d.o.o.	Vodja projektov	Oglas · Splet · LinkedIn · FB	Maj 2026

SKUPNA OCENA · 5 DIMENZIJ VIDNOSTI

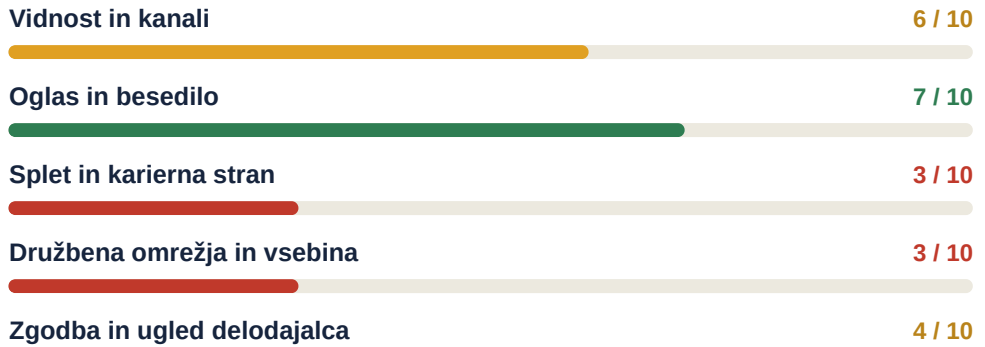
INDEKS VIDNOSTI

50

/100

Delno viden delodajalec

Osnova je dobra, a splet, omrežja in zgodba delodajalca izgubljajo prave kandidate.



Lestvica: 0–39 spregledan · 40–69 delno viden · 70–100 viden delodajalec.

KAJ SMO PREGLEDALI

Pogledali smo vse točke, kjer vas kandidat sreča, preden se odloči za prijavo: oglas, spletno in karierno stran, LinkedIn in družbena omrežja ter zgodbo, ki jo o vas najde.

MOČNE TOČKE

- ✓ Opis delovnega mesta je jasn in konkreten.
- ✓ Zahteve so realne, ne napihnjene.
- ✓ Oglas objavljen na ustreznih kanalih (LinkedIn, MojeDelo).

VRZELI

- ✗ Splet in karierna stran ne pokažeta ljudi in kulture.
- ✗ LinkedIn in omrežja nagovarjajo kupce, ne kandidatov.
- ✗ Zgodba delodajalca — zakaj vi — ostaja nevidna.

Zgodba delodajalca: celotna slika, zakaj ste kot delodajalec privlačni — kultura, ljudje, razvoj, namen, način dela. Ni isto kot zgolj plača ali seznam ugodnosti.

Kaj to pomeni za vas: osnova je dobra — oglas je soliden in vas kandidat najde. A ko vas pred prijavo preveri na spletu in omrežjih, ne najde ljudi, kulture ne razloga, zakaj prav vi. Največ izgubljate pri spletu, omrežjih in zgodbi delodajalca. Naslednja stran pokaže, kje točno, zadnja pa, kaj popraviti najprej.

PREGLED PO TOČKAH STIKA

Pot kandidata od prvega stika do prijave — kaj vidi, kje izgubi zanimanje in kaj popraviti pri vsaki točki.

Oglas

srednje · 6/10

KAJ KANDIDAT VIDI

- Naloge so jasne, a plača je skrita za »po dogovoru«.
- Nikjer ne piše, zakaj izbrati ravno vas (kultura, razvoj, ekipa).
- Poziv »pošljite življenjepis« ne pove, kaj sledi.

TVEGANJE Kandidat ne vidi razlike od drugih oglasov — ali odide h konkurenci, ki plačo navede.

PRIPOROČILO Dodajte plačni razpon, 3 razloge »zakaj mi« in jasen naslednji korak.

Splet in karierna stran

šibko · 3/10

KAJ KANDIDAT VIDI

- Spletna stran nagovarja kupce; kariernega dela skoraj ni ali je skrit.
- Ni fotografij ekipe, opisa kulture ali mnenj zaposlenih.
- Ni opisa, kako poteka zaposlitveni postopek.

TVEGANJE Kandidat ne začuti, kako je delati pri vas, in nima razloga, da vam zaupa.

PRIPOROČILO Dodajte stran »Delo pri nas« — fotografije, 3 mnenja zaposlenih, opis poteka, kontakt za kandidate.

Družbena omrežja in vsebina

šibko · 3/10

KAJ KANDIDAT VIDI

- Same storitve in logotipi; nič ljudi, obrazov ali utripa dela.
- Vsebina nagovarja kupce — kandidat med njo ne najde sebe.
- Zaposleni in vodstvo podjetja v profilih ne navajajo — mreža vas ne širi.

TVEGANJE Kandidat, ki vas pred prijavo »pogugla«, dobi vtis zaprtega, neaktivnega podjetja in odneha.

PRIPOROČILO 2× mesečno objava o ljudeh, projektih in »kako je delati pri nas«; aktivirajte profil direktorja; spodbudite zaposlene, da navedejo podjetje.

Zgodba in ugled delodajalca

srednje · 4/10

KAJ KANDIDAT VIDI

- Nikjer ni jasno povedano, zakaj izbrati prav vas.
- Ni zgodbe podjetja, vrednot ali tega, kaj vas loči od drugih.
- Prvi stik po prijavi je hladen — ni potrditve ne naslednjih korakov.

TVEGANJE Najboljši kandidati, ki imajo več ponudb, ne dobijo razloga, da bi izbrali vas — in odpadejo.

PRIPOROČILO Ubesedite obljubo delodajalca (zakaj vi); po prijavi dodajte samodejni odgovor z jasnimi koraki in rokom (»odgovor v 3 delovnih dneh«).

Vse to vas tiho stane prijave — ne ker kandidatov ni, ampak ker vas ne vidijo ali vam še ne zaupajo dovolj, da kliknejo »prijavi se«. Dobra novica: vse spodaj lahko popravite sami, brez dodatnih oglaševalskih sredstev.

TRI PRIORITETE · KAJ POPRAVITI NAJPREJ

1 Dodajte plačni razpon — takoj.

Po Monstrovem poročilu Job Search Deal-Breakers (2026, ZDA) se 60 % iskalcev ne prijavi na oglas brez navedenega plačnega razpona. Transparentnost ni šibkost — je filter, ki vam prihrani čas.

Zamenjajte: »Plača po dogovoru«

Z: »2.400–3.000 EUR bruto + variabilni del + 500 EUR/leto za izobraževanje«

2 Pokažite ljudi in zgodbo — na spletu in omrežjih.

Kandidat vas pred prijavo preveri. Če najde le storitve in logotipe, nima razloga za zaupanje. Tri konkretni koraki: dodajte stran »Delo pri nas« s fotografijami ekipe in 3 mnenji zaposlenih; objavljajte 2× mesečno o ljudeh in projektih; aktivirajte profil direktorja in ključnih ljudi.

3 Naredite se vidne tam, kjer kandidat išče.

Najboljši kandidati vas »poguglajo«, preden se prijavijo — in pogosto jih morate prepričati, da zapustijo drugega delodajalca. Poskrbite, da vas najdejo: poskrbite za zaposleni profil podjetja, povežite zaposlene s podjetjem in bodite prisotni tam, kjer so vaši kandidati, ne le na enem oglasnem portalu.

PRENOVLJENI OGLAS · PRIPRAVLJEN ZA OBJAVO

Vodja projektov · Gradnja Prihodnosti d.o.o.

Ljubljana (hibrid 3/2) · 2.400–3.000 EUR bruto + variabilni del

Iščemo nekoga, ki zna voditi projekte in ljudi — brez nepotrebne administracije.

KAJ BOSTE DELALI

- Vodili projekte od ideje do predaje, s polno odgovornostjo.
- Koordinirali ekipo 3–5 ljudi in zunanje izvajalce.
- Komunicirali z naročniki — jasno, brez ovinkarjenja.

KAJ IŠČEMO

- 3+ leta izkušenj z vodenjem projektov.
- Obvladate MS Project ali podobno orodje.
- Angleščina na delovnem nivoju.

ZAKAJ MI

- Odločamo hitro — projekt dobite, ne čakate na odobritev.
- Ekipo 8 ljudi — pri nas niste številka.
- 500 EUR/leto za izobraževanje; hibrid 3/2, kosilo subvencionirano.

Pošljite CV + 3 stavke, zakaj vas zanima to mesto, na kariera@gradnjaprihodnosti.si. Odgovorimo vsem v 3 delovnih dneh.

POT DO VIDNEGA DELODAJALCA · 3 FAZE

FAZA 1

Temelji

0–30 dni

Uredimo oglas, stran »Delo pri nas« in osnovne profile — da vas kandidat najde in dobi prvi dober vtis. Stvari, ki jih popravite enkrat in držijo.

FAZA 2

Vidnost

30–60 dni

Začnemo z rednimi objavami o ljudeh in projektih, aktiviramo vodstvo, gradimo prisotnost tam, kjer so vaši kandidati. Premik od »nas ne vidijo« k »nas opazijo«.

FAZA 3

Ugled

60–90 dni

Vzpostavimo ritem, ki dela sam. Zgodba delodajalca, ki kandidate privablja, namesto da jih lovite — in dela za vas tudi, ko ne zaposlujete.

KONKRETNI PREDLOGI ZA UGLED DELODAJALCA

Trije, ki jih lahko začnete takoj:

- › **Zgodba zaposlenega.** Kratek zapis ali video: »Zakaj sem ostal pri vas X let.« Nič scenarija — pristna beseda prepriča bolj kot oglas.
- › **Pogled za kulise.** Fotografija ali objava z dejanskega delovnika — ekipa, projekt, trenutek. Kandidat hoče videti, kam prihaja.
- › **Glas vodstva.** Ena objava direktorja o tem, kaj podjetju pomeni dobra ekipa. Ljudje sledijo ljudem, ne logotipom.

KAJ PREDELAVA NA KRATKEM KLICU

- › **Kako izpadete proti lokalni konkurenci.** V pregledu sva pogledala tudi druge delodajalce, ki lovijo iste kandidate — in kje vas prehitevajo.
- › **Konkretni primeri objav za vašo ekipo.** Ne le »objavljajte« — pripravljena ideja, kaj in kako, prilagojeno vašim ljudem in projektom.
- › **Kako se to pozna pri prijavah.** Katere popravke najprej občutite pri številu in kakovosti kandidatov.

Te točke so del pregleda — predelava jih skupaj, ko se slišiva. Brez obveznosti.

Večina podjetij ve, kaj bi morala narediti. Težava ni v znanju — težava je vzdržati ritem, ko pridejo poletje, gneča in dopusti. Ugled delodajalca ne pade, ker nekdo ne ve, kaj storiti, ampak ker zmanjka doslednosti. Prav pri tem vam lahko pomagamo — projektno ali mesečno, odvisno od tega, koliko želite prevzeti sami.

To je vzorčno poročilo. Vaše bo pripravljeno na vaših kanalih in za vašo ciljno skupino — pisno, v 48 urah.

Naročite svoj vidnostni pregled — 250 €, prilagojeno poročilo v 48 urah. imperijagroup.si

Vprašanja in naročila: hrm@imperijagroup.si · +386 70 554 927