Twój profil pod jedno zapytanie

Dodatek do odcinka „Rekruter Cię nie znajdzie. I to nie przez brak doświadczenia”. Ćwiczenie z jednym zapytaniem, miejsca w profilu, które decydują o wynikach, test dziesięciu wiadomości i prompt do ChatGPT albo Claude.

01 Co pisze sam LinkedIn s. 2

02 Ćwiczenie: jedno zapytanie s. 3

03 Pięć miejsc, które decydują o wynikach s. 4

04 Test dziesięciu wiadomości s. 5

05 Zrób to z ChatGPT albo Claude s. 6

06 Zanim zamkniesz profil: osiem pytań s. 8

OD CZEGO ZACZĄĆ

1. **Wybierz jedno zapytanie, na które chcesz odpowiadać.** Sekcja 02, kroki 1–3.
2. **Popraw nagłówek i nazwę obecnego stanowiska.** Sekcja 03.
3. **Zrób test dziesięciu ostatnich wiadomości od rekruterów.** Sekcja 04.

Przykład
gotowe słowa do dostosowania

Najważniejsze
jeden wniosek na sekcję

Zadanie
coś do sprawdzenia w profilu

01 Zamiast statystyk: co pisze sam LinkedIn

W pomocy LinkedIna jest jeden opisany mechanizm, który wpływa na Twoje miejsce w wynikach wyszukiwania. Chodzi o ustawienia otwartości na propozycje.

POMOC LINKEDINA · USTAWIENIA OTWARTOŚCI

„Jeśli określisz rodzaje ofert pracy, którymi jesteś zainteresowany, i preferowaną lokalizację, pomożemy Twojemu profilowi pojawić się w wynikach wyszukiwania, gdy rekruterzy szukają odpowiednich kandydatów.”

„Let recruiters know you're Open to Work”, tłumaczenie własne.

Drugi fragment z tej samej strony dotyczy trybu widocznego tylko dla rekruterów. Zmniejsza ryzyko, że szef się dowie, ale nie jest czapką niewidką.

POMOC LINKEDINA · TRYB TYLKO DLA REKRUTERÓW

„Aby chronić Twoją prywatność, podejmujemy kroki, żeby użytkownicy LinkedIn Recruiter pracujący w Twojej firmie nie widzieli Twoich zainteresowań zawodowych (...), jednak nie możemy zagwarantować pełnej prywatności.”

To samo źródło, tłumaczenie własne.

Dlaczego w tej ściądze nie ma żadnej liczby

Przygotowując odcinek, sprawdziłem polskie raporty o rynku pracy IT. Szukałem twardych liczb: jak rekruterzy szukają ludzi w Polsce, ile czasu dają jednemu profilowi, ilu kandydatów odpowiada na pierwszą wiadomość. Nie znalazłem rzetelnego badania polskiego rynku.

Dlatego ta ściąga opiera się na dwóch rzeczach: na tym, co widzę sam, kiedy szukam ludzi do projektów, i na tym, co LinkedIn napisał o sobie w swojej pomocy.

NAJWAŻNIEJSZE

Ustawienia otwartości wpływają na widoczność. Tryb tylko dla rekruterów ogranicza ryzyko, ale sam LinkedIn pisze, że nie gwarantuje pełnej prywatności.

---

02 Ćwiczenie: jedno zapytanie

Weź kartkę albo pusty plik. Cztery kroki, kilkanaście minut.

KROK 1 Nazwa roli jak w ogłoszeniach

Wypisz nazwę roli, na której Ci zależy, dokładnie tak, jak nazywają ją ogłoszenia. Nie tak, jak nazywa ją Twoja firma, i nie kreatywny wariant. Chodzi o słowa, które rekruter wpisuje w wyszukiwarkę.

PRZYKŁAD DO DOSTOSOWANIA

„Java Developer”, a nie „czarodziej kodu”.

KROK 2 Dopisz technologię, poziom i miasto

Do nazwy roli dopisz główną technologię, poziom doświadczenia i miasto, jeśli lokalizacja ma w Twoim przypadku znaczenie. To kryteria, które rekruter wpisuje w wyszukiwarkę, zanim zobaczy jakiekolwiek nazwisko.

Wejdź w rolę rekrutera: co byś wpisał, szukając kogoś na stanowisko, na którym sam chcesz pracować?

KROK 3 Jedno zapytanie, nie trzy

To, co masz na kartce, jest zapytaniem, na które chcesz odpowiadać. Jedno. Kto ma w profilu wszystkiego po trochu, ten zwykle nie pasuje w pełni do żadnego zapytania i nie trafia do pierwszej partii wyników.

KROK 4 Sprawdź, czy te słowa są w profilu

Wejdź na swój profil i sprawdź, czy dokładnie te słowa są w nagłówku i w nazwie stanowiska. Nie podobne, nie kreatywne warianty. Dokładnie te słowa.

- ☐ **Kolejność:** konkret na górze, w nagłówku i nazwie stanowiska. Ty jako człowiek w opisie poniżej.

✓ NAJWAŻNIEJSZE

Profil nie musi być pełny, ale musi być jednoznaczny.

---

03 Pięć miejsc w profilu, które decydują o wynikach

1. Nagłówek

Jedna linijka, którą rekruter widzi na liście wyników obok imienia, firmy i miasta. Na tej podstawie decyduje, czy w ogóle otworzy Twój profil. Z mojej praktyki: sporej części profili z listy nikt nie otwiera.

SŁABSZY NAGŁÓWEK

„Pasjonat technologii”

LEPSZY NAGŁÓWEK

„Java, Spring, Kafka. Backend w bankowości. Warszawa”

2. Nazwa obecnego stanowiska

Napisana językiem ogłoszeń, nie językiem firmy. Jeśli awansowałeś albo zmieniłeś technologię, a na górze profilu wisi to, co robiłeś kilka lat temu, wyszukiwarka pokazuje Cię na zapytania, na które już nie chcesz odpowiadać.

- ☐ **Sprawdź:** czy stanowisko na górze to rola, którą chcesz dostać.

3. Miasto

Lokalizacja jest jednym z kryteriów, które rekruter wpisuje w wyszukiwarkę, obok technologii i poziomu doświadczenia. Na liście wyników widzi ją przy każdym nazwisku, zaraz obok nagłówka i obecnej firmy.

- ☐ **Pamiętaj:** jeśli klient wymaga dni w biurze w innym mieście, nagłówek tego nie naprawi.

4. Ustawienia otwartości na propozycje

Nazwy stanowisk i lokalizacje, które tam wpisujesz, to nie ozdoba. LinkedIn pisze w swojej pomocy, że pomagają profilowi pojawić się w wynikach wyszukiwania (sekcja 01). Siedzą w tym samym miejscu co deklaracja, że szukasz pracy.

- ☐ **Wybierz świadomie:** tryb tylko dla rekruterów i małe ryzyko albo brak ustawienia i mniejsza widoczność.

5. Spójność z CV

Inne daty albo inne stanowiska w CV i na profilu to znak zapytania. Rekruter często nie myśli wtedy, że nie zaktualizowałeś danych, tylko która wersja jest prawdziwa. Przy kilkunastu innych osobach na liście zwykle idzie dalej.

- ☐ **Sprawdź:** daty i nazwy stanowisk jeden do jednego z CV.

✓ NAJWAŻNIEJSZE

Nagłówek decyduje, czy rekruter w ogóle otworzy profil. Zacznij od niego.

---

04 Test dziesięciu wiadomości

Darmowa informacja zwrotna o Twoim profilu leży w skrzynce odbiorczej. Wystarczy ją policzyć.

KROK 1 Wypisz ostatnie wiadomości

Weź dziesięć ostatnich wiadomości od rekruterów i przy każdej zapisz, jakiej roli dotyczyła. Nie oceniaj jeszcze, tylko wypisz.

KROK 2 Policz trafienia

Policz, ile z tych wiadomości dotyczyło roboty, którą naprawdę chcesz wykonywać. Nie takiej, którą umiesz, tylko takiej, której szukasz.

- ☐ **Nikt nie pisze w ogóle?** Wtedy problem jest z widocznością. Wróć do sekcji 02, kroki 1–4.

KROK 3 Poniżej połowy? To raczej nie przypadek

Jeśli mniej niż połowa wiadomości dotyczy tego, czego szukasz, moim zdaniem to nie przypadek ani wina pojedynczego rekrutera. Twój profil jest widoczny, tylko odpowiada na złe zapytanie.

PRZYKŁAD

Pracujesz w chmurze, a dostajesz oferty na administratora sieci.

KROK 4 Znajdź słowa, które to powodują

Zwykle to stara rola, której nie usunąłeś, albo technologia, której już nie chcesz dotykać, a nadal wisi wysoko w profilu. Przesuń ją niżej albo usuń.

✓ NAJWAŻNIEJSZE

Nietrafione wiadomości to nie głupota rekrutera, tylko odbicie lustrzane Twojego profilu.

---

05 Zrób to razem z ChatGPT albo Claude

Skopiuj cały tekst z ramki do ChatGPT, Claude albo innego narzędzia. Pod nim wklej treść swojego profilu i treść jednego ogłoszenia, na którym Ci zależy. Nie wklejaj linków, tylko tekst, bo model często nie otworzy strony.

Prompt: skopiuj całość

Jesteś doświadczonym rekruterem IT na polskim rynku, który codziennie szuka kandydatów w wyszukiwarce LinkedIna. Porównaj mój profil z jednym ogłoszeniem, na którym mi zależy. Odpowiadaj po polsku, nawet jeśli ogłoszenie jest po angielsku.

Zrób to w czterech krokach:

1. Wypisz z ogłoszenia słowa, które rekruter wpisałby w wyszukiwarkę, szukając osoby na tę rolę: nazwę stanowiska dokładnie tak, jak jest w ogłoszeniu, technologie, poziom doświadczenia, miasto albo tryb pracy.

2. Przy każdym z tych słów sprawdź, czy występuje w moim profilu, i napisz gdzie: w nagłówku, w nazwie obecnego stanowiska, w opisie, w doświadczeniu. Jeśli słowa nie ma, napisz dokładnie: „tego nie ma w profilu". Nie zgaduj i nie zakładaj, że skoro znam technologię A, to pewnie znam też B.

3. Wskaż miejsca, w których mój profil mówi o mnie kreatywnie zamiast konkretnie, na przykład nagłówek bez nazwy roli albo opis bez technologii.

4. Zaproponuj nowy nagłówek w formacie: rola, dwie lub trzy główne technologie, dziedzina, miasto. Używaj wyłącznie tego, co jest w moim profilu. Jeśli czegoś w nim nie ma, nie dopisuj tego.

Na końcu jednym zdaniem: czy według Ciebie ten profil pojawiłby się w wynikach wyszukiwania na tę rolę, i co jest najważniejszą brakującą rzeczą.

- [ ] **Pod promptem wklej dwie rzeczy,** każdą pod swoim nagłówkiem: **MÓJ PROFIL** (nagłówek, obecne stanowisko, opis i doświadczenie skopiowane z LinkedIna) oraz **OGŁOSZENIE** (cała treść jednej oferty).

✓ **NAJWAŻNIEJSZE**

Jedno ogłoszenie na raz. Chodzi o jedno zapytanie, nie o przegląd rynku.

06

Zanim zamkniesz profil: osiem pytań

Dwie minuty. Odhacz to, co masz przygotowane. Jeśli w jakimś punkcie się wahasz, wróć do sekcji podanej pod nim.

- [ ] **Wiem, na jakie jedno zapytanie rekrutera chcę odpowiadać.**
  Sekcja 02, krok 3
- [ ] **Nazwa roli w nagłówku brzmi tak jak w ogłoszeniach, nie kreatywnie.**
  Sekcja 02, krok 1
- [ ] **W nagłówku są dwie lub trzy główne technologie i miasto.**
  Sekcja 03, miejsce 1
- [ ] **Obecne stanowisko na górze profilu to rola, którą chcę dostać.**
  Sekcja 03, miejsce 2
- [ ] **Daty i nazwy stanowisk zgadzają się z CV.**
  Sekcja 03, miejsce 5
- [ ] **Świadomie wybrałem tryb otwartości albo świadomie z niego zrezygnowałem.**
  Sekcja 01 i sekcja 03, miejsce 4
- [ ] **Zrobiłem test dziesięciu ostatnich wiadomości od rekruterów.**
  Sekcja 04, kroki 1–3
- [ ] **Usunąłem albo przesunąłem niżej słowa, które ściągają nietrafione oferty.**
  Sekcja 04, krok 4

PROJEKT IT · NOWE ODCINKI CO DWA TYGODNIE · TOMASZGARBARZ.PL

✓ NAJWAŻNIEJSZE

Brak w wynikach naprawia się dużo łatwiej niż brak kompetencji.

Jeśli przez ostatni miesiąc wysyłałeś CV i nic z tego nie wychodziło, działałeś tylko na części rynku. Druga część to ludzie tacy jak ja, którzy sami szukają. Tam żadnej oceny nie było, bo Ciebie tam po prostu nie było.

To nie jest ściąga o tym, jak się lepiej sprzedać. Chodzi o to, żeby ludzie, którzy Cię szukają, mieli jak Cię znaleźć.

Projekt IT · podcast o IT, rekrutacji i biznesie bez zbędnej paplaniny. Autor: Tomek Garbarz · tomaszgarbarz.pl · 2026