



# Biuletyn Biura Karier WSG

Autoprezentacja i osobisty PR



BIURO KARIER  
WYŻSZEJ SZKOŁY GOSPODARKI W BYDGOSZCZY

*Pamiętaj - pracę dostają nie Ci, którzy najwięcej wiedzą o tej pracy, lecz Ci, którzy najwięcej wiedzą o tym, jak dostaje się pracę.*  
(Dick Larthop)

## AUTOPREZENTACJA

Autoprezentacja to świadome kierowanie wrażeniem jakie wywieramy na innych, czyli próba pokazywanie się takim, jakim chcę, żeby mnie inni widzieli i wszyscy to robimy chociaż raz na jakiś czas...

Siła dążeń autoprezentacyjnych zależy od:

- \* Sytuacji
- \* Wagi konsekwencji
- \* Cech indywidualnych

### Jak zjednać sobie ludzi? - uniwersalne sposoby zwiększenia swojej atrakcyjności

**1. Zadbaj o pierwsze wrażenie** - ludzie szybko tworzą sobie schematy i niechętnie je zmieniają. Pozytywny schemat twojej osoby kreujesz poprzez pierwszy kontakt: a) dobrze napisane, wyróżniające się CV b) punktualność, uśmiech, stosowny ubiór, swoboda i elegancja ruchów, uścisk dłoni, dobre maniere przy pierwszej rozmowie

**2. Wykorzystaj efekt pierwszeństwa i świeżości** - najlepiej zostanie zapamiętane to co powiedziałeś i zrobiłeś na początku i na końcu - trzymaj więc formę i rzeczy najważniejsze i najkorzystniej o tobie śmiające prezentuj na początku i na końcu spotkania.

**3. Wykorzystaj efekt częstej ekspozycji** - lubimy bardziej to co już znamy. Pokaż się pracodawcy wcześniej.

**4. Wykorzystaj fakt, że lubimy tych, którzy są do nas podobni** także pod względem cech demograficznych ale przede wszystkim pod względem postaw i opinii.

**5. Reguła komplementarności reakcji** - nie prezentuj się jako biedactwo, którego inni już wcześniej odrzucili, lecz jako osoba, która jest potencjalnie atrakcyjnym pracownikiem również dla innych pracodawców. .

**6. Reguła komplementarności cech** - lubimy ludzi, którzy swoim zachowaniem "wpasowują się" w nasz styl bycia, pozwól rozmówcy być takim jak lubi, właściwie go uzupełniaj.

**7. Nikt nie jest jednakowo atrakcyjny dla wszystkich.** Jesteśmy atrakcyjni dla innych, jeżeli potrafimy zaspokoić ich potrzeby i rozwiązać ich problemy

**8. Lubimy ludzi, którzy nas lubią**, Wniosek: spróbuj polubić rekrutera i nigdy nie nastawiaj się negatywnie a zwiększysz szanse ze rekruter ciebie też polubi. Zaś w osobach lubianych jesteśmy skłonni dostrzegać pozytyw i pomijać, pomniejszać wady.

**9. Wykorzystaj efekt zysku** - niech rekruter ma poczucie, że w miarę rozmowy coraz bardziej lubisz jego i tą firmę, którą on reprezentuje, nie zaczynaj od przesadnego entuzjazmu ani samochwalstwa.

**10. Ingracjacja** - zdobywanie sympatii innych przez mówienie im miłych rzeczy

**11. Stosuj argumentację dwustronną i jednostronną** - Jeśli widzisz lub wiesz, że rozmówca, którego chcesz do siebie przekonać, jest nastawiony do ciebie sceptycznie i ma dużo wątpliwości albo wręcz negatywnie - zastosuj argumentację dwustronną - uprzedź jego obawy i podaj argumenty od swych mocnych stron i nie przypominaj mu o swych słabościach.

**12. Pamiętaj o normie dopasowania autoprezentacji** - w tym również poziomu otwartości

## Techniki autoprezentacji w procesie selekcji

### A. W dokumentach aplikacyjnych:

1. Liczy się nie tylko CO o sobie piszesz ale też JAK.  
W CV:

- porządek czy chaos
- kolejność informacji kojarzona jest z ich miejscem w hierarchii ważności piszącego
- konsekwencja i spójność przedstawionej ścieżki dotychczasowej kariery

W liście motywacyjnym:

- Ilość czasowników vs ilość przymiotników
- forma czasowników (dokonane vs niedokonane: robiłem, zrobiłem)
- tryb przypuszczający vs oznajmujący
- częstotliwość użycia słów "ja", "jestem"

2. Wpływ stereotypów i ukrytych teorii osobowości na temat zawodów i studentów określonych kierunków

Typowe wizerunki - stereotypy jakie uaktywniają się najczęściej w umyśle rekrutera przy ocenianiu:

- człowiek aktywny
- człowiek miły
- profesjonalista/specjalista
- człowiek niebanalny/ciekawy/niezależny
- człowiek rzetelny i ciężko pracujący ale czasem "bez polotu"
- niepoważny student

### B. W rozmowie - werbalnie:

Zwracaj też uwagę na:

- **dobór słownictwa** – nie używaj mowy potocznej; przećwicz odpowiedzi na najtrudniejsze pytania ze znajomym; wysłuchaj uważnie uwag i spróbuj poćwiczyć swój sposób wypowiadania się,
- **precyzyjność wypowiedzi** – nie odbiegaj od tematu, staraj skupić się na atutach,
- **wyczerpującą odpowiedź na pytania** – to Ty znasz siebie najlepiej, wiesz o swoich osiągnięciach i mocnych stronach; rozmowa kwalifikacyjna nie jest przesłuchaniem; pracodawca zada Ci tylko kilka pytań, dlatego, jeśli jest taka możliwość, staraj się jak najpełniej zaprezentować swoją osobę, nie zanudzając przy tym rozmówcy,
- **wypowiadanie własnych opinii** – staraj się nie wypowiadać swoich opinii, jeśli pracodawca Cię o to nie zapyta; nie dopuść do tego, by wywiązała się niekontrolowana dyskusja; pamiętaj, że nie każdy musi mieć takie samo zdanie na dany temat, jak Ty,
- **odpowiadanie całymi zdaniem** – staraj się nie odpowiadać krótkimi, zdawkowymi „tak” lub „nie”,
- **natężeniu głosu** – staraj się mówić dosyć głośno i wyraźnie; spróbuj zmieniać intonację głosu i akcentować wypowiedzi, by nie były one nużące dla słuchacza,
- **miłym i opanowanym głosem** – staraj się w miarę możliwości opanować zdenerwowanie; pamiętaj, że rozmawiasz tylko z człowiekiem.

### C. W rozmowie – niewerbalnie

#### 1. Ubiór - mówić o tym co chcesz pokazać i czym się chwalić

- dopasowanie do okazji świadczy o:
  - wiedzy z zakresu obowiązujących norm i obyczajów,
  - o szacunku dla rozmówcy i dla tych konwencjonalnych norm
  - o gotowości wyrzeczenia się ekspresji siebie w imię interesu
- dopasowanie do stylu ubioru w firmie:
  - świadczy o twoim wyczuciu
  - tworzy złudzenie dopasowania osobowościowego
- ważna jest umiejętność noszenia formalnego stroju.

#### Ponadto pamiętaj o:

- higienie osobistej – czystość ciała, paznokci, włosów, mężczyźni powinni się ogolić,
- skromnym i poważnym ubiorze – nie zakładaj szortów, bluzek z gołymi plecami czy odkrytymi ramionami lub brzuchem, ubrań zbyt luźnych lub obcisłych
- całe ubranie powinno być czyste, wyprasowane i schludne,
- należy dobrać odpowiednio kolory – najbardziej stosowne są szarości, granaty, brązy,
- należy zwrócić uwagę na dobór dodatków – do garnituru czy garsonki nie wypada zabierać plecaka, reklamówki czy koszyka; dokumenty, które zabierasz ze sobą włoż do czystej jednobarwnej teczki,
- skromnym uczesaniu – długie włosy powinny być spięte,
- gustownym dobrze biżuterii – nie powinno jej być zbyt wiele, by nie rozpraszać uwagi rozmówcy.
- delikatnym makijażu, kolorystycznie dobranym do stroju
- czystym obuwiu, zakrywającym stopy.

**UWAGA:** rekrutujący wiedzą, że gdy normy są wyraźnie określone strój nie jest wyrazem osobowości, lecz umiejętności doboru stosownego ubioru - garnitur nie robi z ciebie człowieka rzetelnego i profesjonalnego.

#### 2. Body language - język ciała

##### a) Co wchodzi w skład ...

- mimika twarzy, kontakt wzrokowy, gesty, głos (bardzo zdradza) postawa, odległość, uścisk dłoni, uśmiech

##### b) Wzrok

spoglądaj na rozmówcę przez ok. 70% rozmowy, ale w krótkich odcinkach, unikaj wpatrywania się prosto w oczy, patrz w "trójkąt" pomiędzy oczami a mostkiem rozmówcy

##### c) Dystans

- utrzymuj właściwy poziom bliskości.

Pamiętaj o regule równania Petersena:

Intymność = Treść + Odległość + Wzrok\*- Dotyk

##### d) Gesty

- nie stosuj wyuczonych gestów z podręcznika - wyglądają sztucznie i śmiesznie
- unikaj nerwowych postukiwań długopisem itp.
- postawa i gesty otwartości (unikaj ciasno założonych ramion)
- powinny podkreślać lub uzupełniać treść twojej wypowiedzi werbalnej
- poćwicz głośne wypowiedzianie się przed lustrem
- najlepszy jest umiar - zarówno ekspresywne machanie rękami i jak i posągowa stabilność mogą zaszkodzić.

### D. W zadaniach praktycznych samodzielnych:

Umiejętności tzw. twarde: zawodowe (wiedza i umiejętność jej zastosowania), zasoby intelektualne, odporność na stres presji czasowej lub bycia obserwowanym

### E. W zadaniach symulacyjnych (scenki interpersonalne) i grupowych:

Umiejętności tzw. "miękkie" - interpersonalne (komunikowanie się, asertywność, otwartość, empatia), umiejętności w pracy grupowej (role grupowe, rozwiązywanie konfliktów itp).

### F. W całości procesu rekrutacyjnego rekruterzy obserwują

- spójność wizerunku w czasie, w różnych sytuacjach, wobec różnych osób, w różnych formach prezentacji (CV, rozmowa, symulacje) bo to świadczy o
  - a) prawdziwości tego wizerunku,
  - b) konsekwencji czyli dojrzałości kandydata
- motywację do podjęcia tej pracy (wskaźniki motywacji: zaangażowania kandydata w przygotowanie do rozmowy - czy ma wiedza o firmie, szacunek i pewna powaga podczas rekrutacji, przebieg dotychczasowej kariery w CV)
- wartości jakie kandydat wyznaje - czy zgodne z wartościami firmy
- samoorganizację: punktualność, zapamiętywanie informacji vs chaotyczność i roztrzęsanie - to co się powtarza rekruter jest skłonny uznać za trwałą cechę. **pracodawca szuka odpowiedzi na pytanie:** Do czego mnie się może przydać ta osoba? czy pomoże w rozwoju MOJEJ firmy?" **NIE szuka odpowiedzi na pytanie:** "czy to jest atrakcyjna osoba w ogóle?"

### Błędy w ocenie, na które narażony jest każdy rekrutujący które mogą ci zaszkodzić albo pomóc:

- efekt pierwszego i ostatniego wrażenia, efekt lunchu
- efekt hallo (rogów i aureolki), dramatyczne wydarzenia
- efekt kontrastu
- efekt sympatii i wpływ płci
- błąd tendencji centralnej lub błąd ocen radykalnych
- podatność na peryferyczny kanał perswazji przy rozproszeniu uwag czyli na atrakcyjność lub prestiż
- nadawcy i długość komunikatu (ilość punktów w CV, długość listu)

### OSOBISTY PR

PR - to **długofalowe** budowanie **wizerunku publicznego**, jes to właściwe część autoprezentacji.

W **firmach i instytucjach** do obowiązków osób zajmujących się PR należy opracowywanie i realizowanie strategii świadomego budowania publicznego wizerunku firmy poprzez m. in.:

- kontakty z mediami,
- organizowanie wydarzeń publicznych - pokazów, festynów, konkursów
- sponsoring czy działalność charytatywna
- obecność firma na konferencjach, sympozjach, również przyjęciach itp.

#### Techniki i sposoby:

- obecność w mediach (cytowanie wypowiedzi, wywiady, zdjęcia)
- strona internetowa - jej zawartość i forma graficzna
- kontakty - networking
- „bywanie” w miejscach gdzie dzieją się sprawy istotne, są przedstawiciele interesującej nas branży
- działalność w organizacjach, społeczna
- referencje czy też lista klientów na WWW
- marketing „szeptany”

rozszerzoną wersję tego konspektu oraz wiele innych informacji znajdziesz na naszej stronie internetowej !!

### Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy

Biurowy Karier  
ul. Garbary 3 G,  
85-229 Bydgoszcz  
tel. (0 52) 567 00 62,  
fax. (0 52) 348-23-18  
e-mail: [biurokarier@byd.pl](mailto:biurokarier@byd.pl)

