

RWE DISTRIBUČNÍ SLUŽBY JIHOMORAVSKÁ PLYNÁRENSKÁ

Mgr. Lukáš Kresač, oddělení komunikace
Ing. Denisa Holancová, HR



Osnova

- > Představení společností RWE Distribuční služby a Jihomoravská plynárenská
- > Externí komunikace (public relations)
- > Interní komunikace
- > Firemní komunikace v RWE
- > Jak uspět u výběrového řízení



Představení společnosti



RWE ve světě

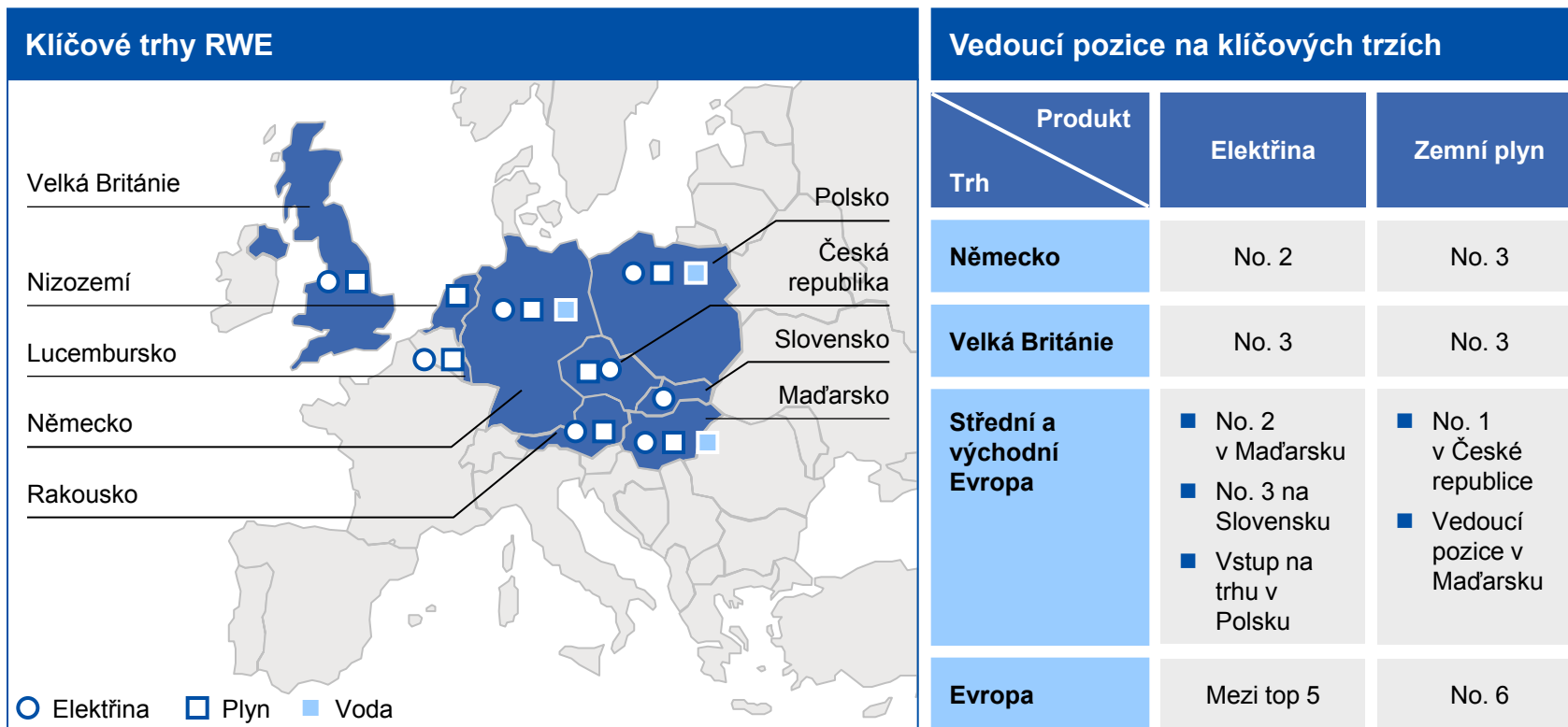


ZÁKLADNÍ ČINNOSTI (Produkty a služby)

- Elektrická energie
- Plyn
- Voda a odpadní voda
- Uhlí
- Ropné deriváty
- Obnovitelné zdroje energie

***Přes 100 let
zkušeností***

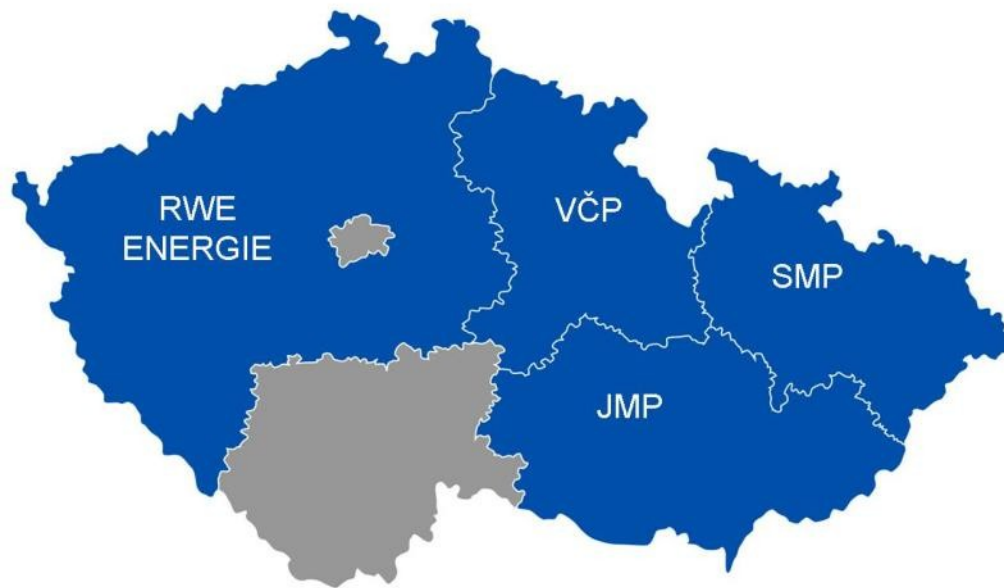
RWE - jeden z největších energetických koncernů v Evropě



➤ RWE drží vedoucí pozice na dvou největších trzích v Evropě – energií a vodou zásobuje celkem 43 milionů zákazníků.

Základní fakta o skupině RWE v ČR

Podíl na trhu	72 %
Zákazníci	cca 2.3 milionu
Prodej zemního plynu	109.9 TWh
Prodej v ČR	88.2 TWh
Prodej do zahraničí	21.7 TWh
Zaměstnanci	cca 5 000
Distribuční plynárenská soustava	67 000 km
Společnosti ve skupině	17



Struktura společností skupiny RWE v ČR

RWE Transgas

RWE Energie,
JMP, SMP, VČP



RWE GasNet,
JMP Net, SMP Net,
VČP Net



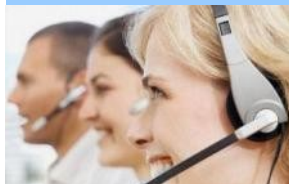
RWE
Distribuční služby



RWE
Interní služby



RWE
Zákaznické služby



RWE Plynoprojekt



RWE IT Czech



RWE Gas Storage



RWE
Key Account CZ



NET4GAS



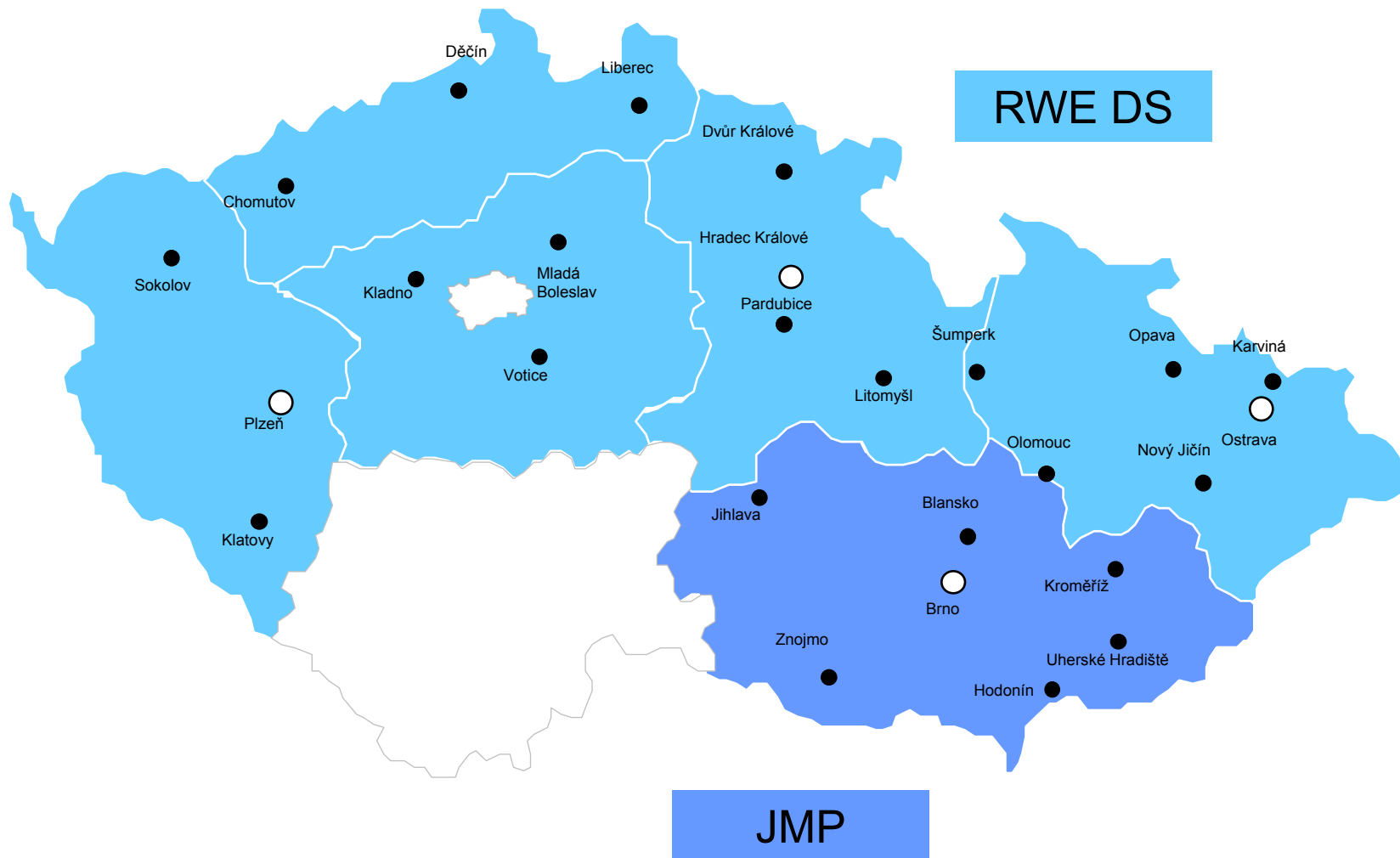
RWE v ČR = 17 společností

Základní údaje o společnostech

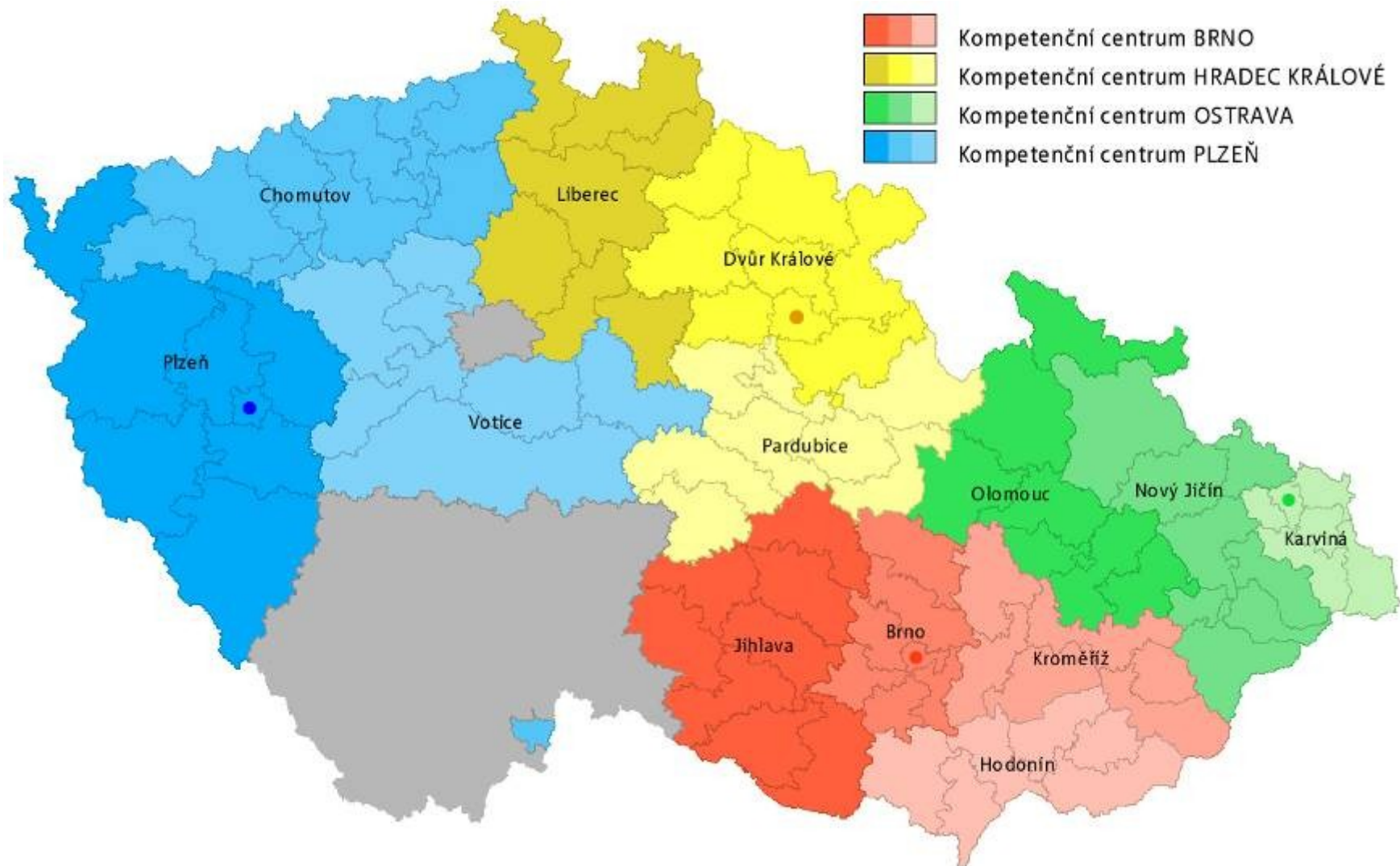
	RWE DS, s.r.o.	JMP, a.s.
Sídlo:	Brno	Brno
Počet zaměstnanců:	1529	783
Zahájení činnosti:	1.1.2008	1.1.1994
Více na:	www.rwe-ds.cz	www.rwe.cz

Motto: Profesionální a efektivní servis našim zákazníkům

Území působnosti RWE Distribuční služby a Jihomoravské plynárenské



Regionální řízení RWE DS a JMP



Regionální řízení RWE DS a JMP

RWE Distribuční služby



KC Plzeň

Provozní oblast:
Plzeň
Chomutov
Votice

Mistrovské
okrsky



KC Hradec
Králové

Provozní oblast:
Liberec
Dvůr Králové
Pardubice

Mistrovské
okrsky



KC Ostrava

Provozní oblast:
Karviná
Nový Jičín
Olomouc

Mistrovské
okrsky

Jihomoravská plynárenská



KC Brno

Provozní oblast:
Brno
Hodonín
Kroměříž
Jihlava

Mistrovské
okrsky

4x KC

13x provozní
oblast

93x mistrovský
okrsek

Hlavní aktivity RWE DS a JMP

RWE Distribuční služby

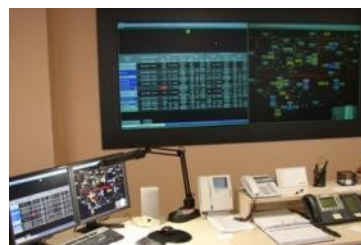
Jihomoravská plynárenská



Obchod se
zemním plynem



Provoz a údržba
PZ



Dispečink
Pohotovost



Měření a
technické služby



Dokumentace
sítí



Výstavba sítí



Operativní
správa sítí

Kontaktní informace

- > Pohotovostní linka 1239
Dispečink sídlí v Brně a Ústí nad Labem.
K dispozici je 7 dní v týdnu, 24 hodin denně.
- > Zákaznická linka 840 11 33 55
Zákaznické Call centrum sídlí v Ostravě.
K dispozici je nonstop

POHOTOVOST PLYN
volejte 1239

ZÁKAZNICKÁ LINKA
840 11 33 55
info@rwe.cz



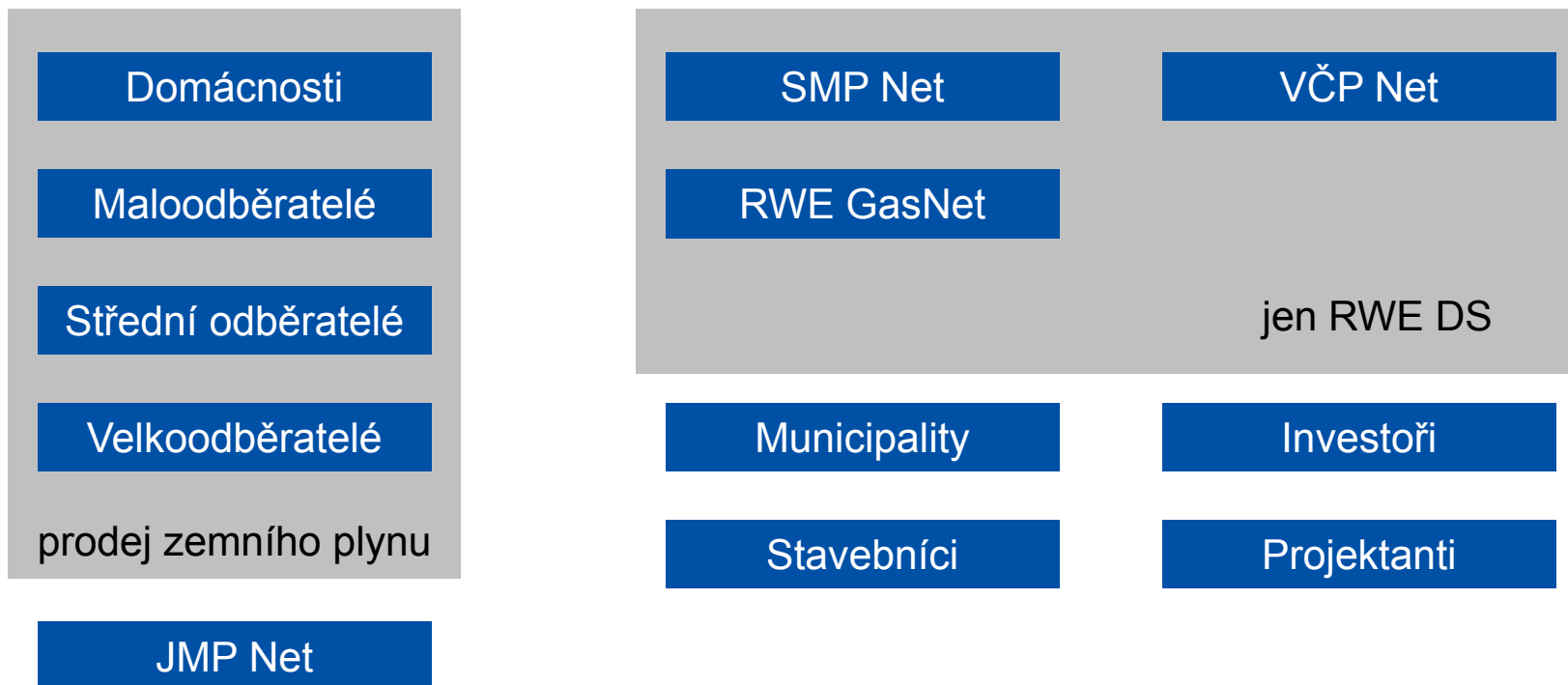
Rozsah spravovaného plynárenského zařízení

	RWE DS	JMP
Délka provozované sítě	45 519 km	17 853 km
Počet provozovaných regulačních stanic	2 558	1 392
Počet instalovaných měřidel	1 692 606 ks	636 557 ks
Počet dálkově sledovaných bodů sítě	1 658 míst	64 míst
Počet staveb PZ v roce 2008	557 staveb/rok	109 staveb/rok
Počet vyjádření vydaných za rok	více než 150 tis.	více než 59 tis.

Zákazníci RWE DS a JMP

RWE Distribuční služby

Jihomoravská plynárenská



Projekty v rámci RWE

- > Společnost Jihomoravská plynárenská se podílí na projektu RWE – energie českého filmu a RWE – energie českého lyžování



Sponzoringové aktivity Jihomoravská plynárenská, a.s.

- > RWE Letní kino na Dobráku
- > Český rozhlas, Rozhlasové studio Brno
- > RWE Volejbal Brno, RWE Projekt Volejbal
- > Archeoskanzen Modrá



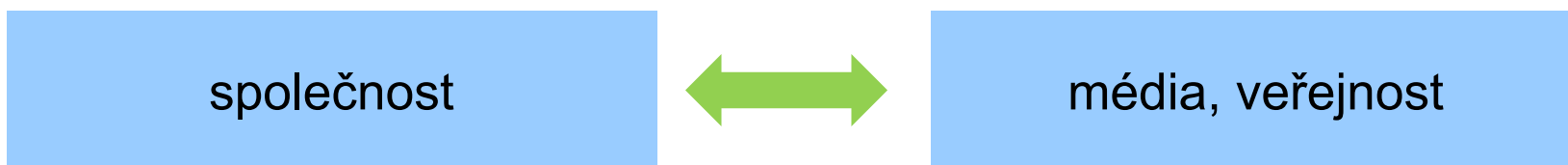
Sponzoringové aktivity Jihomoravská plynárenská, a.s.

- > Letní Filmová škola Uherské Hradiště
- > Moravský podzim
- > Festival vědy s JMP
- > Setkávání Václava Hudečka

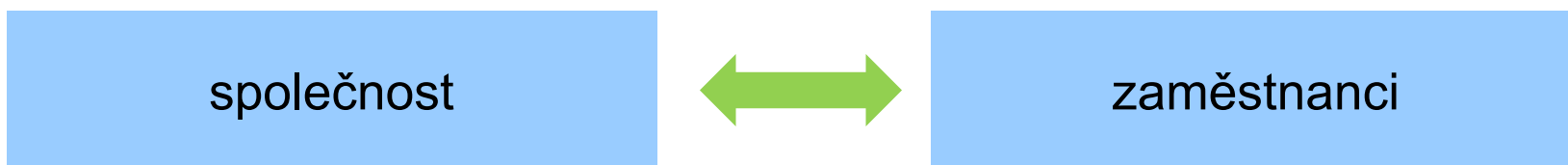


Komunikace a public relations ve společnosti Jihomoravská plynárenská a RWE DS

Externí komunikace (public relations)



Interní komunikace



Zaměstnanci se nesmějí o změnách a o novinkách dozvědět z médií, média by se neměla o nich dozvídat od nepověřených zaměstnanců.

Externí komunikace (PR)



Externí komunikace

Cíle a možnosti

- > zajistit jednotný systém nástrojů, které umožní rychlý, aktuální a věcně správný přenos potřebných informací ke všem cílovým skupinám
- > budovat nadstandardní vztahy s klíčovými médii
- > zvýšit podvědomí o značce
- > profilovat značku v médiích
- > minimalizovat negativní publicitu
- > předcházet a minimalizovat „útoky“ ze strany konkurence
- > udržovat a zvyšovat image společnosti
- > komunikace v obchodní a legislativní oblasti

Externí komunikace

Cílové skupiny

- > odborná veřejnost
- > široká veřejnost
- > zákazníci
- > potencionální zákazníci
- > média
- > obchodní partneři
- > akcionáři
- > státní orgány a instituce
- > profesní sdružení a asociace
- > novináři



Externí komunikace

Metody a nástroje (komunikační kanály)

A/ Veřejnost

- > tiskové konference
- > externí firemní časopis „Na plný plyn“
- > reklamní kampaně
- > služby tiskového oddělení (oddělení komunikace)
- > zákaznická linka
- > zákaznické centrum
- > pohotovostní linka
- > výroční zpráva



Externí komunikace

Metody a nástroje (komunikační kanály)

B/ Média

- > televize
- > rozhlasové spoty
- > PR články
- > webová prezentace
- > tiskové konference
- > tiskové zprávy
- > formální a neformální setkání se zástupci médií

Život v čistém a zdravém životním prostředí se zemním plynem



Jihomoravská plynárenská, a. s., člen skupiny RWE, patří mezi největší regionální plynárenské obchodní společnosti v České republice. Zabezpečuje dodávku zemního plynu zákazníkům v krajích Jihomoravském, Zlínském, Vysočina a části také i Olomouckém, Pardubickém a Jihočeském. Prostřednictvím distribuční společnosti každoročně dodává svým zákazníkům cca 20 milionů MWh zemního plynu. Společnost rovněž zabezpečuje provoz a údržbu plynárenského zařízení, měření spotřeby a kvality zemního plynu, připojování a odpojování zákazníků,

stanoviska k existenci a vytyčování plynárenských zařízení, provoz dispečinku a pohotovostní telefonické linky 1239.

Zemní plyn je nejčistší a nejbezpečnější mezi primárními palivy. Ve své ryzí podobě je zemní plyn hořlavá látka bez barvy, tvaru a zápachu. Při jeho spalování se na rozdíl od jiných fosilních paliv uvolňuje do vzduchu mnohem méně škodlivin. Energie ze zemního plynu se hojně využívá k topení, vaření, výrobě elektrické energie či pohonu motorových vozidel.

Hlavní výhody zemního plynu:

- zemní plyn je jediným primárním palivem, které lze bez nákladných úprav a energetických přeměn dovést přímo k zákazníkovi
- dopravní a distribuční systém je nezávislý na klimatických podmínkách
- zemní plyn je odběratelům k dispozici bez omezení 24 hodin denně 365 dní v roce
- zákazník nepotřebuje prostor pro skladování paliva
- plynové spotřebiče lze snadno ovládat a regulovat
- zemní plyn je nejšetnější ze všech neobnovitelných zdrojů energie



Externí komunikace

Metody a nástroje (komunikační kanály)

C/ Ostatní

- > sponzoring
- > veřejné akce (special events)
- > reklama
- > dary
- > firemní grafický (vizuální) styl, firemní identita
- > slogan



Externí komunikace, hlavní činnosti oddělení komunikace JMP a RWE DS

- > Veškerý publikační styk s externím prostředím (public relations)
- > Tiskový mluvčí, tiskové oddělení
- > Správa monitoringu médií
- > Správa webové prezentace společnosti
- > Správa a koordinace sponzoringových aktivit
- > Správa a koordinace corporate design stylu
- > Správa a koordinace finančních darů
- > Správa reklamních předmětů
- > Zpracování výročních zpráv



Externí komunikace – příklad

Havárie plynovodu

- > Příjem informací s dispečinku, od havarijní komise
- > Vydání tiskové zprávy o havárii – odeslání emailem novinářům, umístění na web
- > Reakce na dotazy novinářů – pouze tiskový mluvčí (email, pevná linka, mobil, televizní zpravodajství)
- > Vydání tiskové zprávy o průběhu odstranění havárie, termínu obnovení dodávek zemního plynu
- > Vydání tiskové zprávy o ukončení prací na odstranění havárie

Interní komunikace



Interní komunikace

Cíle a prostředky

- > zvýšení **povědomosti** zaměstnanců o společnosti
- > posílení **vztahu** zaměstnanců ke společnosti
- > posílení spolupráce interní komunikace s ostatními útvary společnosti

- > aktivní zapojení zaměstnance do dění ve společnosti
- > **podpora mimopracovních aktivit** zaměstnanců ze strany společnosti
- > posílení vztahů ve společnosti
- > posílení spolupráce interní komunikace a marketingu
- > zajištění **provázanosti sponzorských aktivit a zaměstnaneckých bonusů** v rámci všech distribučních společností skupiny RWE
- > vytvoření funkčního a dynamického systému intranetu

Interní komunikace

Cílové skupiny

Primární

- > zaměstnanci

Sekundární

- > obchodní partneři
- > zákazníci společnosti
- > rodinní příslušníci zaměstnanců společnosti



Interní komunikace

Komunikační kanály

Hlavní

- > Intranet
- > Interní firemní časopis Team, Zpravodaj (pouze JMP a RWE DS)
- > Nástěnky
- > Porady
- > Akce pro zaměstnance
- > Elektronická pošta (cca 60% zaměstnanců nemá přístup k emailu)
- > SMS
- > Setkání vedení společnosti se zaměstnanci
- > Pracovní večere s vedením společnosti

Vedlejší

- > Pevná linka
- > Mobilní telefon
- > Osobní kontakt

Interní komunikace, hlavní činnosti oddělení komunikace JMP a RWE DS

- > Správa intranetu společnosti
- > Správa ostatních komunikačních kanálů (email, SMS systém)
- > Správa a koordinace interního časopisu a vedení redakční rady
- > Příprava a koordinace zaměstnaneckých akcí
- > Organizace anket, soutěží
- > Správa galerie, organizace vernisáží



Interní komunikace

Akce pro zaměstnance (event management)



Jednodenní lyžařské zájezdy

leden, únor 2010

v rámci projektu RWE – energie českého filmu



Zimní sportovní hry

29. – 31.1.2010

Železná Ruda, Špičák



Filmová představení

Ženy v pokušení - březen 2010

Román pro muže - říjen 2010

v rámci projektu RWE – energie českého filmu

Interní komunikace

Akce pro zaměstnance (event management)



Modrý den RWE

12.června 2010



Plynárenské letní sportovní hry - Pardubice

září 2010



Daruj krev s RWE

červenec, srpen 2010

Interní komunikace

Akce pro zaměstnance (event management)



Cyklovýlety – Morava, Čechy
květen 2010



Vodácké výlety – Vltava
červen, srpen 2010



Soutěže, ankety
celoročně

Interní komunikace – příklad

Pozvánka na filmové představení

- > Domluva kinosálu v celé ČR, **termínu představení, předběžného počtu diváků**, kalkulace
- > **Příprava, tisk a distribuce** informačních letáků a plakátů
- > Zaslání **SMS pozvánky** zaměstnancům bez přístupu k elektronické poště
- > Elektronická informace na **intranet a emailová zpráva** pro zaměstnance
- > Zpracování **seznamu přihlášených**
- > Informace **kontaktním osobám** o termínu a místě vyzvednutí vstupenek
- > SMS a emailová informace přihlášeným zaměstnancům o kontaktních osobách a **možnosti převzetí vstupenek**
- > **Finální zpráva z akce** a zhodnocení finančních aspektů

Firemní komunikace v RWE



Zákaznická komunikace



Rozšíření služeb prostřednictvím internetu
Elektronické faktury



Elektronické faktury



E-podatelný (datové schránky)

Corporate design manuál

Jednotný vizuální styl je způsob prezentace společnosti skupiny RWE uvnitř i navenek. Jednotný vizuální styl zdůrazňuje jednotnost skupiny jako celku a zajišťuje její individualizaci na energetických trzích. Hlavním účelem je informovat a upoutat pozornost oslovované cílové skupiny.

Základním prvkem jednotného vizuálního stylu je logo RWE. Prostředky jednotného vizuálního stylu jsou písmo, barva, fotografie a standardizovaný způsob jejich používání. Dále sem patří dodatkové značky.

Jednotné a správné dodržování pravidel firemní identity spoluvytváří image společnosti, a tím posiluje vnímání hodnot a funkcí, které společnost reprezentuje. Tyto hodnoty mají sice nepřímý, ale významný vliv na rozhodování zákazníků a obchodních partnerů a u pracovníků přispívají k vytvoření pocitu sounáležitosti se společností.



Logo RWE



Vozový park



Dopis



Brožura



Web



Pracovní oděvy



Složka na tiskové zprávy a CD-ROM

Branding na první pohled



Záhlaví dopisu pro univerzální použití



Přední strana brožury



Domovská stránka RWE



Komunikace



Složka na tiskové zprávy a CD-ROM



Katalog



Malá specializovaná prezentace



Komunikace

Pravidla pro užití loga

Existuje několik verzí loga, každá z nich je určená pro jiné použití. Barevné logo (přímá barva nebo 4c) se používá na předdefinovaném barevném přechodu nebo bílém pozadí.

U brožur, reklamních inzerátů a při použití na internetu je logo vždy zobrazeno na předem definovaném barevném přechodu.



Standardní verze na tmavém barevném přechodu:
Formát souboru loga: ai

V některých případech je také možné umístit logo v barvě na foto. Zkontrolujte dostatečný kontrast mezi fotem a logem. Ve výjimečných případech (např. pozadí s primární barvou) může být logo také použito ve své negativní verzi.



Standardní verze na světlém barevném přechodu:
Formát souboru loga: ai

K dispozici je i verze pro černobílé použití, např. formuláře.

> Viz stránka 15.



Standardní verze na bílém podkladu:
Formát souboru loga: ai, eps



Standardní verze na fotu:
Formát souboru loga: ai



Speciální verze. Negativní na modrém podkladu:
Formát souboru loga: ai



Verze v černé na bílém podkladu:
Formát souboru loga: ai, eps

Pravidla pro užití loga

Logo je důležitou součástí image skupiny RWE, a proto musí být vždy používána jeho definovaná verze.

Efekty a zkreslení - podobné obrázkům níže - nejsou povoleny.



Špatná barva



Stlačené



Roztažené



Špatné proporce



Obrys



Otočené



Stín pod logem



Odříznuté



Špatné proporce

Dodatkové značky

Dodatkové značky patří k prvkům firemního designu RWE. Pod pojmem dodatkové značky jsou prezentovány značky pro jednotlivé marginální služby společnosti.

Dodatkové značky mají čistě typografickou podobu a jejich preferovaný vzhled je znázorněn níže.

Standardní verze
na bílém podkladu:
Formát souboru loga: ai, eps

Standardní verze
na barevném podkladu:
Formát souboru loga: ai, eps

Verze v černé
na bílém podkladu:
Formát souboru loga: ai, eps

Negativní verze,
na modrém podkladu:
Formát souboru loga: ai, eps

Pro akční nabídky je použita
standardní verze
na žlutém podkladu:
Formát souboru loga: ai, eps

ZÁKAZNICKÁ LINKA
840 11 33 55
info@rwe.cz

ZÁKAZNICKÁ LINKA
840 11 33 55
info@rwe.cz

ZÁKAZNICKÁ LINKA
840 11 33 55
info@rwe.cz

ZÁKAZNICKÁ LINKA
840 11 33 55
info@rwe.cz

ZÁKAZNICKÁ LINKA
840 11 33 55
info@rwe.cz

POHOTOVOST PLYN
volejte 1239

POHOTOVOST PLYN
volejte 1239

POHOTOVOST PLYN
volejte 1239

POHOTOVOST PLYN
volejte 1239

JEZDÍM NA ZEMNÍ
PLYN

JEZDÍM NA ZEMNÍ
PLYN

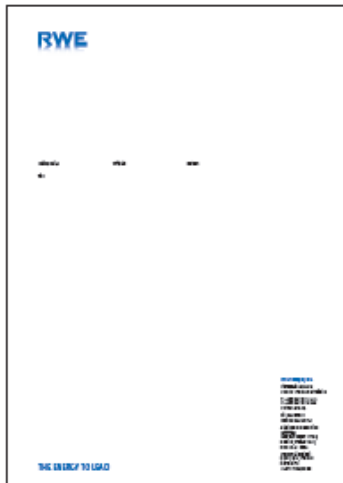
JEZDÍM NA ZEMNÍ
PLYN

JEZDÍM NA ZEMNÍ
PLYN

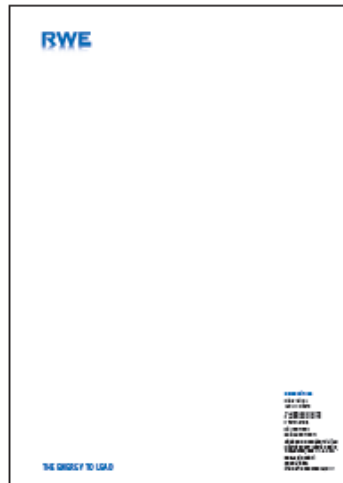
Pravidla psaní dopisu

- > Předem vytvořené šablony v programu Microsoft Office
- > Zarovnání pouze do bloku vlevo, pouze písmo Arial
- > Tisk pouze na předtištěný hlavičkový papír
- > Oslovení v 5. pádě, odstavce oddělené řádkem
- > Podpis zarovnán do bloku vlevo
- > Obrázky, grafy, tabulky jsou uvedeny na zvláštní příloze
- > První list obsahuje povinné údaje o společnosti, ostatní jen obchodní značku

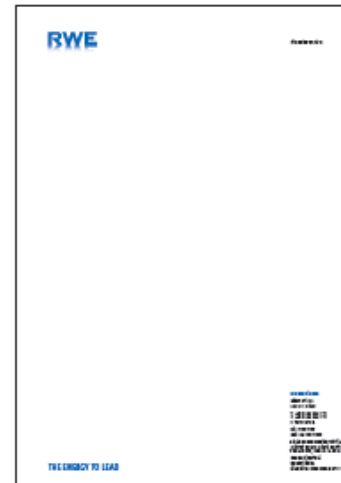
Firemní tiskoviny



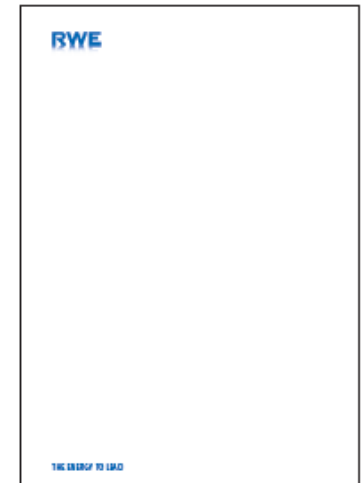
Standardní dopis s údaji - 1. list



Standardní dopis - 1. list



Dopis pro představenstvo - 1. list



Dopis - 2. list



Jednostranná vizitka



Obálka DL



Formulář

Psaní emailu

- > Odpověď při přijetí emailu, datum kdy bude úkol splněn
- > Oslovení v 5. pádě
- > Velikost emailu
- > Podpis

Pozdrav (např. S pozdravem)
Jan Novák
Jméno společnosti RWE
Organizační jednotka, popř. anglický překlad
Oddělení, popř. anglický překlad
Příkladová 5, 451 28 Vzorkov, Česká republika
T 911 12 34 (interní)
T +420 123 456 789 (externí)
M +420 123 456 789
F +420 123 456 789
mailto: jan.novak@rwe.cz

Faxová zpráva, interní sdělení

Faxová zpráva

účel použití a tisk

Tato předloha slouží k zasílání zpráv faxem. Je určena všem pracovníkům společnosti. Existuje pouze v černobílém provedení jako šablona ve formátu MS Office, tiskneme ji na čistý bílý papír formátu A4 nebo přímo z počítače do faxového výstupního zařízení.

údaje k vyplnění

V šabloně vyplňujeme údaje o příjemci a odesílateli.

členění, přílohy

Vzhled sdělení se řídí stejnými principy jako v případě dopisů: zprávu členíme do odstavců, přílohy zasíláme samostatně.

Interní sdělení

účel použití a tisk

Interní sdělení slouží k interní komunikaci. Je určeno všem pracovníkům společnosti. Existuje pouze v černobílém provedení jako šablona ve formátu MS Office, tiskneme ji na čistý bílý papír formátu A4 nebo přímo zasíláme v elektronické podobě.

údaje k vyplnění

V šabloně vyplňujeme údaje o příjemci a odesílateli.

členění, přílohy

Vzhled zprávy samotné se řídí stejnými principy jako v případě dopisů: zprávu členíme do odstavců, přílohy zasíláme samostatně.

The form is titled "RWE" in the top left and "Fax" in the top right. It contains several fields for recipient and sender information, including "Adresat", "Oblast", "Titul", "Jméno", "Příjmení", "Místo", "Firma", "Příjmení", "Firma", "Místo", "Firma", "Příjmení", "Firma", "Místo", "Firma". There are also checkboxes for "Odstavec", "Na oběh", "Příloha v komentáři", and "Příloha odpovědi". At the bottom left, it says "THE ENERGY TO LEAD". At the bottom right, there is contact information for RWE Distribuční služby, including phone numbers and a website.

Faxová zpráva

The form is titled "INTERNÍ SDĚLENÍ". It contains several fields for recipient and sender information, including "Kому", "Naše značka", "Vaše značka", "Datum", "Výška", "Titul", "Místo".

Interní sdělení

Prezentace v MS Powerpoint

základní části vzoru

Definovaný vzor prezentace vychází z jednoduchého schématu, který dělí plochu obrazovky na tři základní části:

- hlavičku, do které píšeme název snímku,
- pole s vlastním obsahem snímku,
- spodní část, která je vyhrazena pro logo umístěné vlevo a kontaktní údaje.

struktura prezentace

Na rozdíl od jiných dokumentů je prezentace specifická v tom, že nemusí obsahovat veškerý text, který chceme sdělit. Na snímcích uvádíme jen opravdu důležité informace. Druhý snímek uvádí obsah. Další snímky rozpracovávají bod po bodu podrobnosti. Raději vytvořte o několik snímků více, než abyste snímek zahltili přemírou informací.

formát a tisk

Velikost snímku vychází z formátu A4, který lze dobře zobrazit na běžném monitoru a je vhodný i pro vytištění. Stejně vhodným formátem je přednastavená velikost PowerPointu 24 × 18 cm.

písmo

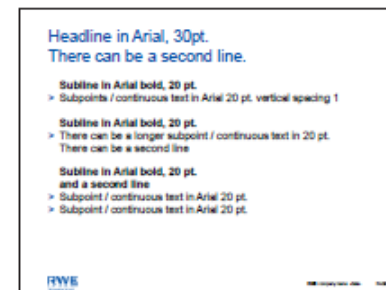
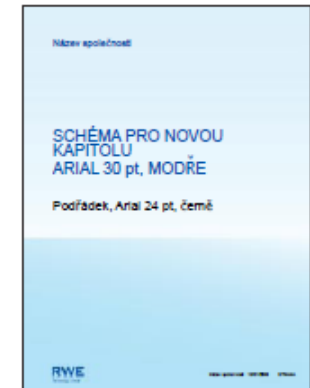
V prezentaci, stejně jako v jiných dokumentech, používáme písmo Arial (normální/regular, bold/ tučné, black). Velikosti a odsazení jsou definovány již v šabloně.

barvy

Základní barevné schéma je definováno v šabloně a vychází z firemních barev.

práce se šablonou

Práce s definovanou šablonou je jednoduchá: kliknutím do textových rámečků můžeme rovnou přepisovat text; nový snímek vyvoláme z nabídky Vložit>Nový snímek, kde si pak vybereme vhodný typ snímků. Hierarchii textu určujeme tlačítky Zvýšit/ Snížit úroveň. Název prezentace v zápatí upravíme na předloze snímku (Zobrazit>Předloha>Snímek), nemusíme jej vkládat na každý snímek znovu.



Tabulky

	2001	2002	%
Ložiska, ložiskové desky	4 420,00	4 420,00	-
Lopaty	13 140,00	26 280,00	200,00
Společnost	2 240,00	2 240,00	100,00
Společnost	34 224,00	32 920,00	96,22
Společnost	4 720,00	5 020,00	106,57
Společnost	67 224,00	6 860,00	10,20
Společnost	3 120,00	3 120,00	100,00
Společnost	4 480,00	33 224,00	741,63
Společnost	14 720,00	2 240,00	15,22
Společnost	2 240,00	3 120,00	139,29

RWE

Jak uspět při výběrovém řízení



Životopis

Hlavička – kontaktní údaje

- > Nepoužívejte oslovení slečna/ paní/ pan
- > Adresa: pokud se liší Vaše adresa trvalého a přechodného bydliště, uveďte tuto skutečnost
- > Telefon: jeden kontakt
- > Email: jeden kontakt, soukromá e-mailová adresa, pozor na přezdívky, apod.
- > Další osobní údaje – není nutné uvádět

Vzdělání

- > Studenti/ absolventi – uvádějte před praxí
- > Řadte chronologicky
- > Neuvádějte základní školu
- > U VŠ uvádějte co nejpřesněji fakultu, obor, specializace, vedlejší specializace, název bakalářské/ diplomové práce
- > Ročník/ předpokládané ukončení studia
- > Způsob ukončení studia
- > Další vzdělávání – kurzy, jazykové pobyty, studijní pobyty, účast na projektech apod., uvádějte samostatně za praxí

Praxe

- > Řadte chronologicky
- > Uvádějte období (nikoliv pouze rok), název zaměstnavatele, název pozice
- > Náplň práce – zejména u posledních zaměstnavatelů, konkrétní zodpovědnosti, kompetence, činnosti
- > Uvádějte pouze relevantní praxi (ne každou brigádu)
- > Neuvádějte důvod ukončení zaměstnání
- > Neuvádějte mzdové požadavky
- > Skutečnosti nezkreslujte

Jazykové znalosti

- > Uvádějte pouze znalost jazyků, relevantních k dané pozici
- > Znalost jazyků blíže specifikujte: pasivní, slovem a písmem, aktivní komunikace, odborná terminologie nebo dle evropské stupnice znalosti jazyků (A1, A2, atd.)
- > Uvádějte certifikáty, osvědčení, apod., vč. roku absolutoria

Další dovednosti

- > Uvádějte znalosti/ dovednosti, které mohou přesvědčit zaměstnavatele o Vaší přidané hodnotě
- > Řidičský průkaz (typ, rok získání ŘP)
- > Počítačová gramotnost – úroveň znalostí MS Office, SAP, další používané programy/ SW
- > Odborné kurzy

Reference

- > Pokud je to možné, uveďte kontaktní osobu pro podání referencí v posledním zaměstnání
- > Uvedení konkrétních referencí přidá na Vaší důvěryhodnosti

Zájmy

- > Zájmy napovídají o Vaší osobnosti, např. týmový hráč/ individualista, introvert/ extrovert
- > Dobrovolnictví, členství v klubech, sdruženích, asociacích, profesních klubech, apod.

Tipy

- > Délka životopisu max. 2 strany A4, chronologie
- > Stručnost, přehlednost, jednoduchost
- > Jednotný font, barva písma pouze černá
- > Bez grafických prvků
- > Fotografie pasového formátu v pravém horním rohu
- > Nejvíce se zaměřte na poslední zaměstnání a na zkušenosti, které jsou relevantní k dané pozici

Tipy

- > Nepoužívejte zkratky, pokud nesouvisí s poptávanou pozicí
- > Skutečnosti v životopise nezkreslujte
- > Nenadhodnocujte ani nepodceňujte své znalosti a zkušenosti
- > Pozor na pravopis, překlepy

Motivační dopis

- > Představení kandidáta zaměstnavateli
- > Shrnuje motivaci, vzdělání, zkušenosti a dovednosti, které jsou relevantní pro danou pozici
- > Vždy musí být konkrétní k dané pozici (ne obecný MD na více pozic)
- > Cílem je zaujmout personalistu, který vede výběrové řízení
- > Pokud jej píšete do těla emailu, nepoužívejte diakritiku

Struktura motivačního dopisu

Oslovení

- > Adresujte konkrétní osobě na HR
- > Stručně představení se

Hlavní část

- > Důvod výběru dané společnosti (obor podnikání, velikost firmy, image firmy, PR aktivity, apod.)
- > Důvod výběru pozice – proč Vás zaujala, praxe/ znalosti/ dovednosti, které budou na této pozici pro firmu přínosem
- > Příklady konkrétních dosavadních úspěchů (v předchozím zaměstnání, při studiu)
- > Pokud bydlíte v jiné lokalitě, než je vypsáno pracovní místo, vyjádřete ochotu k mobilitě

Struktura motivačního dopisu

Závěr

- > Uvedte odkaz na životopis
- > Můžete uvést kontaktní osobu pro podání referencí
- > Projevte zájem o osobní setkání
- > Uvedte telefon, e-mail, na kterých budete očekávat reakci

Příklad průběhu VŘ v RWE

Personalista provede předvýběr došlých životopisů

1. kolo VŘ – pohovor s personalistou

- > Obecný rozhovor o pracovních zkušenostech
- > Test znalosti cizího jazyka
- > Případová studie
- > Personalista informuje o kandidátech manažera, doporučí vhodné kandidáty ve vztahu k obsazované volné pracovní pozici do dalšího kola

2. kolo VŘ – pohovor s personalistou a manažerem

- > Odborný rozhovor ověřující znalosti kandidáta v problematice
- > Profilový test osobnosti

3. kolo VŘ – nejvhodnější kandidáti, pohovor s ředitelem útvaru

DĚKUJEME ZA VAŠI
POZORNOST!

