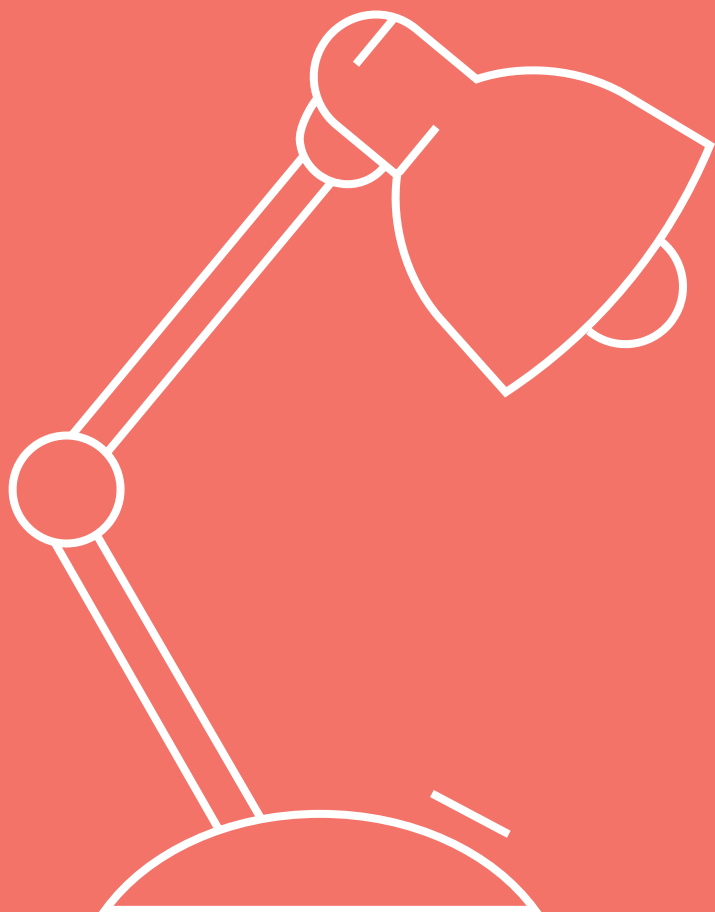


visibility

# AKO SA DOSTAŤ

do reklamnej  
agentúry



# Kapitoly:

## 1. Ťažký agentúrny život vo Visibility

## 2. Ako si nájsť prácu v online agentúre

## 3. Málo rokov, veľa skúseností.

Prečo je v reklamkách tak veľa mladých ľudí?

## 4. Vieš sa predať?

7 tipov, ako si personalistov získať už životopisom

## 5. Ako ti Facebook môže pokaziť pracovný pohovor

## 6. Chceš robiť v online?

Sprav si úplne zadarmo tieto certifikáty

# 1. Ťažký agentúrny život vo VISIBILITY

Autor: **Matúš Lovás** Často môžete počuť alebo čítať, aké je to v reklamných agentúrach náročné. Zamestnanci pracujú od skorého rána do neskorého večera. Pravidelne v práci ponocujú, pretože je potrebné stihnúť prísne deadlines a klienti predsa nepočkajú, respektíve už včera bolo neskoro.

Naši klienti sú pre nás dôležití, a preto sa pre nich snažíme spraviť maximum, čo je v našich silách. Stáva sa, že niekedy treba proste potiahnuť v práci dlhšie, dorobiť niečo cez víkend a obetovať občas voľný čas práci. Väčšinu času v roku sa však u nás pracuje klasických 8 hodín.

Na druhej strane sú však pre nás veľmi dôležití aj naši zamestnanci. Nechceme predsa, aby po pol roku od nás utiekli z dôvodu prepracovanosti, únavy, psychického vyčerpania alebo vyhorenia. Chceme, aby sa v práci cítili pohodlne, spokojne a vytvárame pre nich príjemné pracovné prostredie, ktoré tvoria nielen naše skvelé priestory, ale najmä skvelý kolektív.

Ich náročnú prácu navyše odmeňujeme nielen platom, ale aj rôznymi príjemnými benefitmi.

## Masáž na boľavú chrbticu

Tento benefit som vybral naschvál ako prvý. Komukoľvek poviem, že máme v práci raz za mesiac polhodinovú masáž, je veľmi prekvapený a nadšený z toho, aké je to super. Áno, je to super, keďže väčšinu času v práci trávime za počítačom. Masáž potom pre nás pôsobí veľmi blahodarne a dodá nám kopec energie do práce. A áno, masáž je počas pracovnej doby.



## Jazykové hodiny, aby sme mohli robiť aj pre medzinárodných klientov

Druhým skvelým benefitom sú jazykové hodiny. Momentálne je možné si u nás rozširovať jazykové schopnosti v angličtine, nemčine a španielčine.

Nielenže sa ľudia naučia nový jazyk, ktorý môžu použiť na svojich cestách do zahraničia, ale otvára nám to aj ďalšie možnosti spolupráce s potenciálnymi zahraničnými klientmi.



## Flexibilný pracovný čas...

V súčasnosti veľmi dôležitý a pre ľudí aj hodnotný benefit, ktorý by podľa môjho názoru mala ponúkať väčšina firiem, v ktorých to možné je. U nás zamestnanci nemusia byť nastúpení v pozore už o 8:00. Pokojne môžu prísť o 10:00. Ak potrebujem iný deň odísť skôr domov, o 15:00 zatváram dvere od kancelárie. Dôležité je, aby bola spravená všetka robota, ktorá má byť hotová.



## ...a s tým súvisiaci Homeoffice

Raz do týždňa má u nás každý nárok navyše aj na prácu z domu, čiže homeoffice. Predsa len sa doma niektorým pracuje lepšie. Majú doma väčší pokoj a vedia sa lepšie sústrediť na prácu. Viac o tom, ako využívame homeoffice, si môžete prečítať v článku [Spoved' milovníkov homeofficu](#).



## Relax v saune

Mimo pracovných hodín môžeme zrelaxovať v našej infra saune. Posilňujeme tak našu imunitu, aby sme neboli často chorí. Ak niekto ochorie, prvé, čo sa ho Juraj pýta, je, či chodí pravidelne do sauny, takže netreba to zanedbávať.

**Keď je v kancelárii veľký hluk, tak niekedy slúži aj ako miesto na telefonovanie.**



## Firemné vzdelávanie

Vzdelávanie a rozvoj našich zamestnancov je pre nás veľmi dôležité. Aj preto máme možnosť navštevovať rôzne konferencie, platené aj neplatené, školenia od Google a aj naše **Biznis menu**, prípadne **Pivo po 5**. Navyše sa v našej kancelárii nachádza aj obsiahla firemná knižnica, z ktorej si môžeme požičať knihy aj domov.



## Chutné raňajky a obedy v centre mesta

Kedže sa náš office nachádza v centre mesta Bratislavy priamo na Panskej ulici, tak máme po ruke samé skvelé reštaurácie a kaviarne. Na raňajky preto nepohrdneme skvelou praženicou alebo omeletou v Moods či v Mondieu. Na obed nás čaká široký výber z denných menu za prijateľné ceny. Nemusíme chodiť do nezdravých fast foodov.



## Po obede partička Kalčeta

Po chutnom obede nesmie chýbať jedna-dve partičky kalčeta. V našej chilloute zóne máme po celý rok dostupný Rosengart stôl. Máme preto celkom dobrý tréning a asi preto sme aj za posledné 2 roky vyhrali turnaj reklamných agentúr v stolnom turnaji.



## Meetingy s pivom v ruke

Raz do mesiaca má každý náš tím meeting mimo kancelárie v kaviarni alebo v reštaurácii. Dáme si chutný koláčik alebo jedno, dve piva a riešime tímové úlohy a problémy. Vďaka zmene prostredia prídeme na nové myšlienky a sme viac otvorenejší a kreatívnejší.

## A to nie je všetko. Medzi ďalšie benefity patria:

- ♥ **teambuildingy,**
- ♥ **chillout zóna,**
- ♥ **extra dovolenka po 3 a 5 rokoch vo **Visibility**,**
- ♥ **interné prezentácie a školenia,**
- ♥ **ovocie raz do týždňa,**
- ♥ **raňajky od kolegov,**
- ♥ **a mnohé ďalšie.**



# 1. Ako si nájsť prácu v online agentúre

Autor: **Ján Andrejko** Nájsť si prácu v online marketingovej agentúre je ľahké. Nie, Odkaz: **blog** naozaj, je to ľahké. Je to preto, lebo online marketingové agentúry vám zo svojej podstaty uľahčujú celý proces hľadania a prijímania do zamestnania. Ak chcete dôkaz, práve ho čítate.

## Neznesiteľná ľahkosť hľadania práce v online agentúre

Ako som sa ja dozvedel o svojej terajšej pracovnej pozícii vo Visibility? Klikol som na platenú reklamu na mojom osobnom facebook feede. Také ľahké. **Nemusel som nič robiť, dokonca ani hľadať.**

Dnes viem, že ak hľadáme juniorské pozície, obraciame sa s prosbou o zverejnenie inzerátu priamo na marketingové či žurnalistické katedry vysokých škôl. Pracovníci katedier zväčša veľmi radi tieto inzeráty prepošú študentom, a tak vás dokonca môžu začať rôzne ponuky aj otravovať. Zvážte každú ponuku. Napriek tomu, že prišla všetkým spolužiakom, prihlásiť sa mohlo len pár z nich, ak vôbec niekto.

Ako som však zistil, že sa vlastne chcem prihlásiť? Pozrel som si **profily všetkých zamestnancov**, presvedčila ma prezentácia celej spoločnosti, či už na sociálnych sieťach, hlavne na **Facebooku**, ale aj to, že robia niečo navyše, ako napr. **videoblogy**. (Ktorý blázon dnes na Slovensku robí videoblogy o online marketingu?) Nemusel som ani vážne rozmýšľať nad zmenou práce a už ma tá prefíkaná online agentúra dostala.



Ako som vedel, čo spoločnosť presne očakáva, aká je to pozícia a či na tú pozíciu mám? Všetko **mi priniesli ako na tanieri** na ich webe. Dokonca publikovali **články o chybách, ktorým sa mám vyvarovať** pri **uchádzaní o prácu** a o tom, aké **certifikáty si môžem spraviť online zadarmo**. Nemusel som si krvopotne domýšľať, čo by asi tak mohli odo mňa očakávať. Hneď som si mohol tie zručnosti zvýrazniť v životopise.



Bude sa mi v tejto firme páčiť? Zapadnem? Tieto otázky sa už dnes nemusíte sami seba pýtať, stačí si prečítať firemný blog. **Akých ľudí môžem čakať**, ako vyzerá **život v online agentúre** či konkrétne denno-denná rutina **SEO projektového manažéra** alebo **copywritera**, to všetko sa dočítate na blogu.



## Nebude to také ľahké...

Na druhej strane, nájsť si prácu v online marketingovej agentúre **nie je vôbec ľahké**, ak toto všetko neviem premeniť na svoju príležitosť. Totiž, ak to online agentúra robí poriadne, môže si vyberať...



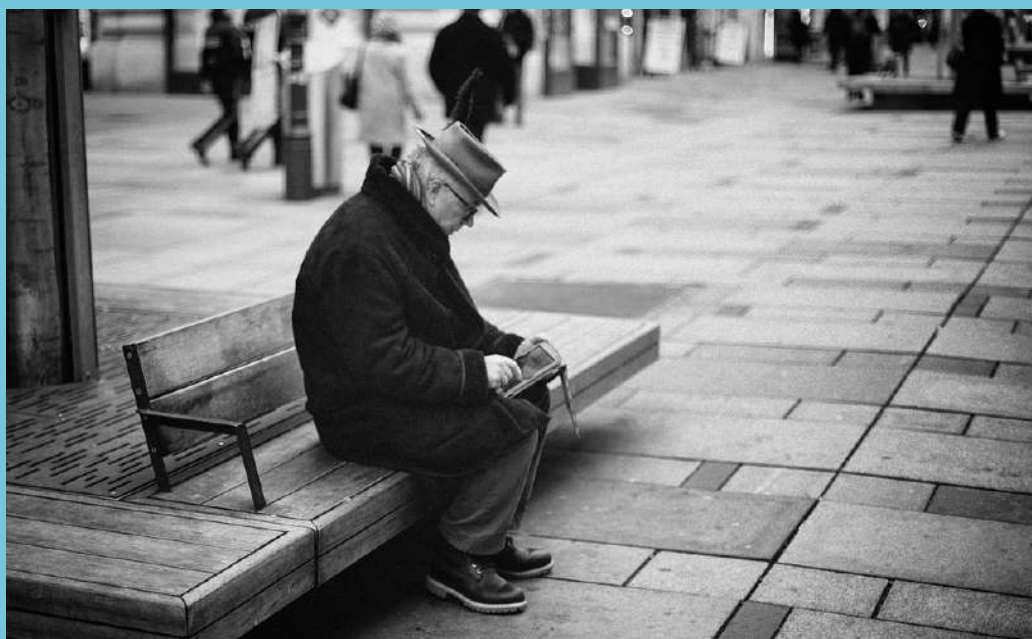
Predpokladajme teda, že vo všeobecnosti sa hodím do sveta súkromných firiem dnešného sveta. To znamená, že nemám problém komunikovať s kolegami, nadriadenými, podriadenými, klientmi, **viem písať e-maily** a telefonovať. A vôbec, ovládam všetko ostatné, čo je potrebné, aby som bol prospešný v ľubovoľnej organizácii na tejto planéte.



**Ako si teda nájdem tú vysnívanú prácu, kde môžem byť celý deň na Facebooku a ešte ma za to budú platiť?**



## 1. Zistite, či patríte do sveta online marketingu



Ste dostatočne „online“, aby ste zvládli technologický pretlak v online marketingovej agentúre?

V prvom rade si treba uvedomiť, **či vôbec patríte do sveta online marketingových agentúr**. Skúste si položiť tieto otázky:

- 💡 **Mám Facebook profil s aspoň 200 priateľmi?**
- 💡 **Čítam denne novinky z hocijakej oblasti na internete?**
- 💡 **Nakupujem bežne na internete?**
- 💡 **Vlastním smartfón a surfujem na ňom?**
- 💡 **Mám ešte aspoň jeden profil na inej sociálnej sieti?**
- 💡 **Mám profil na LinkedIn-e?**
- 💡 **Viem celkom solídne tvoriť, či už ide o grafiku, koncepty, slovo či hudbu?**
- 💡 **Mám ducha pre biznis alebo ešte lepšie pre marketing?**
- 💡 **Dospel som už k presvedčeniu, že byť celý deň na Facebooku nie je vôbec sranda?**

Ak je odpoveď na aspoň sedem z týchto deviatich otázok áno, verím tomu, že by ste mohli začať uvažovať nad prácou v online marketingu.



## 2. Nájdite si dobrú online agentúru

V prvom rade si urobte dobrý prieskum a **spíšte si zoznam online marketingových agentúr** pôsobiacich v kraji, v ktorom chcete pracovať. Tu je **Google vaším priateľom**. Zamerajte sa na to, ako si firma robí svoju prácu sama pre seba. Nie, v tomto prípade **obuvníckove deti nemôžu chodiť bosé...** Položte si napríklad tieto otázky:



💡 **Je táto agentúra na prvých stranách vo výsledkoch vyhľadávania Google?**



💡 **Má táto agentúra blog? Dá sa čítať? Obsahuje užitočné informácie?**

💡 **Viete si predstaviť pracovať pre klientov tejto agentúry, ak sa vie nejakými pochváliť?**

Má táto agentúra populárne účty na sociálnych sieťach? Keď ste si už našli nejaké firmy, ktoré vás zaujali, začnite ich sledovať na sociálnych sieťach. Čoskoro zistíte, či za niečo stoja a ak stoja, či hľadajú nových ľudí. To ale neznamená, že musíte čakať na voľnú pozíciu, pokojne pošlite životopis, keď sa budete na to cítiť. Ak máte čím zaujať, môže sa na vás usmiať šťastie.



## 3. Popracujte na sebe

Duša online marketéra je zvedavá. Fascinujú nás nekonečné možnosti internetu, takže by sme chvíľu chceli byť dizajnéri, chvíľu social media manažéri, chvíľu blogeri a SEO špecialisti alebo si rovno založili vlastný startup s nejakou revolučnou iPhone appkou.





Nepodľahnite tlaku okolia. Zamerajte sa na jednu oblasť a venujte sa jej poriadne.

O tomto všetkom potrebujete vedieť základy, ale začnite sa čím skôr sústrediť na jednu oblasť. Veľmi rýchlo pochopíte, že aj v rámci jednej oblasti máte takmer nekonečné možnosti rastu. Váš cieľ je vedieť **o všetkom niečo a o niečom všetko**.



Ani najväčší social media expert však nevie všetko a nemôže zvládať sledovať všetky online trendy, pravdepodobne preto, lebo má veľa práce a určite aj offline život. Preto si nájdite dobrých a renomovaných online expertov a pravidelne ich čítajte. Môžete začať **našimi obľúbenými blogmi**, ja pridávam ešte známeho online marketéra menom **Neil Patel**. Vyberte si iba zopár najlepších vo svojom odbore, **nerozptyľujte svoju pozornosť** na všetky strany.



Teória nestačí. **Budte niečím zaujímaví**, urobte niečo, vďaka čomu budete vytíčať z davu a hlavne, čo vás bude baviť a presvedčí iných, že vás to baví.

 **Založte si blog a nenechajte ho zapadnúť prachom.**

 **Nadizajnujte web alebo tri pre kamaráta.**

 **Naprogramujte web alebo tri pre kamaráta.**

 **Pomáhajte organizovať podujatia pre verejnosť.**

 **Hrajte v kapele, spievajte v kapele, tvorte tracky alebo robte niečo iné, čo vás aj druhých baví.**





Ukážte, že vás baví robiť niečo, čo robí radosť ostatným.

Robte to zadarmo, pre radosť alebo aj za peniaze, robte to ale tak, aby ste sa tým chceli chváliť. No nerobte všetko naraz! Možno máte na Facebooku kamaráta, ktorý fotí, kreslí, píše básne, dizajnuje, je DJ, zakladá startupy, programuje, organizuje a má 1500 priateľov. Nenechajte na seba vytvoriť umelý tlak, robte jednu vec a robte ju poriadne.

Pri hľadaní akejkoľvek práce musíte mať reálne očakávania. Zhodnoťte, či máte schopnosti, danosti a hlavne skúsenosti na danú pozíciu. Ak študujete marketing, žurnalistiku, IT či manažment a ešte ste nemali relevantnú pracovnú skúsenosť, nemierte vyššie ako na juniorské či brigádnicke pozície alebo stáž.

#### 4. Nebojte sa urobiť niečo navyše

Online agentúry nie sú väčšinou mega korporácie, kde vaše „CV“ a „Cover letter“ nahrávate do anonymného dotazníka na korporátnom webe. Ako som už písal vyššie, **dávajú vám o sebe viac informácií**, ako je potrebné.





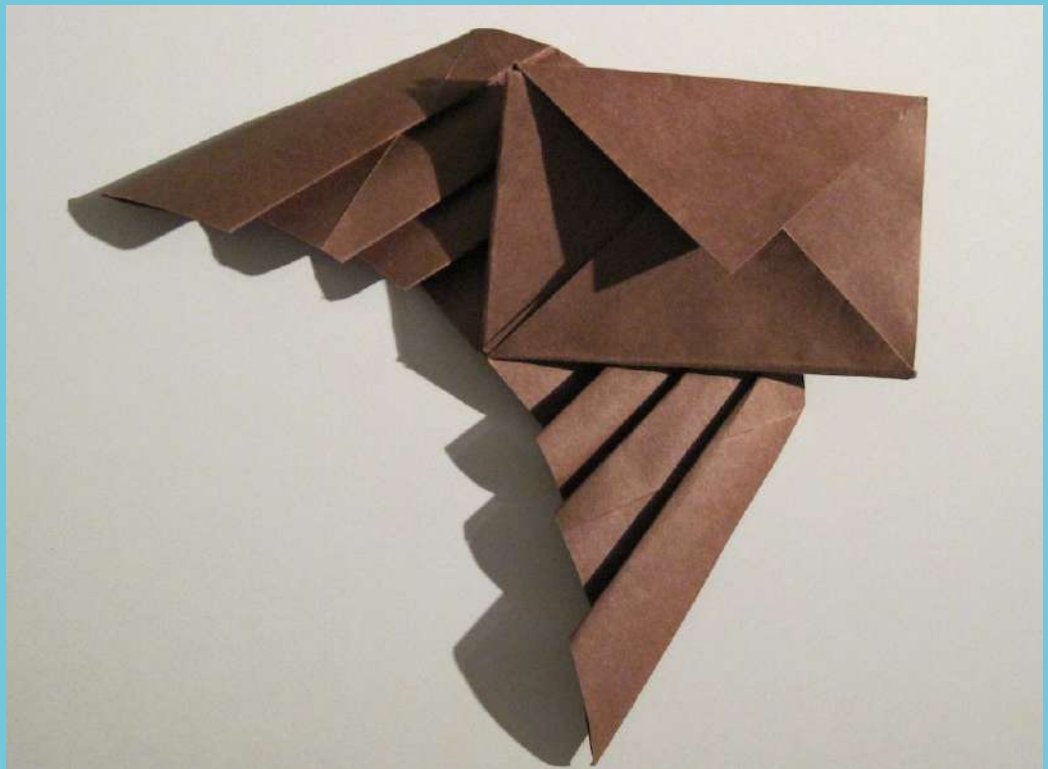
Často presne viete, komu posielate svoj životopis, a tak máte možnosť ušiť vašu žiadosť na mieru a **byť osobnejší**, samozrejme, v rámci maximálnej slušnosti.



Za dva roky vo Visibility som zažil už rôzne „kreatívne“ predmety e-mailov a motivačné listy uchádzačov o prácu. Niektoré boli natoľko uletené, že som dal radšej prednosť uchádzačom, ktorí sa prejavili serióznejšie. Je dôležité mať na pamäti, že sa predsalen hlásite o platenú pracovnú pozíciu v dôveryhodnej firme a túto firmu chcete reprezentovať svojím dôstojným a dôveryhodným správaním pred klientmi a verejnosťou. Kreativita sa dá ukázať bez nutnosti pútať na seba pozornosť za každú cenu.



Ako v každej firme, aj v online agentúrach o vás budú rozhodovať ľudia, ktorí nemajú čas nazvyš. **Uľahčite im ich robotu**. Oni chcú vybrať ľudí, ktorí chcú pracovať práve u nich a zostanú s nimi dosť dlho na to, aby priniesli firme nejaký prospech (čo je nezriedka aj viac ako pol roka!). Presvedčte ich o tom, že vy ste tento prípad. Urobte niečo navyše, ale buďte seriózni.



Nebojte sa byť originálni – aj offline vie zaujať!

Viem, že pre mňa fungovalo to, že som životopis **ušil na mieru žiadanej pozícií**, spomenul a zvýraznil som zručnosti špecifické pre túto pozíciu. Potom som poprosil brata, aby mi ušil na mieru aj dizajn životopisu. Toto som nielen poslal spolu s pekným motivačným listom, ale aj **vytlačil a osobne v obálke zanesol priamo do kancelárie firmy** môjmu budúcemu šéfovi Marekovi, ktorý ma hneď zobral na pohovor. Neušetril som čas sebe, ale jemu áno, a to sa zrejme počítalo.

Samozrejme, nič z tohto by mi nebolo platné, keby som **nesplňal podmienky a nepopracoval na sebe predtým**. Vy nemusíte a ani sa od vás často neočakáva, že urobíte to isté. Môžete napríklad spoznať niekoho, kto už v nejakej online marketingovej agentúre robí a požiadať ho o odporúčanie. Alebo ísť na nejakú konferenciu a dať sa do reči s prednášajúcim na afterparty. Je to len na vás.





# 3. Málo rokov, veľa skúseností.

## Prečo je v reklamkách tak veľa mladých ľudí?

Ivana Štefaniková **„Všetci u vás sú takí mladí ako vy?“**

Odkaz: **blog** Túto otázku už dostal ne jeden zamestnanec reklamnej agentúry. Navyše, často s ňou prichádza aj jemne pohrdavý tón. Je mladosť v agentúre pochabosť alebo sa za na oko mladými ľuďmi skrýva mnoho skúseností? To som chcela zistiť v tomto článku.

Svoje „ucha“ má nepochybne každý odbor a každý z nás takým uchom bol. Mladý človek na štarte kariéry, ktorý je síce plný nadšenia, no na starších kolegov v kľúčových profesných momentoch nemá.

Problém je, že definícia „ucha“ nie je obecne platná pre všetky odbory. V niektorých je napríklad potrebné prejsť si akademickým procesom končiacim až získaním titulu PhD. Ľuďom v týchto odboroch už pomaly ťahá na 30, ale stále sa do reálnej praxe (mimo tej akademickej) nedostali. Uchom tak môžu byť ešte v 35-ke.

V žiadnom prípade nechcem podobné profesie dehonestovať. Uznávam dôležitosť prípravného procesu v týchto povolaniach a týmto upozornením na rozdiely chcem len zvýrazniť to, ako to funguje v reklame.

Pred článkom som si spravila krátky online prieskum, ktorého cieľom bolo zistiť, kedy ľudia v reklame začínali a koľko majú rokov teraz. Výsledky ma v niektorých prípadoch samú prekvapili.

## 25-roční s 10-ročnou praxou

Reklama je veľmi liberálny odbor. Ak vám to napríklad kreslí v Illustratore, či ste majstrom programovania od malička, môžete svoje prvé zákazky dostať pokojne v 15-tich. Nikomu v tom prípade nebude chýbať titul či certifikát. Takto začínala **Daniela**, ktorá má **v 19-tich už 4-ročnú prax**.

„Začalo to malým kreovaním vo Photoshope a skicovaním v Illustratore, až som neskôr od okolia počúvala, že to nie je vôbec zlé,“

píše. Komerčný úspech na seba nenechal dlho čakať:

„O moju tvorbu prejavili záujem rôzne spoločnosti a mne došlo, že je to niečo, čo ma baví a v podstate som schopná sa tým aj užiť.“

V poriadku, uznávam. Nie každý sa narodí s talentom na počítačové kreslenie či programovanie. **Radoslav, ktorý má 19 a tiež začínal v 15**, zastupuje celkom inú skupinu – mladých ľudí s nápadmi, ktorí ich majú chuť realizovať na vlastnú päsť a časom si ich jednoducho niekto všimne. A to aj keď si spomína na „niekoľko biznis stretnutí pre svoje projekty, kde si ľudia mysleli, že mám 25 – 27 rokov a potom, keď sa dozvedeli, koľko mám v skutočnosti, prišlo kopec smiechu.“ Radoslav dnes pracuje v reklamnej agentúre.

A ak vašou šálkou kávy nie je kreatíva ani biznis, môžete sa v mladom veku nájsť aj v číslach. Ako napríklad **18-ročný Filip, ktorý začínal v 13-tich**.

„Začínal som ako copywriter, ľudia sa pýtali, či sú moje texty SEO optimalizované, tak som začal študovať SEO. Neskôr sa k tomu pridali AdWords a Facebook ads a v poslednom roku sa dostávajú zaujímať o UX a webovú analytiku.“

Keď si to preložíme, keď bude mať Filip stále mladých 33 a vydrží v odbore, **bude sa môcť v tomto veku pochváliť 20-ročnými skúsenosťami**.



## Tí, ktorým škola nestačila


Tento článok doteraz možno vyzeral tak, že v reklame sa človek zaobíde bez školy. Áno, niektorí majú tento dar, ale marketing je predsa len zaujímavým a pomerne komplexným odborom, ktorý sa dá študovať.

Článok ale hovorí o ľuďoch s praxou, prečo sem teda miešam školu? Zo skúseností aj výsledkov môjho miniprieskumu vyplýva, že **najpočetnejšou je skupina ľudí, ktorí marketing študovali, ale už počas školy sa zamestnali v odbore a zbierali cenné skúsenosti.**

Tí, ktorí sa poponáhľali, sa tak rovno po nadobudnutí titulu môžu pochváliť 4- až 5-ročnými skúsenosťami. Ako napríklad **Tomáš, ktorý má v 22 už 3 roky skúseností:**


„Začal som ako študent vysokej školy. Začínal som s kampaňami pre mojich známych. Neskôr som absolvoval stáže v rôznych agentúrach. Nikdy predtým som si nemyslel, že budem robiť niečo podobné. No teraz viem, že to je ten správny smer.“

Úplne úžasné na tom celom je, že v našom segmente už školy aj agentúry pochopili dôležitosť praxe, a tak často pracujú spolu. Školy dávajú študentom priestor na prácu v agentúrach, agentúry študentom know-how zo skutočného sveta a školám uplatnenie absolventov. Skvelým príkladom je 24-ročný Michal s takmer 2 rokmi praxe:



„Začal som po 4. ročníku VŠ ako stážista a nič lepšie som urobiť nemohol. Po 5. ročníku som rovno prešiel na plný úväzok.“

Do reklamy sa dá dostať aj úspechmi v rôznych študentských súťažiach. Ako dnes 26-ročný Roman, ktorý má 4 roky praxe: „Vďaka študentskej súťaži som sa dostal k platenému social media jobu pre jeden z najväčších slovenských portálov.“



Keď teda budú mať „školáci“ z tohto článku 30, budú sa pomaly blížiť k okrúhlym 10 rokom praxe. A to len preto, že **vymenili časť sladkého študentského života za zbieranie pracovných skúseností.**




## Čo si neodmakáš, nemáš

Ako poslednej skupine sa v tomto článku budem venovať mladým ľuďom so širokými laktami. Do reklamy sa rozhodli dostať napriek mladému veku, nech to stojí, čo to stojí. Plody ich úsilia neprišli hneď, ale vďaka svojej snahe sa už v mladom veku môžu pochváliť bohatými skúsenosťami.

Za ich zbieraním často na začiatku stojí niečo, čo si veľa ľudí nevie ani predstaviť – práca zadarmo. To je prípad Olivera, ktorý má v 26-tich 6 rokov praxe.

*„Byť schopným copywriterom v angličtine chce niekoľko rokov tvrdého tréningu, práce zadarmo a feedbacku, ktorý sa zháňa ťažko. Ak to dobre vypáli a človek vie schopne písať anglické texty rôznych žánrov už keď má cca 20 rokov, mnohí sa naňho budú pozerat' zhora. Väčšinou im ale stačí prvý text a názor zmenia.“*



Keď sme pri tej angličtine, sú aj takí, ktorí sa vo veľmi skorom veku dostanú do medzinárodných vôd. Dnes 34-ročná Maťa s 13 rokmi praxe sa v dobe, keď za sebou mala už 5 rokov v odbore, dostala práve do medzinárodného kolektívu, ktorý ju neprivilal najlepšie:

„Keď som prišla do zasadacej miestnosti aj s „invitation letter“, tak dvaja účastníci zasadnutia si odo mňa pýtali kávu, chvíľu trvalo, kým pochopili, že na zasadnutie patrím tiež rovnako ako oni.“

Opäť sa však ukázalo, že všetko záleží len na schopnostiach:

„Prvú hodinu bolo dosť ťažké presadiť sa v diskusii, bola som najmladšia a boli sme tam len tri ženy. Na konci zasadnutia to bolo iné, za prezentáciu a komentáre ma pochválil kolega z Londýna, povedal, že sa od dnes nebojí odísť do dôchodku, lebo niekto vo veku jeho vnučky má tak výborné nápady a koncepčné riešenia.“



Podobne svetovým príbehom s pestrými zážitkami si prešla **Anna, ktorá má 26 a 8 rokov praxe**. Tá začínala v slovenskej reklamke ako „dievča pre všetko“, pomáhala na rôznych oddeleniach. Postupne sa dostala na miesto accounta a keď mala pocit, že to má v malíčku, skúsila odísť do USA.

Začiatok amerického sna ale nebol taký ružový.

„Mala som pocit, že len na mňa tam čakajú a že dôjdem JA a spadne to tam popolom. Nespadlo. Je to tam boj. Nielen preto som začínala na recepcii v jednej reklamke, kde som si dosť zlepšila svoj jazykový skill.“

Ale čo by to bolo za príbeh bez šťastného konca:

*„Potom sa nám tam uvoľnilo miesto accounta a ja som po ňom skočila. Presvedčila som šéfa, že si zaslúžim šancu (blabotala som dve na tri až bol zo mňa asi unavený, a tak prikývol). A tamtadada, som tu stále. Už asi tri roky, ak dobre počítam.“*

## Zhrnuté a podčiarknuté

Príbehy ľudí z tohto článku sú z kapacitných dôvodov len veľmi povrchným výberom toho, čo sa objavilo medzi odpoveďami v dotazníku. Mimochodom, všetkým respondentom ďakujem za čas a odpovede a aj keď sa tu možno tá vaša neobjavila, ja som si ju prečítala a obohatila ma.

Keď výsledky prieskumu spojím s príbehmi z môjho okolia, mám pre všetkých klientov agentúr jediný odkaz:

**Nebojte sa mladých ľudí v agentúrach, mnoho z nich sa aj napriek nízkemu veku môže pochváliť bohatými skúsenosťami.**

A neboja sa ich využiť vo váš prospech.



# 4. Vieš sa predať?

7 tipov,

ako si personalistov získať už životopisom

**Veronika Škubová**

Odkaz: [blog](#)

V tejto kapitole sa pokúsime vyhnúť opakovaným zásadným chybám, ktoré sa pri tvorbe životopisu vyskytujú. A čo je hlavné, krok za krokom si prejdeme, ako vyťažiť z vášho osobného príbehu a vytvoriť CVčko, ktoré môže personalistov príjemne prekvapiť.

## 1. Premyslite si zámer


Uchádzate sa o stáž, prácu, dobrovoľníctvo? Vyžaduje si vaše budúce pôsobisko kreativitu alebo je skôr formálne a cenia sa odborné schopnosti či prax? Aká je atmosféra, ciele a kultúra prostredia, ktorého súčasťou by ste sa chceli stať?

Ešte pred tým, než otvoríte Word a začnete automaticky spisovať históriu vášho vzdelania a praxe, zamyslite sa, prečo a pre koho to vlastne robíte. Verte mi, personalisti už majú v očku niekoľko stovák, ak nie tisícok životopisov a vedia veľmi rýchlo posúdiť, či ste ten istý životopis posielali ďalším 20 firmám. **Všeobecné a nekonkrétne údaje splynú s davom.** Potrebujete dokázať, prečo ste práve vy vhodným kandidátom. Vyzdvihnite svoje skúsenosti v konkrétnom odbore, získané certifikáty či doplnkové aktivity popri škole, ktoré by mohli nadväzovať na vašu budúcu prácu. Prejavte váš potenciál a zápal pre dané miesto.


## 2. Vyberajte dizajn starostlivo

Okrem klasických, často preferovaných nástrojov (napr. Word)





a webových stránok ponúkajúcich všeobecný template európskych štandardov, existujú ďalšie alternatívy na tvorbu životopisu. Ich výhodou je jednoduché vyplnenie a oku lahodiaci výsledok. Spomedzi bezplatných stránok, kde si môžete svoje CV nahodiť, odporúčam [cvmkr.com](https://cvmkr.com) alebo [kickresume.com](https://kickresume.com). Šikovnejší jedinci si taktiež môžu kreatívnejší životopis navrhnuť aj cez Powerpoint.




Čo sa týka posúdenia vizuálnej stránky životopisu, každý HRista má svoj vkus. Kým niekto preferuje trochu farieb a netradičné usporiadanie, iný sa pridrža klasiky a veľkonočné životopisy odloží bokom. Myslím však, že nasledovaním kritéria **jednoduchosť – jasnosť – prehľadnosť** nič nepokazíte.




### 3. Pri fotke si to trikrát premyslite

Citlivý bod tohto článku. Ach...na fotky v životopisoch vieme byť veľmi hákliví. Vedú sa nekonečné debaty, či ju dať alebo nedať a nasledujú ďalšie úvahy, ako by mala dostatočne reprezentívna fotka vyzeráť. Z môjho pohľadu stále prevažujú nevhodné fotky. Nie, selfie nie je riešenie, ak chcete získať prácu snov. Ani fotka z kúpeľne, zo súťaže miss či fotka, na ktorej vás nie je vidieť, lebo ste ďaleko a je tak zlej kvality.



Rovnako, ako vám dobrý obrázok vie nahráť body navyše, prestrelený autoportrét vás pošle domov skôr, ako si personalista prečíta aj niečo o vašich schopnostiach. Preto ak si nie ste istí, radšej ju nedávajte. My si vás aj tak preveríme na sociálnych sieťach.



Ak ste však rozhodnutí to s fotkou skúsiť, použite takú, akú by ste si dali na preukaz. V menej formálnych prípadoch nemusíte mať v pozadí práve bielu stenu a na sebe košeľu, ale je fajn, ak je vám vidieť tvár jasne a priamo. Aj z fotky sa dá totiž vyčítať, ako si dal dotyčný na príprave životopisu záležať.








## 4. Vyťažte zo vzdelania a pracovných skúseností

Po výbere formátu, nahraní fotografie a vyplnení úvodných kontaktných údajov (kde je mimochodom fajn uviesť napr. aj link na váš web či LinkedIn) nasleduje najpodstatnejšia obsahová stránka – vzdelanie a najmä prax. Podľa istej **americkej štúdie** priemerný čas, ktorý strávia personalisti hodnotením životopisu, je 6 SEKÚND. Áno, aj tak máličko času stačí na to, aby sme preleteli základnými bodmi, ktoré zvažujeme pri takmer každej pozícii. **Najdôležitejšími časťami životopisu sú pre nás : posledné a predposledné pracovné miesto, na ktorom ste pôsobili a ich trvanie.**

Kľúčom k úspechu v tomto bode je upriamiť pozornosť na relevantné pracovné skúsenosti. **Rozviňte každú pracovnú skúsenosť do 4 – 5 odrážok po jednej vete**, pri tých starších stačia aj 2 – 3 body. Pokiaľ je to možné, **uvedte čísla, čo sa vám podarilo zefektívniť, zvýšiť, riadiť, navrhnuť, zmeniť.** Využívajte tieto slovesá, dokážte, že ste proaktívni a oplatí sa vás mať v tíme. Vyhodte zo životopisu rôznorodé krátkodobé brigády, ak je ich príliš veľa. Cení sa akákoľvek pracovná skúsenosť, žiaden zamestnávateľ však nechce prijať človeka, ktorý vydrží v práci



najviac dva mesiace. Pracovné skúsenosti a vzdelanie uvádzajte vždy v postupnosti **od najaktuálnejšieho po najstaršie**.




Pokiaľ ste študentmi a dlhodobejších pracovných skúseností nemáte až tak veľa, určite nezabudnite na mimoškolskú činnosť, krúžky, súťaže či dobrovoľníctvo. Je fajn vidieť študenta, ktorý sa vie angažovať a je zapálený pre svoje záľuby. Študenti v časti vzdelávania môžu pokojne opísať aj tému záverečných prác a istotne nezabúdajte na zahraničné výmenné pobyty a stáže.




## 5. Nepodceňujte svoje schopnosti a záujmy

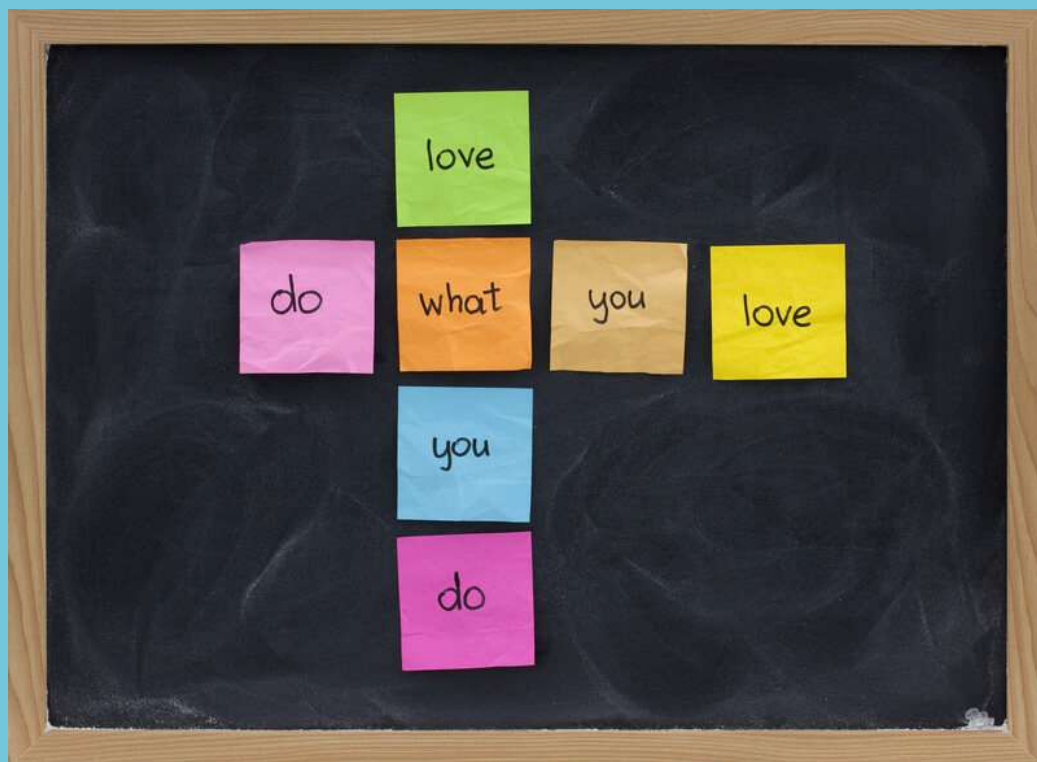
Každá organizácia chce vedieť, akého človeka si medzi seba pozýva. Keďže zo životopisu, navyše toho bez fotky, nie je možné kandidáta úplne zaradiť, je dobré, ak mu dáte vašu pravú tvár. Dobrou cestou k zosobneniu vášho CV je vyzdvihnúť vaše doplňujúce schopnosti a koníčky.



Konkretizujte vaše schopnosti: pokiaľ to nie je možné pri kategórii jazykové znalosti, ak ste dobrí v IT sfére, uveďte všetky nástroje, s ktorými máte skúsenosti. Dajte si však pozor na odhad stupňa znalostí v tejto oblasti – nie každý je expertom v MS Office či v práci s internetom a webovými stránkami. Ak ste bežný používateľ, postačí úroveň základný či pokročilý – aj na tom totiž vedia kandidáti na pohovore mnohokrát pohorieť.



Ako sme spomínali v predchádzajúcom bode, nebojte sa okrem jazykových a počítačových znalostí uviesť aj ďalšie schopnosti, ktoré ste preukázali v neziskovom sektore. Pri kolónke záľuby buďte tiež osobní – stačí však uviesť vaše 3 – 4 preferované záľuby.



## 6. Buďte sami sebou

Rovnako ako neexistuje ideálny kandidát, nie je možné povedať, ako by mal vyzeráť dokonalý životopis. Hoci má pomerne pevnú štruktúru, skúste v ňom čo najlepšie definovať, kým ste. Neporovnávajte sa so vzormi, ktoré nájdete na internete, pretože mnohé z nich sú neaktuálne a príliš všeobecné. **Odlahčite svoje CV od kliše a fráz a stojte si za každým uvedeným slovom.** Ak by ste totiž chceli spomenúť obľúbené povahové črty ako flexibilita, kreativita, tímový hráč a podobne, očakávajte, že na pohovore môže odznieť otázka, kedy konkrétne ste tieto vlastnosti využili.

## 7. Posledné úpravy vedia zavážiť

Potom, čo ste svoje CV doklepli a jeho rozsah sa dokázal udržať na 1 – 2 stranách, sa pomaly dostávate do cieľa. Dosiadnutý úspech však stále ohrozuje gramatická a štylistická stránka životopisu. Áno, viem, viacerí máte doteraz husiu kožu z diktátov, ale odoslať

svoje CV s chybami vie byť celkom fail. Dajte preto životopis niekomu blízkeму na rýchle prezretie, aby ste predišli dopleteným hrúbkam a preklepom.

Pamätajte na kritérium jednoduchosť – jasnosť – prehľadnosť a odstráňte čo najviac odlišných rozčlenení, fontov a nič nehovoriacich viet. Doladzte formát, zvýraznite názvy pozícií, meno spoločností či školy, kde ste pôsobili. Ešte poslednýkrát zvážte fotku a súbor uložte ideálne ako pdf-ko.

Pri odosielaní emailom si dajte dokopy aj stručný obsah sprievodného textu (ak si nie ste istí, tiež dajte na kontrolu) a pošlite. Posledná rada z tejto vyčerpávajúcej série: zhodnoťte názov mailu, ktorý používate na komunikáciu s potenciálnym zamestnávateľom. Hviezdičky, kvetinky a iné zdobneniny sú milé, ale do odbornej sféry sa nehodia.

*Ak ste šli krok za krokom, nachádzate sa práve na konci, respektíve na začiatku možnej cesty za svojou vysnívanou prácou či iným pôsobiskom. Pevne dúfam, že vďaka vyššie spomenutým radám dokážete vyniknúť a prezentovať svoje schopnosti i potenciál tak, ako ho sami vnímate.*



# 5. Ako ti Facebook môže pokaziť pracovný pohovor

Autor: **Andrej Knap** **A je to tu. Kedže si si otvoril tento e-book, je dosť možné,**  
Odkaz: **blog** **že sa nachádzaš v životnej fáze, kedy ťa čaká prvý vážny pohovor – pracovný pohovor. Ak náhodou nie, aj tak čítaj ďalej. Mám cenné rady pre každého jedného, kto sa pohybuje na sociálnych sieťach.**

Roztrasené kolená, žalúdok naruby, hrebeň v zadnom vrecku, mokasíny, prípadne ihličky vyleštené, jednoducho je to tu – PPP alebo inak povedané prvý pracovný pohovor. Nebudeme si klamať, keď si povieme, že **pohovor je ako prvé rande. Jednoducho chceš zaujať.** Samozrejme, ak ťa dievča, chlapec alebo potenciálny zamestnávateľ neodradí na prvý pohľad. Pracujme však so scenárom, že tú prácu naozaj chceš.

Ako všetci dobre vieme, sociálne médiá sú dnes naozaj veľmi silným nástrojom. A už vôbec nie je žiadnym tajomstvom to, že **každý správny recruiter si ťa veľmi rád preverí nielen naživo, ale aj na sociálnych sieťach.** Preto som pripravil zopár tipov, ktoré ti pomôžu k tomu, aby tento „stalking“ neskončil pre teba fiaskom, ale ziskom vysneného pracovného miesta.



## 4 body, ktoré musíš spraviť pred pohovorom

### ▶ **Sleduj svoje otlacky v digitálnom priestore.**

Sociálne médiá sú magické. Dovoľujú sa vyjadrovať prakticky každému. Ak máš čo povedať a tvoje slová sú prinajmenšom také silné ako pranie svetového mieru z úst 19-ročnej potenciálnej Miss Slovensko, tak potom to význam má.

Ak sa však rád vyjadruješ pod verejnými statusmi a nezvykneš si dávať servítku pred ústa a je pravdepodobné, že napísanú vetu môžeš neskôr oľutovať, tak to radšej nerob. Všetky tvoje príspevky sú spätne dohľadateľné a ne jeden pracovník ľudských zdrojov môže nad nimi zalomiť rukami.

Nezabudni, že každý tvoj lajk, komentár, share necháva značku v online. Niekedy pozitívnu, niekedy negatívnu.

f **Nie každý príspevok si zaslúži byť verejný.** Facebook ponúka zázračnú možnosť nastaviť si viditeľnosť tvojich príspevkov. Ak sa rozhodneš ponúkať obsah na svojom profile verejne, dbaj na to, aby ti tvoje prejavy do budúcnosti nemohli uškodiť. Nastaviť si to môžeš jednoducho, ikonkou pri každom tvojom príspevku.

📷 **Sprav si revíziu svojich fotografií.** Mnohí to poznáme. Nejaká tá piatková žúrka a môžeš byť nebadane označený na podivnej fotke, na ktorej sa podobáš len minimálne. Prebehni si všetky svoje fotografie, ktoré máš na sociálnych sieťach, a rozhodne sa neváhaj aj odznačiť. Veľmi ti to pomôže.

f Môže však nastať aj iná alternatíva. Nevhodnú fotografiu si si vložil na sociálnu sieť sám. Áno, aj také sa stáva. V tomto prípade je potrebné v nemenovanom reťazci vystihnúť Týždeň sebareflexie a pozrieť si, ktoré z profilových fotografií si môžeš jednoducho odstrániť. Ak tento týždeň nevystihneš, poradným a nezaujatým orgánom ti môže byť aj rodič. Na kamarátov príliš nedávaj, môžu byť škodoradostní.

**in** **Vytvor si vymakaný profil na LinkedIn.** Ak nevieš, o čo ide, je to profesijná sieť a sledi na nej každý správny HR-ista. CVčko v pdf je síce super, ale profil na tejto sociálnej sieti ti prináša ešte o trochu viac. Ku každej tvojej skúsenosti môžeš pridať dokument, fotografiu, jednoduchý link, prezentáciu alebo video. Tak lepšie ukážeš, čo si už v živote zažil. LinkedIn však nie je iba o pracovných pozíciách, ale môžeš sa pochváliť stážou, získaným certifikátom, dobrovoľníckou činnosťou alebo jednoducho tým, kde si drel niekoľko rokov školské lavice.

Už len vylepiť tieto body nad posteľ, vykonať revíziu svojich profilov a hor sa na pracovné pohovory. Držím palce.





# 6. Chceš robiť v online?

## Sprav si úplne zadarmo tieto certifikáty

**Mikuláš Prokop** Nemáte žiadnu prax, ale chceli by ste robiť v online agentúre?

Odkaz: [blog](#) S týmito certifikátmi si môžete rozšíriť svoj prehľad v online marketingu a vylepšiť svoje CV-čko. Tak prečo sa do nich nepustiť?

Reč bude hlavne o certifikátoch spoločností **Google** a **HubSpot**:

- ☑ **Google digitálna garáž**
- ☑ **HubSpot Inbound Certification**
- ☑ **Google Analytics Individual Qualification**
- ☑ **Google AdWords Certification**

Certifikáty si môže urobiť úplne **každý**, kto má trochu odhodlania a zaujíma sa o dianie v online svete. Pri certifikátoch od HubSpotu budete tiež potrebovať aj **znalosť angličtiny**, keďže školiace materiály aj test sú iba v tomto jazyku.

## Prečo absolvovať školenia a získať certifikáty?





Ak sa vám certifikáty nakoniec podarí získať, nestanete sa hneď super odborníkom na daný nástroj alebo oblasť. Na to budete potrebovať ešte roky praxe. Vyšlete však svojmu potenciálnemu zamestnávateľovi signál, že máte **základný prehľad o nástrojoch a odbore**, v ktorom chcete pracovať.

Zaujíma vás, ako tieto certifikáty získať?

## Digitálna garáž od Googlu

Ide o pomerne nový vzdelávací projekt od spoločnosti Google, ktorý vám prostredníctvom videí a konkrétnych príkladov **priblíži základy online marketingu**.

Kurz je vhodný pre všetkých **online podnikateľov, sturtupistov alebo študentov marketingu**.

Na začiatku štúdia vyklikáte krátky dotazník, na základe ktorého vám Google priradí vhodný štúdijný program. Následne sa môžete pustiť do jednotlivých lekcií, ktoré sú zamerané napr. na **SEO, PPC, sociálne médiá alebo email marketing**.

Certifikát si môžete spraviť na stránke **Digitálnej garáže**.

### Informácie o štúdiu:

- ✓ **Počet lekcií:** 23 + záverečný test (40 otázok)
- ✓ **Počet pokusov:** ľubovoľný
- ✓ **Minimálne skóre:** 100 %
- ✓ **Platnosť certifikátu:** neobmedzená



Po absolvovaní skúšky dostanete emailom takýto certifikát.

## Certifikát z Inbound Marketingu

Spoločnosti **stále viac komunikujú** prostredníctvom **sociálnych sietí, blogov, infografík, e-bookov** a ďalších foriem textového, vizuálneho alebo interaktívneho obsahu.

So znalosťami **inbound metodológie** budete vedieť nad obsahom rozmýšľať viac strategicky a cielene ho využívať pri premene návštevníkov webu na spokojných zákazníkov.

Test si môžete spraviť v **HubSpot Academy**.



## Informácie o teste:

- ✓ **Dĺžka testu:** 75 minút (bez prestávky)
- ✓ **Počet otázok:** 60 (viac možností alebo správne/nesprávne)
- ✓ **Počet pokusov:** 3 (opakovať môžete po 48 hod., potom treba čakať 30 dní)
- ✓ **Minimálne skóre:** 75 %
- ✓ **Platnosť certifikátu:** 13 mesiacov

## Naštudujte si pred skúškou:

- 📄 **Hubspot Academy** – Pred testom si môžete prejsť 12 lekcí, v ktorých sa dozviete o všetkých aspektoch inbound marketingu. Každá lekcia pozostáva z videa, ale stiahnuť si môžete aj prezentáciu alebo jej textový prepis.
- 📄 **Study Guide** – HubSpot si pre uchádzačov o certifikát pripravil aj zoznam otázok, s ktorými sa na skúške pravdepodobne stretnete. Keď budete prechádzať jednotlivými lekciami, nezabudnite si zároveň pozerať aj súvisiace otázky s danou témou.



Takto vyzerá badge, ktorý získate po absolvovaní skúšky.

Spoločnosť HubSpot ponúka okrem certifikácie z inbound marketingu aj **ďalšie kurzy, ktorými môžete rozšíriť svoje znalosti z online marketingu.**

## Certifikát z Google Analytics

Certifikáty z nástrojov Google Analytics a Adwords boli kedysi platené. Google sa však rozhodol, že tieto kurzy otvorí širokej odbornej verejnosti, a preto ich môžete v súčasnosti **absolvovať úplne zadarmo**.

Google Analytics je základným kameňom **webovej analytiky**. Ak chcete robiť v online, určite by ste mali ovládať aspoň základy používania tohto nástroja. S kurzami z **Analytics Academy** ich hravo získate, a ak sa posnažíte, dostanete aj certifikát – **Google Analytics Individual Qualification**.

Test môžete absolvovať po prihlásení sa na stránke **Google Partners**.



Staňte sa expertom na webovú analytiku.

## Informácie o teste:

- ☑ **Dĺžka testu:** 90 minút (bez prestávky)
- ☑ **Počet otázok:** 70 (viac možností)
- ☑ **Počet pokusov:** neobmedzene (test môžete opakovať po 7 dňoch)
- ☑ **Minimálne skóre:** 80 %
- ☑ **Platnosť certifikátu:** 18 mesiacov

## Naštudujte si pred skúškou:

- 📄 **Digital Analytics Fundamentals** – Google vo svojej Analytics Academy ponúka bezplatné kurzy, v ktorých vás krok za krokom prevedie základmi webovej analytiky v nástroji Google Analytics.
- 📄 **Google Analytics Platform Principles** – ďalší zo série Google kurzov, ktorý vám priblíži, ako Google Analytics zbiera dáta, a ako ich následne spracováva a ukladá do reportov. Ak poctivo prejdete oboma týmito kurzami, so záverečnou skúškou by ste nemali mať väčšie problémy.
- 📄 **Study Guide** – špeciálny sprievodca štúdiom na test GAIQ.
- 📄 **Centrum pomoci** – Google má tiež vymakané Centrum pomoci, v ktorom nájdete úplne všetko. Ak vám niečo nie je jasné v predošlých kurzoch, v centre pomoci to určite nájdete. Väčšina článkov je preložená do slovenčiny, čo môže pomôcť aj menej zdatným angličtinárom.

<p>01 <b>Digital Analytics Fundamentals</b></p> <p>Learn the core principles of digital analytics, including how to build a useful measurement plan for your business and how to get started with Google Analytics.</p>	<p>02 <b>Google Analytics Platform Principles</b></p> <p>Learn how the components of the Google Analytics Platform work together to collect and organize the business data you need for reporting and analysis.</p>
<p>03 <b>Ecommerce Analytics</b></p> <p>Discover useful reporting and analysis techniques to help your ecommerce business make informed decisions using Google Analytics data.</p>	<p>04 <b>Mobile App Analytics Fundamentals</b></p> <p>Learn how using Google Analytics data can help you make your app more discoverable and more profitable.</p>

Výber kurzov v Google Partners.

## Certifikát z Google Adwords

Vyznať sa v **najväčšej online reklamnej platforme** sveta vám určite pomôže s hľadáním práce v agentúre alebo na marketingovom oddelení. Aby ste získali certifikát z AdWords, musíte zvládnuť minimálne dve skúšky:

- ☑ **AdWords Fundamentals** (povinné)
- ☑ **Search Advertising** (voliteľné)
- ☑ **Display Advertising** (voliteľné)
- ☑ **Video Advertising** (voliteľné)
- ☑ **Shopping Advertising** (voliteľné)
- ☑ **Mobile Advertising** (voliteľné)

**AdWords Exams**

<p style="text-align: center;"><b>AdWords Fundamentals</b></p> <p style="text-align: center;">This exam covers basic and intermediate concepts, including the benefits of online advertising and AdWords, and best practices for managing and optimizing AdWords campaigns.</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">✔ Passed: Valid through Oct 7, 2015</p>	<p style="text-align: center;"><b>Search Advertising</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🕒 120 minutes</li> <li>📄 98 questions</li> <li>🎯 80% passing score</li> <li>📖 9 lessons</li> </ul> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;"><a href="#" style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 5px 10px; text-decoration: none;">Exam Details</a></p>	<p style="text-align: center;"><b>Display Advertising</b></p> <p style="text-align: center;">This exam covers advanced concepts, including best practices for creating, managing and optimizing Display campaigns.</p> <p style="text-align: center; font-size: small;">Not yet attempted</p>
--	---	---

Testy AdWords v Google Partners.

Ak sa nechcete orientovať výkonnostným smerom, bude vám stačiť spraviť skúšku zo Základov inzercie, kde získate všeobecnejší prehľad o fungovaní AdWords.

Testy môžete absolvovať po prihlásení sa na stránke **Google Partners**.



### Informácie o teste:

- ☑ **Dĺžka testu:** 120 minút (bez prestávky)
- ☑ **Počet otázok:** 100
- ☑ **Počet pokusov:** neobmedzene (test môžete opakovať po 7 dňoch)
- ☑ **Minimálne skóre:** 80 %
- ☑ **Platnosť certifikátu:** 12 mesiacov

Počet otázok sa vo voliteľných skúškach mení.



## Naštudujte si pred skúškou:

- 📄 **Google Partners** – ponúka študijné materiály ku každému testu, stačí sa prihlásiť a študovať.
- 📄 **AdWords Pomocník** – tak ako pri Centre pomoci pre Google Analytics, tak aj v AdWords Pomocníkovi nájdete všetky potrebné informácie o celej platforme.
- 📄 **Video seriál Google Partners** – odborníci Ondřej Sláma a Juraj Frank si pre vás pripravili 10-dielny video seriál, v ktorom vás prevedú základmi Google AdWords a pripraví na absolvovanie skúšky.
- 📄 **Academy for Ads** – ide o novú a hravejšiu formu štúdia základov online inzercie od Googlu.

## Ďalšie možnosti bezplatného vzdelávania

Na záver som pripravil zoznam ďalších kurzov a študijných materiálov, ktorými môžete rozšíriť svoje vedomosti:

- Coursera** – na tejto stránke nájdete množstvo bezplatných kurzov z oblasti marketingu, za certifikáty si však väčšinou priplatíte.
- Udemy** – podobne ako Coursera, aj Udemy ponúka na svojej stránke množstvo bezplatných kurzov zameraných na online marketing a podnikanie.
- 🌟 **HubSpot Library** – knižnica HubSpot ponúka desiatky bezplatných ebookov, šablón a webinárov zo všetkých oblastí online marketingu.
- Moz.com** – stránka ponúka niekoľko prepracovaných sprievodcov z rôznych oblastí online marketingu.





## Ukážka z ponuky našich bezplatných ebookov.



## Pravopisný e-book (nielen) pre copywriterov



## Sprievodca PPC kampaňami v roku 2016

# visibility

Visibility je medzinárodná internetová marketingová agentúra. Naším poslaním je zvyšovať hodnotu vašej firmy a značky a starať sa o vašu reputáciu v online prostredí.

[info@visibility.sk](mailto:info@visibility.sk)

[www.visibility.sk](http://www.visibility.sk)

[www.reputation.sk](http://www.reputation.sk)

**see you digitALL!**