

12+

АННА ЗАБРОДСКАЯ

РЕЗЮМЕ- МАГНИТ

2026

+ промты для нейросети



Как показать работодателю,
что именно вы способны
решить его задачу

Анна Забродская

**Резюме-магнит 2026. Как показать
работодателю, что именно вы
способны решить его задачу**

«Издательские решения»

Забродская А.

Резюме-магнит 2026. Как показать работодателю, что именно вы способны решить его задачу / А. Забродская — «Издательские решения»,

Хорошее резюме не гарантирует трудоустройство, но помогает работодателю быстрее понять ваш опыт и принять решение о приглашении на собеседование.

Содержание

Об авторе	6
предисловие	7
Глава 1. Резюме — не автобиография	8
Резюме как предложение сотрудничества	9
Кто читает резюме	10
формула вашей ценности	11
Глава 2. Сначала определите цель	12
Одно резюме — одна цель	12
3 ситуации, в которых нужны разные версии резюме	13
Инвентаризация опыта	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Резюме-магнит 2026

Как показать работодателю, что именно вы способны решить его задачу

Анна Забродская

© Анна Забродская, 2026

ISBN 978-5-0071-2360-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Об авторе

Анна Забродская — карьерный консультант и профориентолог с 17-летним опытом работы в управлении персоналом, в том числе на позиции HR-директора.

Помогает взрослым людям исследовать свои профессиональные интересы и возможности, выбирать направление карьеры, составлять сильные резюме и планировать переход в новую профессию.

В работе сочетает знание рынка труда, понимание процессов внутри компаний и психологию профессионального самоопределения.

Главный принцип работы — не подгонять человека под универсальный шаблон, а помочь ему увидеть свою ценность и принять подходящее решение.

предисловие

Можно быть сильным специалистом и месяцами получать отказы.

За годы работы в HR и карьерном консультировании я прочитала тысячи резюме: сначала со стороны работодателя, когда искала подходящих специалистов, сейчас, как карьерный консультант — когда помогаю людям составлять резюме.

И практически всегда вижу вот что: в резюме соискатели описывают свою **биографию**, а работодатель ищет в нем ответ на вопрос: «Сможет ли этот человек решить наши задачи?» И это не одно и то же.

Основная задача резюме: помочь работодателю быстро увидеть, что его требования совпадают с вашим опытом.

Эта книга — рабочая инструкция. Сначала мы разберём вакансии и потребности работодателя, затем оформим разделы резюме, превратим обязанности в доказательства опыта и вытащим из вашего опыта результаты и достижения.

Отдельно рассмотрим смену профессии, перерывы и короткие места работы. В главе о нейросетях разберём, как ускорить работу над процессом составления резюме.

У этой книги нет задачи научить вас обманывать или гарантировать приглашение после каждого отклика. Решение работодателя зависит не только от качества резюме, также влияют конкуренция, зарплатный бюджет, внутренние кандидаты, срочность подбора, личные предпочтения руководителя и десятки обстоятельств, о которых соискатель никогда не узнает. **Но вы можете хорошо сделать свою часть работы:** ясно показать релевантный опыт и не заставлять рекрутера догадываться, почему ему стоит продолжить разговор именно с вами.

Хорошее резюме не обещает работу, а открывает дверь к следующему этапу поиска работы — собеседованию, на котором вы уже сможете показать себя как профессионала, задать вопросы и понять, подходит ли вам эта компания. Именно такую дверь мы и будем создавать.

Я рекомендую всем соискателям составлять основную версию резюме на hh.ru. Структура сайта помогает последовательно заполнить все важные разделы и удобно расположить информацию. Затем готовое резюме можно скачать в виде файла или отправить напрямую работодателю или перенести информацию из него на любой другой рабочий сайт/площадку.

Глава 1. Резюме — не автобиография

Большинство людей составляют резюме от прошлого к настоящему: перечисляют места работы, переносят названия должностей из трудовой книжки, копируют должностные инструкции, добавляют образование и несколько качеств в раздел «О себе». Получается правдивый документ, но он не помогает работодателю принять решение.

Работодатель читает резюме по-другому. Его отправная точка — не ваша биография, а незакрытая потребность компании. У отдела продаж падает выручка, бухгалтерия не успевает закрывать период, документы по объектам возвращаются с замечаниями, руководитель завален операционными вопросами, склад регулярно сталкивается с недостатками, а производство не может найти людей. Сначала появляется задача, затем под неё формулируется вакансия, и только после этого начинается поиск человека. Поэтому во время первого просмотра вашего резюме работодатель редко думает: «Какой интересный профессиональный путь». Он пытается ответить на несколько других, более приземлённых вопросов:

1. Делал ли этот человек то, что потребуется делать у нас?
2. Понимает ли он нашу отрасль, клиентов, продукт или рабочую среду?
3. Работал ли с похожим объемом, уровнем ответственности и инструментами?
4. Есть ли признаки того, что он не просто выполнял действия, а доводил их до результата?

И если ответы приходится долго выискивать среди общих формулировок — резюме проигрывает. Когда желающих много (а сейчас рынок работодателя, а не соискателя), предпочтение получает тот, кто написал о себе максимально понятно.

Представьте менеджера по снабжению, который много лет обеспечивал материалами сразу несколько направлений бизнеса, работал с закупочным оборотом в десятки миллионов рублей, читал чертежи, арендовал спецтехнику, проверял сертификаты. В его резюме при этом может стоять одна строка: «Закупка товаров и материалов, взаимодействие с поставщиками». Формально всё правильно, но масштаб, сложность и ценность работы исчезли. Работодатель видит обычную функцию, хотя перед ним специалист, способный работать с большим количеством разнородных задач.

То же самое происходит:

— с бухгалтером, который провёл компанию через несколько проверок без штрафов, но написал только «ведение бухгалтерского и налогового учёта»

— с администратором, который выстроил работу офиса с нуля, но ограничился фразой «обеспечение жизнедеятельности»

— с руководителем, который стабилизировал работу подразделения после смены команды, но перечислил только управление, контроль и планирование

Основная мысль: резюме должно не пересказывать вашу биографию, а показывать работодателю, какую его задачу вы способны решить.

Резюме как предложение сотрудничества

Резюме иногда называют рекламой или коммерческим предложением. Полезная часть этого сравнения в том, что документ должен учитывать интересы читателя. Но человек не товар, а трудовые отношения — это обмен: компания предлагает задачи, условия и оплату, специалист — знания, время, опыт и способность получать результат.

Такой взгляд меняет интонацию. Вам не нужно просить, преувеличивать заслуги или доказывать, что вы лучше всех. Достаточно ясно показать:

- Вот задачи, с которыми я уже работал.
- Вот контекст и масштаб.
- Вот инструменты, которыми я владею.
- Вот результаты или изменения, к которым привела моя работа.
- Вот почему этот опыт может быть полезен именно здесь.

Когда эти элементы собраны, резюме становится основанием для предметного разговора.

Кто читает резюме

Полезно помнить, что один и тот же документ может пройти через несколько разных читателей.

Первым читателем иногда становится система подбора кандидатов, или ATS. Она извлекает из файла имя, контакты, должности, даты, образование и навыки. На сайтах по поиску работы часть данных уже находится в отдельных полях. При отклике через сайт компании файл может обрабатывать другая система. Сложный дизайн, текст внутри картинок, необычные колонки и нестандартные названия разделов иногда мешают распознать информацию.

Второй читатель — рекрутер. Он сравнивает резюме с вакансией, проверяет базовые ограничения и пытается быстро выделить людей, с которыми стоит связаться. Рекрутеру нужны ясные названия, знакомые термины, совпадающие инструменты и понятная хронология.

Третий читатель — нанимающий руководитель. Его обычно меньше интересуют идеальные формулировки и больше — ваша способность решить конкретную рабочую проблему. Он замечает масштаб, профессиональные детали, результаты, тип клиентов, сложность проектов и уровень самостоятельности.

Хорошее резюме должно быть понятным всем троим:

для системы — структурированным

для рекрутера — удобным для быстрого сравнения с вакансией

для руководителя — содержательным

Резюме не должно рассказывать о вас **все**. В нем не нужно объяснять каждый поворот карьеры, перечислять все курсы, восстанавливать весь функционал за двадцать лет и доказывать каждое личное качество. Это не архив профессиональной жизни из 10 страниц, а документ под конкретное направление поиска.

формула вашей ценности

Попробуйте закончить предложение:

Я помогаю [какому бизнесу, отделу или клиенту] получать [какой результат] благодаря тому, что умею [три-четыре ключевые функции или инструмента]

Например:

Я помогаю собственникам бизнеса принимать решения на основе фактов, а не интуиции, потому что умею быстро наводить порядок в учёте, прогнозировать кассовые разрывы и переводить язык цифр на понятный менеджменту язык.

Я помогаю производственным предприятиям вовремя закрывать дефицит рабочих рук, потому что умею настраивать стабильный поток кандидатов, внедрять понятную адаптацию и выстраивать диалог с руководителями цехов.

Эта формула не обязательно попадёт в резюме дословно. Но она нужна вам как внутренний ориентир, помогающий понять собственную профессиональную ценность.

Глава 2. Сначала определите цель

Одно резюме — одна цель

Распространённая ошибка — попытка уместить весь опыт в один универсальный документ. Тогда в заголовке появляется список: «Менеджер по продажам / Администратор / Специалист по работе с клиентами / Офис-менеджер», а в опыте смешиваются звонки, документы, закупки, мероприятия и подбор персонала.

Соискателю кажется, что так он показывает универсальность. Работодатель видит в этом отсутствие ясной цели.

Разные роли требуют разных доказательств. Для специалиста по продажам важны переговоры, выполнение плана, клиентская база и выручка. Для офис-менеджера — бесперебойная работа офиса, порядок в документах и организация процессов. Исходный опыт у человека может быть один, но **акценты** для этих вакансий нужны принципиально разные.

Правило: одно резюме — одно профессиональное направление. Близкие названия одной роли допустимы, например «Менеджер по персоналу / HR-менеджер». Соединять разные профессии в одном заголовке не стоит.

Если у вас две разные цели, создайте две отдельные версии резюме.

Как работать с несколькими версиями на сайтах по поиску работы

Создавать несколько резюме для разных целей можно. Перед откликом проверьте настройки видимости каждой версии.

Если все разные версии одновременно открыты работодателям, у рекрутера может возникнуть вопрос, на какую работу вы действительно нацелены.

Основную версию можно оставить открытой, а остальные использовать для точечных откликов и ограничивать их видимость, если площадка это позволяет.

3 ситуации, в которых нужны разные версии резюме

Одна должность включает несколько ролей

Так часто бывает в малом бизнесе: человек числился администратором, но также занимался закупками, собеседовал кандидатов и оформлял документы. В версии для закупок на первый план выходят поставщики, счета и логистика. В версии для HR — подбор и адаптация. Опыт остаётся прежним, меняется только акцент.

Вы хотите сменить профессию

Если вы раньше работали в продажах, но хотите перейти в маркетинг, отправлять стандартное резюме специалиста по продажам бессмысленно. В новой «переходной» версии нужно подсветить именно те задачи, которые связаны с маркетингом: участие в промоакциях, анализ конкурентов, исследование спроса. Весь остальной функционал сжимается и уходит на второй план.

Вы рассматриваете и руководящую и экспертную работу

Например, специалист может претендовать и на роль директора по логистике, и на позицию ведущего аналитика. Нанимающему руководителю на директорской вакансии важно увидеть команду, бюджеты, системные решения и масштабы. А там, где нужен эксперт-практик, смотрят на глубину знания инструментов, сложные кейсы и личный вклад. Объединять эти два разных подхода в одном тексте нельзя — они будут только мешать друг другу.

Инвентаризация опыта

Сначала создайте черновик резюме. Ваша задача — собрать материал, из которого затем получится нужная версия.

Для каждого места работы ответьте:

Что я делал регулярно?

За что отвечал лично?

С кем взаимодействовал внутри и вне компании?

С какими документами, программами, оборудованием или методиками работал?

Какой был объем: клиенты, сотрудники, заявки, деньги, объекты, документы, регионы?

Какие проблемы приходилось решать?

Что изменилось благодаря моей работе?

Что я создал, запустил, восстановил, ускорил, сохранил или предотвратил?

Какие задачи коллеги и руководитель чаще всего доверяли именно мне?

Не отбрасывайте **«обычные»**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.