

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**

*<https://litres.ru/74465584>
ISBN 9785007123600*

Аннотация

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

Содержание

Об авторе	5
предисловие	6
Глава 1. Резюме — не автобиография	8
Резюме как предложение сотрудничества	11
Кто читает резюме	12
формула вашей ценности	14
Глава 2. Сначала определите цель	15
Одно резюме — одна цель	15
3 ситуации, в которых нужны разные версии резюме	17
Инвентаризация опыта	19
Конец ознакомительного фрагмента.	20

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 помогать 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 га-

рантировать 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 жизнедеятель-

ности»

— 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.