

# 開始使用 LinkedIn 徵才廣告 – 教戰守則

## 總覽

LinkedIn 徵才廣告工具可讓您免費刊登所有職缺，同時宣傳高優先職務，並且只在符合您鎖定條件的合格人選點擊時才需付費。使用本教戰守則，依循步驟，書寫具有吸引力的職缺說明、刊登基礎職缺、利用「進階鎖定目標受眾」宣傳職缺，並且管理您的預算。熟悉這些步驟有助確保徵才廣告達成您需要的效益。

## 步驟 1：寫出具有吸引力的職缺說明

您有約 **14 秒** 來吸引應徵人選注意您的徵才廣告。但實際上，情況可能更加難堪，很多徵才廣告甚至讓人連一秒鐘都不想看。檢視 [寫出具有吸引力的職缺說明](#) 秘訣單，並且使用檢查清單和下方空間，撰寫能夠吸引頂尖人才的徵才廣告。

### □ 起草職缺說明

<p style="text-align: center;"><b>職稱</b></p> <p>職稱為何？</p> <p>秘訣：在 Recruiter 中測試此職稱。此職稱是否為業界標準與常用的稱謂？</p>	
<p style="text-align: center;"><b>求職者可以得到的好處</b></p> <p>說明：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 工作詳細資訊</li><li>• 資格</li><li>• 待遇</li></ul> <p>秘訣：確保陳述對應徵人選而言最重要的事物。</p>	

## ☐ 檢查清單：檢視職缺說明

檢視職缺說明中的下列項目。如果勾選「是」，那麼做得好！如果勾選「否」，使用右欄再多推敲琢磨！

職缺說明是否在 150 字以內？	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否	若「否」，可以如何縮短？
是否使用性別中立語言？ 職缺說明未包含堅決 (assertive)、巫師 (wizard) 和忍者 (Ninja) 等詞彙。	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否	若「否」，可以如何縮短？
是否檢查職缺說明並移除偏見？ 職缺說明中未包含任何可能基於種族、性別或經濟背景等讓應徵者卻步的元素。	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否	若「否」，可以質疑哪些「可有可無」的條件？
說明是否反映貴公司的文化，是否保持專業口吻？ 職缺說明不會太隨便。	<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否	若「否」，您可如何讓說明更具專業度？

## ☐ 完成職缺說明

在下方空白處寫下您的徵才廣告最終版本。

## 步驟 2：刊登基礎職缺

您是否知道可以「免費」刊登基礎職缺？觀看 [LinkedIn 徵才廣告總覽](#) 影片，練習每個步驟，將您的所有職缺提供給 8 億多 LinkedIn 會員。

刊登基礎職缺時，請採用下列最佳做法：

- 從選單中選取公司名稱，確保職缺刊登在貴公司的 LinkedIn 公司專頁。
- 使用標準職稱，以便更準確地識別目標受眾。
- 新增最多十項偏好技能。偏好技能越多，您撒出的網就越大。
- 加入一或兩項必備技能，縮小您的目標受眾。
- 讓應徵人選使用他們的 LinkedIn 檔案進行應徵。
- 加入三個以上的篩選問題來縮小合格應徵人選的範圍。
- 在徵才廣告上顯示您的個人檔案，讓應徵人選在檢視職缺時感到更有親切感。

---

## 步驟 3：利用「進階鎖定目標受眾」宣傳職缺

相較於基礎職缺，宣傳職缺平均可以吸引到 3 倍以上的合格應徵者。宣傳職缺可設定「進階鎖定目標受眾」，讓您的徵才廣告觸及最符合資格的人才。檢視 [LinkedIn 宣傳職缺](#) 秘訣表，利用宣傳職缺獲得最多成果。

宣傳基礎職缺時，請採用下列最佳做法：

- 視需要新增或移除技能，以便調整鎖定目標受眾。
- 除了徵才廣告上原來就有的地點外，另外鎖定最多五個地點。

---

## 步驟 4：管理預算

宣傳職缺採用「依成效付費」模式，讓您擁有靈活彈性，能夠設定與變更預算以符合您的徵才需求。檢視 [管理宣傳職缺的預算](#) 秘訣表，瞭解如何讓每月花費獲得最大效益。

管理預算時，請採用下列最佳做法：

- 將預算保持在 LinkedIn 建議的範圍之內，同時密切監控您的職缺。
- 設定每月支出限制，以便管理總合約花費。
- 監控您的徵才廣告表現，視需要暫停或重新宣傳職缺。

### 其他資源：

需要啟用 Recruiter 宣傳權限的協助嗎？檢視下列資源：

- [Recruiter 職缺宣傳權限](#)
- [啟用 Recruiter 職缺宣傳權限](#)