

13.02.2026 r.



# #432

---

TRANSKRYPT ODCINKA

## Świat rekrutacji w czasach AI

Partnerami tego podcastu są: [iDream.pl](https://iDream.pl) oraz [Pancernik.eu](https://Pancernik.eu) – współprace płatne.

Partnerem tego odcinka jest [Jooble](https://Jooble.com) – współpraca płatna.

[MUZYKA]

***Tu Krzysztof Kołacz, a ty słuchasz właśnie podcastu, „Bo czemu nie?”. Usłyszysz w nim o technologiach, które nas otaczają i nas w tych technologiach zanurzonych. Sprawdzam, pytam i podpowiadam jak korzystać z nich tak, aby to one służyły nam, a nie my im.***

Proszę, zostaw opinię na [Apple Podcasts](https://ApplePodcasts.com) lub na [Spotify](https://Spotify.com). Twój głos ma znaczenie!

Zaczynamy.

---

[MUZYKA CICHNIE]

[KRZYSZTOF] Czołem, Moi Drodzy! Nie zliczę już, ile razy pytaliście mnie, co sędzę o obecnej rewolucji AI w kontekście przede wszystkim szukania pracy, zwłaszcza w sektorze IT. Na przestrzeni ostatniego roku tych pytań było naprawdę, naprawdę sporo. W końcu to podcast technologiczny. Udało mi się znaleźć właściwą w mojej ocenie osobę do rozmowy na ten temat. I to właśnie jest ten odcinek, w którym pogadamy o tym, jak pojawienie się AI zmienia świat rekrutacji, a z drugiej strony świat poszukiwania pracy, zwłaszcza przez juniorów.

Zanim zaczniemy, przypomnę, że wszelkie linki do osób, rzeczy i innych spraw, a także namiary na mojego dzisiejszego gościa, którego zaraz Wam przedstawię, znajdziecie w opisie tego podcastu pod adresem [bochemunie.pl/432](https://bochemunie.pl/432). Tam znajdziecie także namiary na mój newsletter okołotechnologiczny, który niezmiennie wysyłam w każdą sobotę o poranku. Sprawdź, być może to coś dla Ciebie.

Stereotyp informatyka w koszuli w kratę, wiecie, po politechnice, zdecydowanie odchodzi do lamusa. Już nie wspomnę o tym memie, którego pewnie część z Was kojarzy, przedstawiającym słynne spotkanie informatyków przy stole w kuchni.

Swoją drogą, warto sobie wygooglować czy zapytać właśnie AI o to, jaka jest historia osób, które są na tym zdjęciu, bo jest ona naprawdę ciekawa – polecam sprawdzić to w ramach anegdoty. No a dziś do IT wchodzi ludzie z logistyki, sprzedaży, a czasem nawet z budownictwa, dla których praca zdalna jest ważniejsza niż owocowe czwartki. Pytanie tylko, czy w świecie AI znajdzie się dla nich miejsce? Czy algorytmy zamkną te drzwi, które dopiero co uchylili? Porozmawiamy o tym z moim i Waszym gościem, którym jest dziś Nazar Dańczuk, Country Manager w Jooble.

Cześć, Nazar!

[NAZAR] Cześć, cześć! Bardzo miło mi tu być, dziękuję za zaproszenie. Jestem Country Managerem w Jooble. Zawsze żartuję, że odpowiadam za sukces naszych klientów, ale tak na serio: jestem odpowiedzialny za tworzenie i implementację strategii rozwoju Jooble na polskim rynku. Moim celem jest dostarczanie jak najlepszej jakości kandydatów naszym klientom, przede wszystkim portalom rekrutacyjnym. Łączę ukraińskie korzenie firmy z lokalną specyfiką polskiego rynku pracy, dlatego dzisiaj będziecie u mnie słyszeć jeszcze taki delikatny wschodni akcent.

[KRZYSZTOF] Gościłem już kilka osób o nazwiskach pochodzących z Ukrainy, m.in. twórców CleanMyMac, czyli załogę MacPaw. Wtedy nagrywaliśmy po angielsku, ale akcent też był oczywiście słyszalny. Pozdrawiam serdecznie wszystkich, którzy korzystają z ich narzędzi, a wiem, że wśród moich słuchaczy jest od groma takich osób. Powiedziałaś o Jooble w kontekście tego, co tam robisz, i prosiłbym Cię, żebyś jeszcze raz przybliżył nam, czym zajmuje się firma. Nie tylko w Polsce, bo to już „pełnoletni” projekt – przecież to ponad 18 lat istnienia na rynku globalnym. Powiedz mi i słuchaczom, co właściwie robicie? Bo chyba nie jesteście kolejnym LinkedInem, tylko raczej czymś więcej – agregatorem? Jak to nazwać? Wyjaśnij prostymi słowami, co robi Jooble.

[NAZAR] Jesteśmy agregatorem ofert pracy. Najprościej mówiąc: jesteśmy jak Google, tyle że dla ofert pracy. Jesteśmy międzynarodową wyszukiwarką, z której korzystają miliony użytkowników w 66 krajach na całym świecie. W Polsce jesteśmy największą wyszukiwarką w segmencie agregatorów. Odnotowujemy ponad 6 milionów sesji kandydatów miesięcznie. Współpracujemy z całym rynkiem portali rekrutacyjnych, którym dostarczamy aplikacje i kandydatów. Rozliczamy się głównie za kliknięcia lub za uzyskaną aplikację – to jest nasz model biznesowy.

Jeśli mówimy o początkach Jooble, to tak jak wspomniałaś, spółka jest już pełnoletnia. Wszystko zaczęło się 20 lat temu w Kijowie, w akademiku, po zajęciach

– jak w prawdziwym startupie. Roman Prokofiew i Eugene Sobakarov postanowili stworzyć właśnie taki „Google dla ofert pracy”. Jedno miejsce, które przeszukuje internet za użytkownika. Zauważyli bowiem, że aby znaleźć zatrudnienie, kandydat musiał przeglądać dziesiątki różnych stron i portali ogłoszeniowych. Jooble agreguje oferty z całego internetu: ze wszystkich portali, zakładek „kariera” itd. Gromadzi tę ogromną liczbę ogłoszeń, co daje kandydatowi większy wybór podczas poszukiwań. Tym się różnimy, na tym się znamy i posiadamy jeden z największych zbiorów danych (datasetów) w segmencie pracy na świecie.

[KRZYSZTOF] To prawda, że o portalach do szukania pracy każdy coś tam wie – są przecież główni liderzy na polskim rynku, których nazw nie musimy tu wymieniać. Wiadomo generalnie, gdzie iść. Natomiast o tym, że można to uprościć i że istnieje taki Google do szukania pracy, który wykonuje robotę za nas, wie już znacznie mniej osób. Wy zbieracie oferty ze wszystkich wiodących miejsc i to upraszczacie – to najprostsze wytłumaczenie. Myślę, że ta historia wciąż wymaga opowiedzenia, bo wiele osób nie zdaje sobie sprawy z ułatwienia, jakie to daje. Jasne, można zapytać dzisiaj ChatGPT lub inne AI o oferty pracy, ale czy to jest droga donikąd? Jak sądzisz? Czy lepiej przyjść do Was? Pewnie powiesz, że tak, ale chodzi mi o skuteczność. Czy pytając czata, dostaniemy to, co u Was, czy raczej nic z tego nie będzie?

[NAZAR] My zajmujemy się optymalizacją pod LLM-y (duże modele językowe). Gdy będziesz szukać pracy i wpiszesz zapytanie w ChatGPT lub Gemini, to – zależnie od stanowiska i branży – istnieje duże prawdopodobieństwo, że w wynikach wyszukiwania otrzymasz link do Jooble i zostaniesz do nas przekierowany. Optymalizacja pod AI to nasza strategia; po prostu nie możemy tego ignorować.

[KRZYSZTOF] To jasne, bo przecież Google też się zmienia. Skoro Gemini Search pojawia się na samej górze, to Wy, będąc wyszukiwarką ofert pracy, musicie podążać za rewolucją AI. Nie możecie wejść w rolę buntownika i powiedzieć, że w AI nie wierzycie. To znamienne, że w takim biznesie jak Wasz nie ma innej drogi niż ścieżka AI.

[NAZAR] Tak jest.

[KRZYSZTOF] Powiedz mi zatem, jak to jest z tym AI? W latach 2025–2026 ta dyskusja wciąż będzie wracać, a jej wspólny mianownik brzmi: „Czy człowiek jest w ogóle potrzebny w procesie poszukiwania pracy?”. Nasłuchałem się od znajomych i słuchaczy, że gdy szukają zatrudnienia, to albo nikt (w sensie człowiek, żywa istota) nie czyta ich CV, albo algorytmy wypluwają fejkowe oferty i aplikuje się

na tzw. stanowiska duchy. Prawda to czy nieprawda? Czy może racja leży pośrodku? Jak to jest z AI w rekrutacji?

[NAZAR] Moim zdaniem prawda leży pośrodku. Nie wiem, czy słyszałeś ostatnio o portalu Rent a Human?

[KRZYSZTOF] Nie, opowiedz o tym.

[NAZAR] To giełda pracy, gdzie pracodawcą jest sztuczna inteligencja, a pracownikiem człowiek wykonujący zlecenia w świecie realnym. To bardzo ciekawy portal, powstał kilka tygodni temu. Głównym założeniem jest umożliwienie agentom AI wynajmowania ludzi do zadań fizycznych, których algorytmy nie są w stanie wykonać same – np. dostawa, przetestowanie perfum czy inne czynności.

[KRZYSZTOF] Chcesz mi powiedzieć, że istnieje już giełda „ludzkich najemników” dla algorytmów, które optymalizują biznesy, bo potrafią analizować dane i układać strategię, ale nie potrafią np. powąchać próbki perfum? To brzmi niesamowicie.

[NAZAR] Dokładnie tak. To jest pewnego rodzaju job board przyszłości. Siedząc mocno w tej branży, uważam, że nie możemy tego ignorować. Jestem ciekawy, w którą stronę to pójdzie.

Wracając do Twojego pytania o balans między człowiekiem a AI w rekrutacji: w 2026 roku faktycznie mamy do czynienia z sytuacją, w której sztuczna inteligencja selekcjonuje aplikacje przygotowane przez inną sztuczną inteligencję. Kandydaci używają generatorów CV, a rekruterzy systemów ATS zintegrowanych z modułami AI. Rolą AI jest tu sortowanie tysięcy aplikacji, dopasowywanie słów kluczowych, wstępna weryfikacja umiejętności technicznych oraz automatyzacja komunikacji i umawiania spotkań.

[KRZYSZTOF] Kwestia planowania spotkań jest jasna – to dotyczy nie tylko rekrutacji. Kiedyś zajmowali się tym pracownicy recepcji czy asystenci, teraz robi to AI. Zastanawiam się jednak nad tym, co powiedziałaś: AI analizuje AI. Skoro korzystanie z LLM-ów przy pisaniu CV jest powszechne, to czy przygotowanie dokumentu „starą metodą” – samodzielnie, bez pomocy bota – wyróżnia kandydata w oczach algorytmów? Czy AI widzi, że jej „koleżanka” nie miała w tym udziału, i czy to jest punktowane na plus?

[NAZAR] Trudno powiedzieć. Dla mnie AI to narzędzie, a nie instancja podejmująca ostateczne decyzje. AI optymalizuje procesy, oszczędzając czas rekrutera, ale to człowiek decyduje o zatrudnieniu. Owszem, CV może nie trafić do rekrutera, jeśli nie przejdzie przez ocenę AI w systemie ATS. Z drugiej strony istnieją narzędzia dla

kandydatów, które w kilka godzin wysyłają CV na setki ofert, często tylko pobieżnie dopasowanych do profilu. Moim zdaniem, jeśli chcesz zaaplikować na naprawdę dobrą ofertę w firmie, na której Ci zależy, najlepiej napisać CV samodzielnie i bez masowego korzystania z automatów.

[KRZYSZTOF] Wspomniałeś o narzędziach dedykowanych poszukiwaczom pracy, które szukają ogłoszeń za nich. Pojawia się ich coraz więcej. Myślę, że zgodzisz się ze mną, by podchodzić do nich z dystansem. Obietnica, że „algorytm zrobi to lepiej, bo zna inne algorytmy”, to często tylko chwyt marketingowy.

[NAZAR] Tak, to w dużej mierze marketing. Chciałbym też uniknąć zjawiska spamowania pracodawców. Rekruterzy dostają obecnie około pięć razy więcej aplikacji, niż są w stanie przetworzyć. W ciągu ostatnich pięciu lat liczba zgłoszeń wzrosła o 300%. Człowiek nie jest w stanie tego ogarnąć, a narzędzia wysyłające CV na tysiące ofert tylko pogarszają sprawę. To jest nieodpowiedzialne i drastycznie obniża konwersję.

[KRZYSZTOF] Nieodpowiedzialne z obu stron. W dyskusjach o AI w rekrutacji rzadko mówi się o tym „zasypywaniu” systemów. Łatwo narzekać, że „wysłałem wszędzie i nikt nie odpowiedział”, ale pytanie brzmi: czy strategia „wszędzie” nie przynosi efektu odwrotnego do zamierzonego?

[NAZAR] Dokładnie tak. CV musi być doprecyzowane pod konkretną ofertę, a tego sztuczna inteligencja w sposób masowy nie jest w stanie zrobić dobrze.

[KRZYSZTOF] Super, że to mówisz. Patrzyłem na badanie Jooble i Made Academy z przełomu 2025 i 2026 roku. Jest tam kilka ciekawych danych dotyczących sektora IT. Wyjaśnijmy: Made Academy to startup edukacyjny oferujący naukę programowania dla osób chcących wejść do branży. W raporcie czytamy, że ponad 50% badanych to osoby uczące się nowego zawodu, a 23% rozważa zmianę.

To obala mit, że dzisiejszy kandydat do IT to wyłącznie absolwent informatyki, który marzy o wysokiej pensji tuż po dyplomie. Z raportu wynika, że do IT lgną ludzie z obsługi klienta (15%), logistyki (12%), a nawet budownictwa (10%). To nie są typowe „umysły ścisłe” po krakowskim AGH. Skąd ten zwrot?

[NAZAR] Miło, że wspomniałeś o moim ulubionym Krakowie i AGH! Moim zdaniem studia techniczne uczą nie tylko twardych umiejętności, ale też kształtują kompetencje miękkie w specyficznym otoczeniu. Uważam, że na zaawansowanym poziomie ukończenie studiów kierunkowych wciąż jest bardzo ważne. Z drugiej strony rynek IT przestaje być „klubem dla wtajemniczonych”. Staje się alternatywą dla specjalistów z różnych dziedzin. Pojawia się mnóstwo stanowisk

nietechnicznych, co ułatwia „switch” (przebranżowienie). Kursy dają szybki start, choć ja zawsze podkreślam, że trzeba się kształcić nieustannie. Ludzie z logistyki czy budownictwa szukają w IT nowych możliwości.

[KRZYSZTOF] Myślisz, że to efekt lęku, że AI zabierze im pracę, więc uciekają tam, gdzie są pieniądze? Czy może raczej dostrzegają, że ich dotychczasowa ekspert wiedza (np. z pracy fizycznej czy logistyki) będzie potrzebna przy wdrażaniu AI w tych sektorach? Trudno jednoznacznie określić przyczyny, ale ja jestem daleki od tezy, że chodzi tylko o kasę. W IT kompetencje miękkie i zrozumienie „świata zewnętrznego” stają się coraz cenniejsze.

[NAZAR] Dobrze, że o tym mówisz. Rozmawiałem z rekruterami z branży produkcyjnej i logistycznej (tzw. blue collars). To zupełnie inny świat. Rekruter wykonuje tam 30–50 telefonów dziennie, spędzając 70% czasu na słuchawce. Gdy pytam, dlaczego nie zautomatyzują wstępnej selekcji, słyszę: „Nie ufamy AI”. To jest realna bariera. Na ten moment sztuczna inteligencja najmocniej rozwija się w rekrutacji „white collars” i w IT.

[KRZYSZTOF] W raporcie pojawia się też gastronomia, co pokazuje ogromny rozrzut branż. Czy dla tych osób AI jest szansą na szybszą naukę, czy raczej barierą? 35% kandydatów boi się, że w ogóle nie znajdzie pracy, a 22% martwi się trudnością nauki. Z drugiej strony mamy „low-coding” lub „no-coding”. Jak wygląda dzisiaj pisanie programów bez głębokiej wiedzy programistycznej?

[NAZAR] Bardzo cenię ten trend. AI nie zastąpi człowieka, ale osoba potrafiąca korzystać z AI zastąpi na rynku pracy osobę, która tego nie potrafi. No-code czy low-code to narzędzia świetne nawet dla stanowisk nietechnicznych. Zamiast pisać w języku programowania, używasz języka naturalnego, a modele AI robią resztę. To idealne do tworzenia prototypów. Product Manager może w jeden wieczór „wyklikać” działający model produktu, zamiast angażować zespół na miesiąc i spalać budżet. Nawet Google wymaga teraz od kandydatów tworzenia prototypów jako części rekrutacji.

[KRZYSZTOF] Pamiętam swoje czasy na stanowiskach menedżerskich – zamiast obiecywać „gruszki na wierzbie” i kazać designerom przygotowywać makiety w Figmie, które mogą trafić do kosza, można pokazać coś klikalnego. To oszczędza czas, pieniądze i demotywację zespołu.

[NAZAR] Dokładnie. To wyzwanie dla UI/UX designerów. Muszą teraz zdobywać kompetencje produktowe. Muszą skupić się na tym, czy przycisk konwertuje użytkownika, a nie tylko na tym, czy ładnie wygląda. Muszą zrozumieć metryki.

[KRZYSZTOF] I zrozumieć człowieka. Ważne są emocje użytkownika. Jeśli coś nas wkurza, to nawet największy budżet tego nie uratuje. Warstwa kompetencji miękkich – behawiorystyka, psychologia, socjologia – staje się w IT kluczowa.

[NAZAR] Tak, dopasowanie kulturowe jest szalenie ważne. Wspomnę tu o pracy zdalnej. Jestem pasjonatem pracy z biura i obserwuję trend powrotu do modelu hybrydowego. Budowania kultury organizacyjnej i relacji nie da się w pełni zrobić przez ekran. Technologia pozwala przesyłać pliki, ale nie zastąpi „przypadkowej innowacji” – rozmów przy kawie, z których rodzą się najlepsze pomysły, gdy marketingowiec spotka Product Managera. To właśnie rozwija kompetencje miękkie.

[KRZYSZTOF] Jesteś spójny z tym, co zrobiło np. Apple. Oni pierwsi głośno powiedzieli, że praca zdalna szkodzi innowacyjności. Model hybrydowy chyba zostanie z nami na stałe. Chciałbym jeszcze poruszyć temat strachu juniorów. Często słyszy się, że „zetki” są roszczeniowe. Moim zdaniem pod tą maską kryje się niepewność – brak stabilizacji, drogie mieszkania. To wszystko jest w Waszym raporcie. W tym kontekście Jooble, agregując oferty z całego świata, daje szerszą perspektywę. Kandydat widzi, że polska rzeczywistość nie jest jedyną obowiązującą.

[NAZAR] Globalny obraz jest bardzo cenny. Jeśli chodzi o obawy: kandydaci boją się głównie braku stabilności finansowej podczas nauki. Początki są trudne, a zarobki juniorów nie są już tak zawrotne. Do tego dochodzi konieczność startu od zera, co wymaga ogromnej determinacji i czasu.

[KRZYSZTOF] Czy widzicie zmiany w samych opisach ogłoszeń? Czy po rewolucji AI są one pisane bardziej ludzkim językiem, by przyciągnąć osoby się przebranżawiające, czy wręcz przeciwnie – stają się bardziej techniczne, by odstraszyć boty?

[NAZAR] Obserwujemy duży ruch w IT i wiele ofert dla juniorów. Pojawiają się specyficzne tagi: „staż”, „praca dla juniora”, „praca zdalna”, „elastyczny tryb”. Wszyscy próbują przyciągnąć uwagę tymi oznaczeniami, czego wcześniej nie było aż na taką skalę. Zachęcam moich klientów, by dbali o te szczegóły. Oferty z trafnymi tagami mają znacznie więcej kliknięć.

[KRZYSZTOF] To ułatwia życie, bo nie marnujemy czasu na oferty, które nie spełniają naszych wymogów. Na koniec: co z motywacją? Wiele osób tkwi w „impasie zawodowym”. Wszyscy krzyczą o rewolucji AI, ale nikt nie mówi, gdzie konkretnie uciekać i czy się uda. Czy w najbliższych trzech latach ludzie odważą się na zmiany masowo, czy zostaną do tego zmuszeni przez ekonomię?

[NAZAR] Atrakcyjność IT wciąż wiąże się ze stereotypem pracy zdalnej, co stało się kluczowe po pandemii. Dla wielu możliwość pracy z dowolnego miejsca wygrywa nawet z wyższymi zarobkami – nasze badania pokazują, że 16% kandydatów ceni zdalność bardziej niż 12% wyższą pensję. Ludzie mają rodziny, kredyty i nie są już tak mobilni jak studenci dekadę temu. Jednak muszę zaznaczyć: znalezienie pracy w 100% zdalnej dla juniora jest obecnie bardzo trudne. Aby zdobywać kompetencje, na początku po prostu musisz się uczyć w zespole od bardziej zaawansowanych kolegów. Więc praca stacjonarna w tym, no, bardzo pomaga.

Jak już wspominałem, to są takie innowacje, ale też z kolei zawsze możesz podejść na przykład do kolegi, który jest na wyższym stanowisku, i po prostu zapytać: „Słuchaj, nie wiem, jak rozwiązać ten problem, czy jesteś w stanie mi pomóc?”. Prawdopodobnie pomoże, więc jesteś w stanie po prostu się uczyć. Podczas COVID-u nie było takiej możliwości. Bardzo rzadko pisało się do kogoś: „Słuchaj, masz może godzinę, aby mi poświęcić i wejść ze mną na calla, bo mam kilka pytań?”. Bardzo rzadko to się zdarzało. Z jednej strony w biurze jesteśmy bardziej otwarci na taką komunikację i na pomaganie innym, ale też na przekazywanie wiedzy.

[KRZYSZTOF] I tutaj myślę, że nawet jeżeli ten kandydat albo świeżo upieczony junior chciałby zapytać o to, o czym przed chwilą wspomniałeś, chociażby AI, to okej – AI mu coś doradzi, coś odpowie, ale to będzie taka niema odpowiedź. AI nie ma stanowiska, nawet jak je dobrze promptujesz. Nie ma tej ludzkiej historii, że ktoś jest seniorem od wielu, wielu lat, pracuje w tej firmie, zna procesy jako człowiek.

I to jest też ta różnica, że nawet jeżeli powiesz AI: „Bądź seniorem, super doświadczonym”, to nigdy nie masz tego ludzkiego dotyku, który dałby ci ostateczne potwierdzenie, że ten ktoś naprawdę wie, o czym mówi.

[NAZAR] Tak jest, tak jest, dokładnie.

[KRZYSZTOF] Patrząc zatem na to, co robicie w Jooble i na to, co przynosi teraz rynek pracy – nie tylko IT, ale ogólnie – oraz na klientów, których Wam przybywa i na to, czego oni oczekują od kandydatów: jakie trzy rady mógłbyś dać osobom, które teraz zmięrają się z poszukiwaniem pracy? Patrząc na cały background, który macie, i na dane, którymi dysponujecie – co tutaj jest kluczowe? Trzy porady lub lekcje.

[NAZAR] W pierwszej kolejności: wejście do branży nie jest łatwe. Ukończenie jednego lub kilku kursów nie zagwarantuje sukcesu. Na rynku talenty walczą ze sobą o pracodawcę. Wysokie zarobki oznaczają też wysokie kompetencje i na odwrót. Zachęcam do nauki, zachęcam do gromadzenia portfolio i doświadczeń. Wolę tutaj mierzyć doświadczenie nie w latach, tylko właśnie w konkretnych

dokonaniach – to jest bardzo ważne. Do tego podnoszenie kompetencji i śledzenie, dokąd zmierza rynek technologiczny. No i wiadomo: powrót do biura. Powrót do biura albo hybryda.

[KRZYSZTOF] To bardzo ciekawe, że to tak przebija. Faktycznie, nie tylko u Ciebie i nie tylko w naszej rozmowie, ale coraz więcej tego typu analiz się publikuje. Mamy już dane po pandemii, które na to pozwalają. Myślę, że to dobrze, Nazar. Fajnie, że zweryfikowaliśmy to jako świat, bo teraz zupełnie inaczej będziemy spoglądać na te relacje offline – może nie tylko jako okazję do plotek w kuchni, ale do czegoś więcej. Myślę, że to jest plus i tak należy na to patrzeć.

[NAZAR] Tak jest.

[KRZYSZTOF] Dobrze. Mój drogi, powiedz nam jeszcze na koniec: jeżeli ktoś chciałby się z Wami skontaktować w kontekście Waszej oferty, bo jest osobą, podmiotem czy firmą, która chciałaby pojawiać się w wynikach wyszukiwania Jooble, to gdzie najlepiej to zrobić, jeśli chodzi o polski oddział?

[NAZAR] Zachęcam do napisania do mnie na LinkedInie albo do skontaktowania się z nami przez [pl.jooble.org](https://pl.jooble.org). Dodatkowo 11 marca występuję w Warszawie na konferencji HR Challenge, gdzie opowiem o *skill-based hiring*, więc będzie można mnie tam złapać. Będziemy mieli swoje stanowisko, także zapraszam.


[KRZYSZTOF] Ja również zapraszam bardzo serdecznie – nie tylko do Warszawy, żeby się osobiście poznać, skoro już o tych relacjach, Nazar, mówiłeś, ale również żeby sprawdzić stronę. Jest ona oczywiście w całości po polsku, można sobie tam wszystko przeklikać i do tego zachęcamy. Bardzo Ci dziękuję za Twoją ekspertyzę i za ten ludzki język w rozmowie, bo liczyłem na to, że on właśnie tutaj wybrzmi. Jeżeli macie jakieś pytania do Nazara czy ogólnie do tego odcinka, dawajcie znać w komentarzach na Spotify, na YouTube czy na Instagramie pod postem promującym ten odcinek. Oczywiście, jeżeli Wam się podobało, będę wdzięczny za wszelkiego rodzaju gwiazdki, czy to w Apple Podcasts, czy na Spotify, bo to pozwala walczyć z algorytmami platform streamingowych w czasach AI. Nazar, jeszcze raz bardzo, bardzo dziękuję – nie tylko za wsparcie tego podcastu, ale przede wszystkim za Twoją wiedzę. Do usłyszenia, mam nadzieję, jeszcze kiedyś!

[NAZAR] Bardzo dziękuję za zaproszenie. Było bardzo miło, dziękuję za rozmowę. Pozdrawiam wszystkich, do usłyszenia! Zapraszam do mnie na LinkedIna, a niedługo widzimy się w Warszawie.

[KRZYSZTOF] Tak jest, linki oczywiście w opisie.

Do następnego razu, trzymajcie się, cześć!

[MUZYKA]

*Raz jeszcze, na koniec, żeby nie umknęło. Przypominam, zostaw na [Apple Podcasts](#) lub na [Spotify](#) taką liczbę  gwiazdek, jaką uznasz za stosowną.*

*Do usłyszenia w kolejnym odcinku, a za dziś bardzo dziękuję.*

[MUZYKA CICHNIE – KONIEC ODCINKA]