

Profil stanowiska - co trzeba ustalić przed napisaniem ogłoszenia?

Element	Przykładowe ustalenie
Nazwa	Grafik komputerowy / Graphic Designer (k/m)
Zespół	Wewnętrzny dział marketingu
Poziom	Mid – samodzielna realizacja typowych projektów
Główne materiały	Reklamy internetowe, social media, newslettery, prezentacje
Odpowiedzialność	Od interpretacji briefu po gotowe pliki i adaptacje
Narzędzia	Photoshop i Illustrator, jeśli taki jest standard zespołu
Współpraca	Marketing manager, copywriter, osoby prowadzące kampanie
Poza zakresem	Badania UX, montaż rozbudowanych filmów, grafika 3D
Ocena w rekrutacji	Portfolio, rozmowa o projektach, ewentualnie krótkie zadanie

O pracy w naszym zespole

Przygotowujemy reklamy internetowe, grafiki do mediów społecznościowych, newslettery i materiały sprzedażowe. Część projektów powstaje od podstaw, inne rozwijamy w ramach istniejącej identyfikacji wizualnej. Szukamy osoby, która samodzielnie przejdzie od briefu do gotowej kreacji, zaproponuje czytelny układ i przygotuje materiały do publikacji.

Nie szukamy jednocześnie montażysty, animatora 3D ani projektanta UX/UI. To stanowisko skupia się na grafice 2D i codziennych potrzebach zespołu marketingowego.

Czym będziesz się zajmować?

- Projektowaniem kreacji reklamowych i grafik do mediów społecznościowych.
- Przygotowywaniem materiałów do newsletterów, prezentacji i działań sprzedażowych.
- Adaptowaniem projektów do formatów używanych w różnych kanałach.
- Obróbką zdjęć i opracowywaniem elementów graficznych.

- Współpracą z marketingiem i copywriterami: od briefu, przez poprawki, po finalne pliki.
- Sprawdzaniem czytelności i poprawności technicznej materiałów.

Czego oczekujemy?

- Portfolio z przykładami materiałów marketingowych i krótką informacją o Twoim wkładzie w wybrane projekty.
- Znajomości kompozycji, typografii i zasad hierarchii wizualnej.
- Praktycznej obsługi Adobe Photoshop i Adobe Illustrator.
- Umiejętności samodzielnej pracy na podstawie briefu.
- Doświadczenia w przygotowywaniu różnych formatów kreacji cyfrowych.
- Dobrej organizacji pracy i umiejętności omawiania poprawek.

Mile widziane: znajomość Figmy, doświadczenie w przygotowywaniu prostych materiałów do druku lub podstawy animacji.

Co oferujemy?

[Tutaj należy wpisać konkretne, rzeczywiście oferowane warunki: sprzęt i licencje, organizację pracy, wielkość zespołu, możliwości rozwoju, benefity. Nie publikować ogólników zamiast ustalonych warunków.]

Jak wygląda rekrutacja?

1. Przeglądamy zgłoszenie i portfolio, zwracając szczególną uwagę na projekty marketingowe.
2. Podczas rozmowy omawiamy wybrane realizacje, sposób pracy i oczekiwania związane ze stanowiskiem.
3. Jeśli przewidujemy zadanie praktyczne, wcześniej podajemy jego zakres, termin, zasady wykorzystania pracy oraz kryteria oceny.
4. Informujemy o decyzji w terminie [termin przekazania odpowiedzi].

Jak aplikować?

Prześlij CV i link do portfolio przez [formularz aplikacyjny]. Jeśli pokazujesz prace zespołowe, opisz, za które elementy odpowiadałaś lub odpowiadałeś. [Przed publikacją dodaj właściwe informacje dotyczące przetwarzania danych i rekrutacji.]

Jak dopasować ogłoszenie do innej specjalizacji?

Jeśli stanowisko dotyczy przede wszystkim katalogów i opakowań, opis obowiązków należy oprzeć na składzie i wymaganiach produkcyjnych. Przy kampaniach cyfrowych pierwszeństwo mają kreacje, adaptacje i czytelność w różnych formatach. Podobnie powinny się zmieniać wymagania oraz kryteria oceny portfolio.