

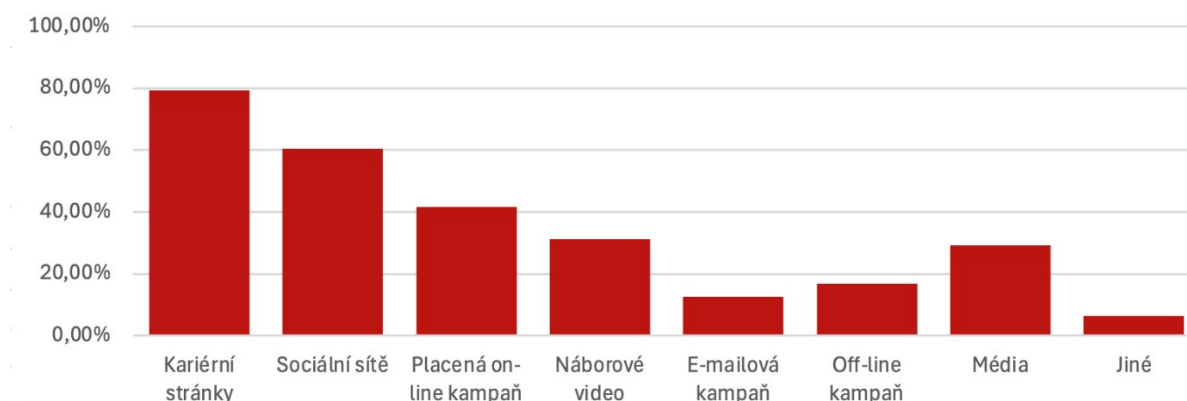
## Nábor zpřísňuje: 65 % firem vyřazuje kandidáty kvůli chybám v CV, nejlépe fungují kariérní stránky

**Firmy v Česku mění přístup k náboru zaměstnanců. Už nejde o rychlé obsazení pozice za každou cenu, ale o kvalitu kandidátů a efektivitu celého procesu. Ukazuje to aktuální průzkum HR marketingu a AI v HR 2026, který realizovaly společnosti Edenred a Recruitment Academy<sup>1</sup>. Z dat vyplývá, že nejefektivnějším náborovým kanálem jsou dlouhodobě kariérní stránky, zatímco samotný nábor se prodlužuje a zpřísňuje. Do hry zároveň stále výrazněji vstupuje umělá inteligence, která přináší nové příležitosti i výzvy. Nové trendy i neúspěšnější kampaně představí galavečer Recruitment Academy Awards už 23. dubna.**

Náborovou kampaň v posledním roce realizovalo 36 % organizací. Nejčastěji přitom zapojují kariérní stránky (79 %), sociální sítě (60 %) a placenou on-line reklamu (42 %). HR marketing však zůstává pro většinu organizací spíše okrajovou aktivitou – více než polovina z nich (55 %) mu věnuje méně než 10 % své kapacity a pouze 29 % má pro budování značky zaměstnavatele (employer branding) dedikovanou roli.

*„Výsledky našeho průzkumu potvrzují, že náborové kampaně dnes realizuje zhruba třetina firem. Ty zároveň čelí bezprecedentním výzvám – od vysoké konkurence na trhu práce až po nástup umělé inteligence, která mění pravidla hry na straně kandidátů i zaměstnavatelů. Přesto více než polovina organizací věnuje HR marketingu méně než desetinu své kapacity,“ říká **Aneta Martišková, členka vedení Edenred.***

### Nejčastěji využívané kanály v náborových kampaních



Přestože firmy využívají širokou škálu náborových kanálů, jejich reálná účinnost se liší. Jako suverénně nejúčinnější nástroj označila téměř polovina firem své kariérní stránky (46 %). S odstupem pak následují sociální sítě (21 %) a placená on-line kampaň (13 %).

*„Kariérní stránky zůstávají nejefektivnějším náborovým kanálem hlavně proto, že firmám umožňují předat kandidátům ucelený a autentický obraz o tom, kdo jsou, jak fungují a koho skutečně hledají. Právě tam se často rozhoduje o tom, zda uchazeč nabídku vnímá jako důvěryhodnou a relevantní. Firmy ale na svých kariérních webech stále podceňují srozumitelnost sdělení, konkrétní popis role, transparentnost podmínek i celkový uživatelský zážitek,“ vysvětluje **José Kadlec, CEO Recruitment Academy.***

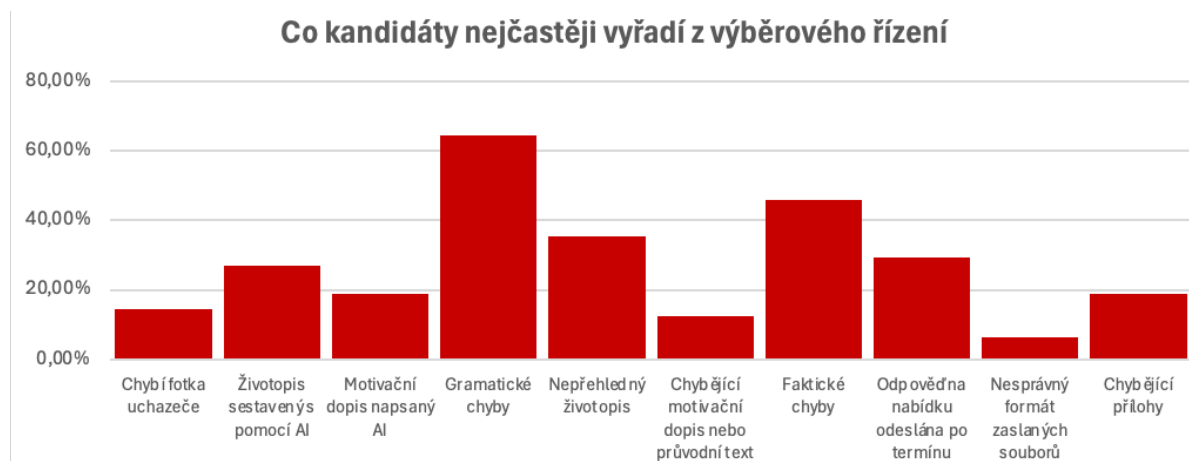
<sup>1</sup> Šetření Recruitment Academy a Edenred s názvem „Průzkum HR marketingu a AI v HR 2026“ se zúčastnilo 133 respondentů z řad personalistů. Sběr dat proběhl v březnu 2026.

## Kvalita vítězí nad kvantitou

S rostoucí konkurencí na trhu práce se strategie zaměstnavatelů posouvá od snahy o rychlé obsazení volných míst k důkladnému prověření shody kandidáta s firemní kulturou i jejími potřebami. Tento posun potvrzují i data – dvoukolové pohovory dnes využívá 67 % firem. Jeden pohovor už personalistům nestačí k ověření odbornosti i osobního souladu s týmem, což se přirozeně odráží i v délce celého procesu. Naplnit konkrétní pracovní pozici dnes trvá nejčastěji 3 až 4 týdny, což uvádí třetina firem. Téměř ve stejném počtu případů se však výběr protáhne na 5 až 6 týdnů a u necelé čtvrtiny organizací trvá nábor dokonce sedm týdnů a déle.

Firmy jsou zároveň výrazně přísnější při hodnocení kandidátů. Nejčastějším důvodem pro vyřazení jsou gramatické chyby v životopise (65 %), následované faktickými chybami, například nesprávně uvedeným názvem firmy (46 %) nebo nepřehledným zpracováním CV (35 %). Téměř třetina personalistů také negativně vnímá životopisy vytvořené s pomocí umělé inteligence.

*„Gramatické a faktické chyby v životopisech jsou v náboru vnímány jako dlouhodobý neduh, který kandidáty z výběrových řízení diskvalifikoval vždy, a tento trend nadále přetrvává. Co je však pro současný trh novinkou, je masivní využívání umělé inteligence při tvorbě životopisů a motivačních dopisů. I když AI dokáže texty profesionálně strukturovat, často se z nich vytrácí autenticita a osobní vklad uchazeče. Do budoucna tak bude pro kandidáty klíčové najít rovnováhu – využít technologie jako pomocníka, ale nenechat se jimi připravit o vlastní styl,“* říká **Klára Krumphanslová, HR manažerka ze společnosti Edenred**. Zároveň dodává, že právě schopnost odlišit se a zachovat si věrohodnost v záplavě unifikovaných textů bude tím, co rozhodne o úspěchu.



## Recruitment Academy Awards ukážou špičku v oboru

Aktuální trendy v oblasti náboru, HR marketingu i využití AI představí také letošní ročník Recruitment Academy Awards, který nabídne pohled na nejúspěšnější projekty a kampaně v oboru. Galavečer 11. ročníku Recruitment Academy Awards proběhne 23. dubna 2026 v pražském Divadle ARCHA+.

*„Letošní Recruitment Academy Awards ukážou, jak se do náboru stále výrazněji promítají data, technologie a umělá inteligence, ale zároveň i to, že nejúspěšnější projekty stojí na silné strategii, kvalitní komunikaci a skutečném porozumění kandidátům. Právě kombinace inovací a autentického přístupu dnes rozhoduje o tom, které firmy dokážou na trhu práce uspět,“* uzavírá **José Kadlec, CEO Recruitment Academy**.

---

**Edenred** je globálním lídrem v oblasti benefitů a zapojení zaměstnanců a řešení mobility.

Působí ve 44 zemích a propojuje více než 60 milionů uživatelů s více než 2 miliony partnerských provozoven prostřednictvím 1 milionu firemních klientů.

Edenred nabízí specifická platební řešení zaměřená na zaměstnanecký engagement (stravenky, doprava do práce, dárkové poukazy, wellness, odměny a výhodné nabídky pro zvýšení kupní síly), mobilitu (multi-energetická řešení, včetně nabíjení elektromobilů, správy vozových parků, údržby, mýtného a parkování) a firemní platby (virtuální karty). Kromě vlastních řešení Edenred také v rámci své platformy distribuuje nabídky více než 120 partnerů.

V souladu se záměrem skupiny „Enrich connections. For good“ umožňují tato řešení zlepšovat pohodu a kupní sílu uživatelů. Uspadňují mimo jiné životy lidí pracujících na cestách, zlepšují atraktivitu a efektivitu firem a oživují trh práce i místní ekonomiku. Rovněž podporují přístup ke zdravější stravě, produktům šetrnějším k životnímu prostředí a udržitelnější mobilitě.

12 000 zaměstnanců společnosti Edenred usiluje o to, aby se svět práce stal propojeným ekosystémem, který je každým dnem bezpečnější, efektivnější a zodpovědnější.

V roce 2024 skupina díky svým globálním technologickým aktivům spravovala obchodní objem téměř 45 miliard EUR, a to především prostřednictvím mobilních aplikací, online platforem a karet.

Edenred je zapsán na burze cenných papírů Euronext v Paříži a je součástí indexů, včetně CAC Next 20, CAC Large 60, Euronext 100, Euronext Tech Leaders, FTSE4Good, DJSI Europe Index, DJSI World Index.

*Značky a loga uvedené a použité v této tiskové zprávě jsou ochrannými známkami registrovanými společností EDENRED S.E., jejími dceřinými společnostmi nebo třetími stranami. Bez písemného souhlasu svého vlastníka je nelze použít ke komerčním účelům.*

---

## Kontakty

### DFMG

Jan Kroupa

Tel. +774 992 274

jan.kroupa@dfmg.cz