PRAKTYCZNY PRZEWODNIK

10 sprawdzonych elementów skutecznej strony internetowej dla branży HR

Praktyczny przewodnik bez technicznego żargonu

tenodhr.pl

2026

Zanim zaczniemy

Prowadzisz agencję rekrutacyjną, firmę szkoleniową, doradztwo HR albo outsourcing kadr? Ta lista jest dla Ciebie.

Zebraliśmy 10 elementów, które naprawdę działają na stronach internetowych w branży HR. Nie teoria, nie marketing. Konkrety, które możesz wdrożyć od zaraz.

Każdy element to:

- **Problem** — co najczęściej nie działa
- **Rozwiązanie** — jak to naprawić
- **Wskazówka** — jak to wdrożyć w praktyce
- **Checklist** — co zrobić już dziś

Gotowy? Lecimy.

01

Zdjęcia zespołu, nie stockowe

PROBLEM

Wchodzisz na stronę firmy HR i widzisz stockowe zdjęcia uśmiechniętych ludzi w garniturach. Każda agencja wygląda tak samo. Zero autentyczności, zero zaufania.

ROZWIĄZANIE

Pokaż prawdziwy zespół. Prawdziwe biuro, prawdziwe twarze. Klient chce wiedzieć z KIM będzie pracować — nie z kolejnym stockowym modelem w koszuli.

WSKAZÓWKA

Nie potrzebujesz fotografa. Telefon + naturalne światło wystarczy. Zrób zdjęcia zespołu przy pracy, w sali szkoleniowej, podczas spotkania. Autentyczność bije perfekcję na głowę.

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Zrób 10 zdjęć telefonem — zespół, biuro, spotkanie, szkolenie
- [ ] Zamień minimum 3 stockowe zdjęcia na prawdziwe
- [ ] Dodaj podpisy: kto jest na zdjęciu i czym się zajmuje

02

Jedno jasne wezwanie do działania na górze strony

PROBLEM

Klient wchodzi na Twoją stronę i widzi: „Sprawdź ofertę", „Zadzwoń", „Napisz", „Zobacz realizacje", „LinkedIn". Pięć opcji = zero decyzji.

ROZWIĄZANIE

Jeden przycisk. Jeden cel. Na górze strony, widoczny bez scrollowania. „Umów bezpłatną konsultację HR" — wybierz JEDNO wezwanie do działania i trzymaj się go.

WSKAZÓWKA

Zadaj sobie pytanie: „Gdyby klient mógł zrobić tylko JEDNĄ rzecz na mojej stronie — co to powinno być?". Odpowiedź to Twój główny przycisk. Wszystko inne schowaj niżej.

TAK TO WYGLĄDA:





ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Wybierz JEDEN główny cel strony (konsultacja? wycena rekrutacji?)
- [ ] Umieść duży, widoczny przycisk w górnej części strony
- [ ] Usuń lub zmniejsz pozostałe CTA z pierwszego ekranu

03

Dowody społeczne — opinie klientów

PROBLEM

Masz zadowolonych klientów, ale ich opinie są schowane na podstronie, do której nikt nie dociera. Albo w ogóle ich nie zbierasz.

ROZWIĄZANIE

Umieść 2-3 opinie bezpośrednio na stronie głównej. Widoczne, z imieniem i stanowiskiem. Opinia klienta jest silniejsza niż cokolwiek, co sam o sobie napiszesz.

WSKAZÓWKA

Po zakończonym projekcie wyślij klientowi prostą prośbę: „Czy mogę użyć Twojej opinii na stronie?". Większość się zgadza. Wystarczy imię + firma + 2-3 zdania.

TAK TO WYGLĄDA:

★★★★★

„Profesjonalny proces rekrutacji. W 3 tygodnie znaleźli idealnego kandydata na stanowisko, które wakowało od pół roku."

Marta K.
Dyrektor operacyjna

★★★★★

„Szkolenia, które naprawdę zmieniły nasz zespół. Konkretna wiedza, zero lania wody. Polecam każdemu HR-owcowi."

Adam W.
HR Manager

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Wyślij prośbę o opinię do 3 ostatnich klientów
- [ ] Umieść 2-3 opinie na stronie głównej — z imieniem i stanowiskiem
- [ ] Dodaj zbieranie opinii do standardowego procesu zakończenia projektu

04

Strona „O nas" która buduje zaufanie

PROBLEM

Suche CV z listą certyfikatów. Albo gorzej — generyczny tekst „jesteśmy dynamicznym zespołem profesjonalistów". Klient chce wiedzieć KOMU powierza swoje rekrutacje.

ROZWIĄZANIE

Opowiedz swoją historię. Dlaczego zajmujesz się HR? Co Cię napędza? Pokaż certyfikaty i doświadczenie, ale oprzyj stronę o ludzi i ich specjalizacje. Ludzie kupują od ludzi.

WSKAZÓWKA

Zacznij od jednego zdania: „Pomagamy firmom w rekrutacji, bo...". Dokończ szczerze. To zdanie to fundament Twojej strony „O nas". Ludzie zapamiętują historie, nie listy kursów.

TAK TO WYGLĄDA:

AN

Anna Nowak

HR Business Partner · 8 lat doświadczenia

Pomagam firmom budować zespoły, które naprawdę działają. Zaczynałam jako rekruterka w korporacji, a dziś doradzam firmom od 10 do 500 pracowników...

Rekrutacja IT | Employer Branding | Certyfikat CIPD

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Napisz 3-4 zdania o tym DLACZEGO robisz to co robisz
- [ ] Dodaj zdjęcia i specjalizacje kluczowych osób w zespole
- [ ] Wymień certyfikaty i doświadczenie, ale po historii — nie zamiast niej

05

Proces współpracy krok po kroku

PROBLEM

Klient nie wie co go czeka. Ile trwa rekrutacja? Ile etapów? Kiedy płaci? Niepewność = brak decyzji o współpracy.

ROZWIĄZANIE

Pokaż proces. 4 kroki od pierwszego kontaktu do zatrudnionego pracownika: Analiza potrzeb → Strategia rekrutacji → Realizacja → Raport i ewaluacja. Usuń niepewność.

WSKAZÓWKA

Dodaj orientacyjny czas trwania każdego etapu. Klient musi wiedzieć co go czeka ZANIM się odezwie — to zmniejsza barierę pierwszego kontaktu.

TAK TO WYGLĄDA:



POLECANE NARZĘDZIE

Chcesz ułatwić klientom umawianie się na płatne konsultacje HR? Sprawdź **Zencal**. Klient sam wybiera termin, płaci z góry i dostaje link do spotkania. Idealny do pierwszych konsultacji i audytów HR.

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Rozpisz swój proces współpracy na 4-6 kroków
- [ ] Dodaj orientacyjny czas trwania każdego etapu
- [ ] Umieść proces na stronie głównej — nad formularzem kontaktowym

06

Cennik lub widełki cenowe

PROBLEM

Brak jakiejkolwiek informacji o cenach. Klient nie wie czy stać go na Twoje usługi — więc w ogóle się nie odzywa. Albo odzywa się i marnuje Twój czas, bo ma budżet 5x mniejszy.

ROZWIĄZANIE

Nie musisz podawać dokładnych cen. Wystarczą widełki: „Rekrutacja specjalisty od X zł", „Szkolenie zespołowe od Y zł/dzień". Daj punkt odniesienia — klient sam się kwalifikuje.

WSKAZÓWKA

Przygotuj 2-3 pakiety: np. Rekrutacja / Szkolenia / Doradztwo HR z orientacyjnymi widełkami cenowymi. Klient sam się kwalifikuje — oszczędzasz czas na zapytania „ile to kosztuje?".

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Określ 2-3 pakiety usług z widełkami cenowymi
- [ ] Dodaj sekcję „Cennik" lub „Ile to kosztuje" na stronie
- [ ] Napisz notę: „Ostateczna cena zależy od zakresu — porozmawiajmy"

07

Strona szybka i mobilna

PROBLEM

70% klientów ogląda Twoją stronę na telefonie. Jeśli ładuje się dłużej niż 3 sekundy — odchodzą. Nigdy nie wrócą.

ROZWIĄZANIE

Zoptymalizuj zdjęcia (WebP, kompresja), włącz cache, wybierz szybki hosting. Twoja strona HR musi ładować się błyskawicznie — zarówno na telefonie HR managera, jak i na laptopie prezesa.

WSKAZÓWKA

Wejdź na pagespeed.web.dev, wpisz adres swojej strony. Wynik poniżej 50 na mobile? Zacznij od kompresji zdjęć — eksportuj z Canva jako JPG, a większe pliki wrzuć na tinyjpg.com (do 5 MB). To zwykle daje największy efekt.

POLECANE NARZĘDZIE

Szybkość strony zaczyna się od hostingu. Jeśli Twoja strona stoi na tanim współdzielonym serwerze — żadna kompresja tego nie naprawi. Polecamy **SeoHost** — hosting zoptymalizowany pod WordPress i SEO. Z kodem **weblymate** dostajesz 20% rabatu.

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Sprawdź swoją stronę na pagespeed.web.dev

- [ ] Skompresuj zdjęcia (tinyjpg.com do 5 MB lub eksport JPG z Canva)
- [ ] Otwórz stronę na telefonie — czy nawigacja działa bez problemów?

08

Interaktywne kalkulatory HR

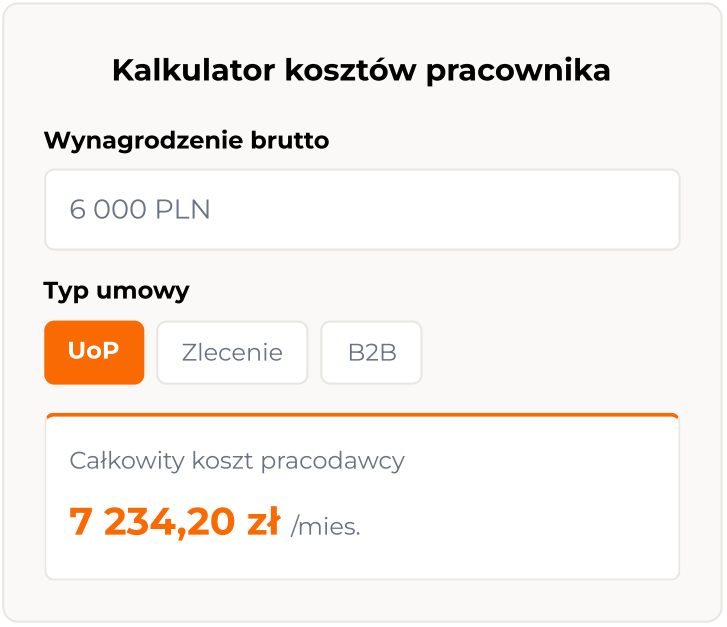
PROBLEM

Twoja strona to tylko tekst i zdjęcia. Klient czyta, scrolluje i... wychodzi. Nic go nie angażuje, nic nie daje mu powodu żeby zostać dłużej.

ROZWIĄZANIE

Dodaj interaktywne narzędzia online: kalkulator kosztów pracownika, kalkulator ROI szkolenia, kalkulator kosztu rekrutacji. Klient wpisuje swoje dane, dostaje wynik — i od razu widzi wartość współpracy z Tobą.

TAK TO WYGLĄDA:



WSKAZÓWKA

Kalkulatory HR to jedne z najlepszych lead magnetów w branży — dają natychmiastową wartość i budują pozycję eksperta. Klient, który

> skorzystał z Twojego kalkulatora, zapamięta Twoją markę.

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Wybierz jeden kalkulator do wdrożenia: koszty pracownika, ROI szkolenia lub koszt rekrutacji
- [ ] Umieść go na stronie głównej lub jako osobną podstronę
- [ ] Dodaj CTA pod kalkulatorem: „Chcesz obniżyć te koszty? Porozmawiajmy"

09

Blog z poradami HR

PROBLEM

Strona ma 5 podstron i od roku nic się nie zmieniło. Google nie widzi powodu żeby Cię wyświetlać. Klienci szukają odpowiedzi na pytania HR-owe — a Ty ich nie dajesz.

ROZWIĄZANIE

Prowadź blog. Artykuły odpowiadające na pytania, które zadają Ci klienci. „Ile kosztuje zatrudnienie pracownika?", „Jak obniżyć rotację?" — to tematy, które przyciągają ruch z Google.

TAK TO WYGLĄDA:

Poradnik

Ile kosztuje zatrudnienie pracownika w 2026?

Pełna kalkulacja kosztów UoP, zlecenie i B2B...

Strategia HR

Jak obniżyć rotację w zespole?

Sprawdzone metody retencji pracowników...

WSKAZÓWKA

Pytania klientów = tematy artykułów. Zapisuj każde pytanie, które dostajesz mailem, na spotkaniu czy w DM. To gotowy plan treści na pół roku. 500-1000 słów na wpis wystarczy.

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Rozpisz 10 tematów, o które pytają Cię klienci najczęściej
- [ ] Napisz pierwszy wpis (500 słów, jedno zdjęcie, jedno CTA)
- [ ] Ustal harmonogram: 1 wpis na tydzień lub 2 na miesiąc

10

System zbierania kontaktów

PROBLEM

Klient wchodzi na stronę, czyta, wychodzi — i przepada na zawsze. Nie zostawia maila, nie zapisuje się na nic. Stracony lead, stracona szansa.

ROZWIĄZANIE

Daj coś wartościowego w zamian za email: checklistę, poradnik, kalkulator. Formularz zapisu + lead magnet = system, który zbiera kontakty na autopilocie, nawet gdy śpisz.

TAK TO WYGLĄDA:

Darmowy poradnik: Jak obniżyć koszty rekrutacji o 30%

Podaj email — wyślemy go od razu.

twoj@email.pl

Pobierz poradnik

WSKAZÓWKA

Najlepsze lead magnety w branży HR to narzędzia (kalkulatory), checklisty („10 pytań na rozmowę rekrutacyjną") i poradniki. Dają natychmiastową wartość i budują listę mailingową.

POLECANE NARZĘDZIE

Sprzedajesz kursy, szkolenia online lub płatne konsultacje HR? Sprawdź **EasyCart** — prosty system sprzedaży produktów cyfrowych. Wklejasz link na stronę i klient kupuje w 30 sekund. Bez budowania sklepu.

ZRÓB TO TERAZ

- [ ] Przygotuj jeden lead magnet (checklista, poradnik lub kalkulator)
- [ ] Dodaj formularz zapisu na stronę główną i na blogu
- [ ] Skonfiguruj automatyczny email z materiałem po zapisie

Polecane

Polecane narzędzia do startu

Nie musisz szukać — wybraliśmy za Ciebie. Oto narzędzia, które polecamy firmom z branży HR.

Hosting — SeoHost

Hosting zoptymalizowany pod WordPress i SEO. Szybki, stabilny, z polskim wsparciem.

Sprawdź SeoHost → · Kod rabatowy: weblymate = 20% taniej

Sprzedaż online — EasyCart

Sprzedawaj szkolenia, konsultacje HR i e-booki. Bez budowania sklepu.

Wypróbuj EasyCart →

Płatne konsultacje — Zencal

Kalendarz z płatnościami. Klient sam wybiera termin i płaci z góry. Idealny do konsultacji HR i audytów.

Wypróbuj Zencal →

Potrzebujesz pomocy z wdrożeniem?

Jeśli chcesz, żeby ktoś profesjonalnie przygotował Twoją stronę — od designu przez SEO po kalkulatory i automatyzacje — jesteśmy tutaj.

tenodhr.pl
Pomagamy firmom HR budować strony, które przyciągają klientów.

Napisz do nas

kontakt@tenodhr.pl

tenodhr.pl

© 2026 tenodhr.pl