Warszawa, 4 listopada 2026 r.

Rekrutacja w IT potrzebuje nowego kodu. theprotocol.it stawia na nowe sposoby dotarcia do kandydatów

Specjaliści IT coraz uważniej śledzą rynek pracy. Aktualne stawki, zapotrzebowanie na konkretne specjalizacje i kierunek rozwoju branży mogą być impulsem do poszukiwania nowych zawodowych wyzwań – nawet wtedy, jeśli wcześniej nie planowali zmiany pracy. theprotocol.it chce być obecny także na tym etapie kariery, jeszcze zanim pojawi się decyzja o aplikowaniu.

Dlatego marka w kampanii pro:radaru – narzędzia pozwalającego specjalistom IT monitorować swoją pozycję na rynku pracy w czasie rzeczywistym – wykorzystuje m.in. Twitch z technologią voice trigger, Discord, YouTube Pause Ads, współpracę z twórcami oraz outdoor w 40 lokalizacjach w Warszawie. Działania mają wygenerować ok. 33 mln wyświetleń w grupie docelowej.

Executive summary

- **Tylko w 2026 r. w serwisie theprotocol.it pojawiło się 28% więcej ofert pracy dla seniorów r/r**.
- Specjaliści IT nie zawsze aktywnie szukają nowej pracy, ale pozostają uważni na sygnały z rynku – jednocześnie theprotocol.it odnotował 54% wzrost liczby aplikacji od seniorów.
- Szacuje się, że **komunikacja wokół pro:radaru za pośrednictwem m.in. Discorda, Twitcha, YouTube'a, social mediów oraz sieci reklam Google wygeneruje ok. 33 mln wyświetleń** treści reklamowych skierowanych do specjalistów IT nieposzukujących pracy.
- W kampanię zaangażowali się twórcy związani z technologią, biznesem i tematyką kariery: **Szhakal, Design Typu Biznes, Gordon GWR i Marcel Guzenda**.
- Za oprawę ilustracyjną głównej kreacji kampanijnej odpowiada **Morgann Lechat, związany z identyfikacją marki od jej początku**, a plakaty jego autorstwa pojawiły się w ponad 40 warszawskich lokalizacjach.
- Za koncept kreatywny odpowiada OSOM Studios, za planowanie mediów Spark Foundry.

Twitch i Discord zamiast czekania na aktywnych kandydatów

Celem wielokanałowych działań marketingowych jest zwiększenie świadomości marki i zachęcenie specjalistów IT do regularnego śledzenia trendów na rynku pracy, nawet jeśli aktualnie nie poszukują nowego zatrudnienia. **theprotocol.it zamiast czekać na aktywnych kandydatów, wychodzi do specjalistów tam, gdzie spędzają czas**, a swoją kampanią odwraca utarte schematy działania serwisów rekrutacyjnych. Jego narzędzie – pro:radar, które monitoruje rynek pracy IT w czasie rzeczywistym – pojawia się w kanałach wykorzystywanych przez specjalistów w codziennych aktywnościach.

Dzięki wykorzystaniu technologii voice trigger reklama display pojawia się na ekranie w momencie, gdy streamer wypowiada określone słowa kluczowe związane z pracą w IT i serwisem. W ten sposób ekspozycja marki wzmacnia przekaz twórcy dokładnie wtedy, gdy mówi on o portalu theprotocol.it, wkraczając do środowiska, w którym specjaliści IT funkcjonują także poza kontekstem zawodowym.

- *Twitch pozwala nam być obecnym w środowisku, które dla dużej części technologicznej społeczności jest naturalnym miejscem spędzania czasu i kontaktu z twórcami. Według*

> *badania Open Mobi 63% respondentów z polskiej społeczności Twitcha korzysta z platformy co najmniej raz w tygodniu. To pokazuje, że nie jest to kanał okazjonalnego kontaktu, ale przestrzeń, do której odbiorcy regularnie wracają. Dlatego zależało nam na komunikacji wpisanej w treść i kontekst transmisji, zamiast na dokładaniu kolejnego klasycznego formatu reklamowego* – podkreśla **Paulina Berska, Brand Manager theprotocol.it**.

W ramach kampanii zaplanowano ponad 40 wzmianek o marce podczas transmisji na żywo przez wybranych streamerów. Uzupełnieniem są działania reklamowe wykorzystujące kontekstowe formaty komunikacji na platformie Discord – przestrzeni, w której specjaliści technologiczni wymieniają się wiedzą, opiniami oraz doświadczeniami zawodowymi, co poszerza przekaz marki do grupy docelowej.

Szhakal, Design Typu Biznes i inni twórcy w kampanii pro:radar

Serwis nie ogranicza się wyłącznie do ekspozycji pro:radaru, ale zachęca do dyskusji branży na temat kondycji rynku pracy oraz świadomego budowania kariery w IT. Wzmocnieniem kampanii jest współpraca z twórcami działającymi na styku technologii, biznesu oraz rozwoju kariery zawodowej.

Zaangażowanie twórców reprezentujących różne perspektywy na technologię i pracę w branży, takich jak m.in. Szhakal i Design Typu Biznes, **pozwoliło poruszyć szerokie spektrum tematów – od hardware'u i rozwoju AI po codzienność pracy w IT i korporacyjny humor**. Prezentacja narzędzia w sytuacjach, które są dla technologicznej społeczności codziennymi doświadczeniami, to okazja do uwidocznienia jego rzeczywistej wartości w planowaniu rozwoju kariery.

Ludzki wymiar technologii

Chociaż komunikacja pro:radar bazuje przede wszystkim na cyfrowych kanałach promocji, marka nie zapomina o ludzkim wymiarze branży IT. Świadczy o tym kampania outdoorowa realizowana w 40 warszawskich lokalizacjach.

Współczesna reinterpretacja westernowego listu gończego połączona z odręcznie narysowaną sylwetką specjalisty IT oraz informacją o medianie zarobków w branży podkreśla zapotrzebowanie rynku na specjalizacje IT. Przewrotne odwrócenie ról – w którym to rynek „poluje" na specjalistę – stało się też punktem wyjścia do tego, jak twórcy kampanii postanowili opowiedzieć o branży.

- *Świat IT to uniwersum pełne polaryzacji. Mimo tempa rozwoju, nowych narzędzi i wszechobecnej automatyzacji, my stawiamy na ludzki faktor przy tworzeniu kampanii. Nie powinno też nikogo dziwić, że sektor najbardziej rozwinięty technologicznie, najszybciej wyłapie tzw. AI slop, do którego my, jako twórcy nie chcemy przykładać ręki* – podkreśla **Bartłomiej Walczuk, Dyrektor Kreatywny i współtwórca Osom Studios**. – *Dlatego począwszy od identyfikacji, przez charaktery postaci świata theprotocol.it, po animacje – wszystko tworzą prawdziwi ludzie – zespół Osom Studios i ilustrator Morgann Lechat, z którym od początku istnienia theprotocol.it sukcesywnie tworzymy uniwersum marki. To szczególnie ważne dla tego sektora, gdzie w zasadzie wszystko zaczyna się od technologii i łatwo zapomnieć, że zmiana pracy czy wybór ścieżki kariery to nadal bardzo ludzkie sprawy*.

Link do pro:radaru: https://theprotocol.it/pro-radar

Kontakt dla mediów

Agata Stasik
mail: a.stasik@conceptpr.pl
tel. 798 624 102

O theprotocol.it

theprotocol.it to specjalistyczny jobboard IT łączący ekspertów technologicznych z czołowymi pracodawcami w Polsce. Serwis powstał dla wymagającego rynku IT, zaprojektowany zgodnie z potrzebami wysokiej klasy specjalistów i firm rekrutujących. Wyróżnia się nowoczesnym designem z trybem „darkmode" oraz intuicyjnym interfejsem opartym na badaniach użytkowników. Kandydatom oferuje konkretne informacje o projektach i widełkach wynagrodzeń oraz precyzyjne filtry i rozwiązania AI przyspieszające znalezienie dopasowanych ofert. Pracodawcom zapewnia dostęp do wyspecjalizowanej społeczności IT, wsparcie employer brandingowe, dedykowanego opiekuna i zaawansowane narzędzia rekrutacyjne. theprotocol.it rozwija się w synergii z Grupą Pracuj, która od 25 lat współtworzy rynek pracy w Polsce.