

Een baan vinden of solliciteren kun je nu het beste doen via social media. Het aantal vacatures op LinkedIn is het laatste jaar vertienvoudigd naar drie miljoen wereldwijd. Loopbaanspecialist Aaltje Vincent (55) schreef er een boek over. De nieuwste trend: videosollicitatie. tekst MARIANNE EGGINK illustratie TED STRUWER

(NET)WERK VIA HET WEB

Solliciteren gaat steeds meer via netwerksites. Loopbaanspecialist Aaltje Vincent schreef er het boek *Job-marketing 2.0* over, met een methode die door uitkeringsinstantie UWV is opgepikt. “Liefst zeventig procent van de mensen die een nieuwe baan vinden, lukt dat via hun netwerk.”

“Iemand hoort over een vrijgekomen plek en vertelt dat rond of kent een goede kandidaat.” Vincent

houdt zich al sinds 1988 bezig met het ontwikkelen van methodes om jezelf te presenteren en een baan te vinden. Ze schreef er boeken over en geeft er trainingen in. Sinds een aantal jaren horen sociale media erbij. En dat die veel wordt gebruikt door werkgevers, blijkt wel uit de jaarcijfers van LinkedIn: het aantal vacatures op de site is tien keer groter dan een jaar geleden.

Websites als Monsterboard delven het onderspit, maar dat is logisch, zegt ze. “Je kunt er je cv op zetten en passief afwachten of iemand het ziet, maar je kunt niet heel gericht netwerken.” En dat is volgens haar nou juist nodig om een vacature als eerste te ontdekken.

Via LinkedIn, waar rond de zestig procent van de werkende bevolking op zit, kun je daar van alles aan doen. “Als je eenmaal weet welke bedrijven je op het oog hebt, kun je je in hun kringen bewegen door ze te volgen, updates in de gaten te houden, je bij een groep aan te sluiten en eventueel iemand toe te voegen die er al werkt.”

Do's:

- Een foto met lach, sollicitatiekleding en pretoogjes
- Korte opsommingen van onderscheidende, concrete informatie op je profiel
- Geef een voorbeeld van een interessant project waaraan je werkte
- Maak duidelijk welke oplossing jij een werkgever kunt bieden
- Trefwoorden in je profiel waar een werkgever op zoekt
- Je bewegen in het netwerk van een potentiële werkgever
- Je gewenste baan in je functie zetten en dat je beschikbaar bent
- Je zoektocht melden in statusupdates op Facebook, Twitter en LinkedIn



In de kijker

Dat klinkt een beetje gek, zomaar een onbekende toevoegen, maar volgens haar kan dat de laatste jaren zolang je er een berichtje bij stuurt. Bijvoorbeeld: ‘Ik zie dat je secretaresse bent bij een bedrijf dat naar Duitsland exporteert, ik maak graag een connectie met je om op de hoogte te blijven van het nieuwste in ons vakgebied.’

En als een werkgever op zoek gaat, komen de eerste graads connecties altijd bovenaan te staan in de resultaten. Het is waarschijnlijk een onwennig gevoel, maar maak je de vergelijking met het offline leven, dan is het helemaal niet vreemd. “Als je naar een netwerkbijeenkomst gaat, is het ook de bedoeling om kennis te maken met onbekenden.”

Nadat je die stappen hebt ondernomen, wordt je startpagina het kloppend hart van de site. Je kunt reageren op updates van anderen of zelf een bericht plaatsen waarmee je in de kijker speelt. Op die manier is LinkedIn ook voor bedrijven een interessantere plek geworden om nieuwe medewerkers te vinden.



“Ook werkgevers kunnen veel specifiek zoeken dan op vacaturesites en vinden het vaak prettiger om via via iemand te vinden. Die medewerkers voelen zich vaak sneller thuis in hun nieuwe baan. En als een kennis je aanbeveelt, doet die dat vaak met een reden.”

Daarom is het ook een goed plan je zoektocht te melden aan je Facebookvrienden en op Twitter. Om vindbaar te zijn voor je toekomstige werkgever, moet je profiel wel aan een aantal eisen voldoen. Aaltje Vincent: “Ik zie vaak vage blokken tekst. Bijvoorbeeld: ‘Ik ben een passievolle, gedreven en betrokken psycholoog met ervaring in de GGZ.’ Dat is niet echt onderscheidend; iedereen in je vakgebied moet namelijk over die kwaliteiten beschikken.”

In dat geval kun je beter vertellen waarin je precies ervaring hebt – bijvoorbeeld met Alzheimerpatiënten – en vooral cijfers noemen. Bij mensen die Vincent persoonlijk begeleidt, merkt ze vaak dat die zichzelf niet goed genoeg kennen. “Onbewust bekwaam noem ik dat. Vraag ik dan naar cijfers over hun bezigheden, krijgen ze vaak nieuw inzichten in zichzelf die ze weer kunnen delen op hun profiel.” ‘Verzuimreductie’ wordt dan bijvoorbeeld ‘verzuim gereduceerd met vijf procent’.

Ouderwetse brief

Werkgevers zoeken niet op termen als ‘betrokken’ of ‘communicatief’, maar op de naam van de functie. Ben je werkzoekend en heb je dat als functie ingevuld, dan ben je daardoor moeilijk te vinden. “Geef aan wat voor werk je zoekt en zet erbij dat je beschikbaar bent.” Eén van de belangrijkste zaken blijft je foto. “Mensen beslissen al in acht seconden of ze je profiel interessant vinden, vijf daarvan besteden ze aan je afbeelding – de eerste indruk blijft dus bepalend.” Een glimlach en nette kleding zijn een must, zegt ze.

Dat beeld steeds belangrijker wordt, blijkt uit de nieuwste trend: videosolliciteren. Nieuwe apps zoals Job-tease en StartMonday laten je een kort filmpje opnemen dat moet opvallen bij een potentiële werkgever. Sommige werkgevers verplichten StartMonday zelfs. Aaltje Vincent: “Bijvoorbeeld bij een winkel als H&M is het best logisch dat ze eerst willen zien of je er vriendelijk en vrolijk uitziet voordat ze naar je cv kijken, en dat kan best in een filmpje van vijftien seconden.”

Sommige sollicitanten maken YouTube filmpjes, maar daar heeft ze nog weinig goede voorbeelden van gezien. “Daarnaast kijken niet alle werkgevers daar meteen naar. Deel je echter een filmpje met je vrienden op Facebook, dan kan dat best eens effect hebben.”

Vincent zou werkgevers en werkzoekenden willen adviseren de sollicitatiebrief af te schaffen. “Maar dan krijg ik ruzie met iedereen die verplicht brieven moet schrijven

van het UWV.” Hoewel die instantie en ook andere overheden delen van haar methodes gebruiken om mensen aan een baan te helpen, blijft de ouderwetse brief een verplicht onderdeel bij het UWV.

“Het liefste zie ik dat ze in plaats daarvan actief moeten zijn op hun startpagina en statusupdates moeten doen, maar dat kan nog wel even duren.”

Dat betekent natuurlijk niet dat je je contacten moet overspoelen met dagelijkse updates over je zoektocht. “Eén van de valkuilen is om te vaak dat soort berichten te delen of zelfs om te snel te reageren op een vacature.”

Vincent hoort soms van werkgevers dat ze al binnen een half uur reactie hebben. “Dat kan nooit weloverwogen zijn, denken ze dan: die neemt het niet serieus.” En wat mensen soms vergeten, is dat werkgevers je Twitter en Facebookpagina vaak bekijken. “Wie daar dagelijks op zeurt over bijvoorbeeld de regering of dat ie weer niet is aangenomen, die wordt gezien als een zeurpiet en wordt niet uitgenodigd op gesprek.”

Hoewel de arbeidsmarkt weer aantrekt, waarschuwt Vincent voor al te hoge verwachtingen. “De tijden zijn veranderd. Werk is flexibeler dan ooit en op zoek gaan naar een vast contract is helaas niet realistisch meer.”

En ben je een stiekeme werkzoeker – met baan, maar op zoek naar iets nieuws – dan moet je het iets voorzichtiger aanpakken. “Al kan netwerken altijd!”

Don 'ts:

- Zeuren op sociale media
- Te vaak je zoektocht melden
- Te snel reageren op een vacature
- Lappen vage tekst op je profiel

Kijk voor meer informatie op
www.aaltjevincent.nl



Do's:

- Een foto met lach, sollicitatiekleding en pretoogjes
- Korte opsommingen van onderscheidende, concrete informatie op je profiel
- Geef een voorbeeld van een interessant project waaraan je werkte
- Maak duidelijk welke oplossing jij een werkgever kunt bieden
- Trefwoorden in je profiel waar een werkgever op zoekt
- Je bewegen in het netwerk van een potentiële werkgever
- Je gewenste baan in je functie zetten en dat je beschikbaar bent
- Je zoektocht melden in statusupdates op Facebook, Twitter en LinkedIn

Don 'ts:

- Zeuren op sociale media
- Te vaak je zoektocht melden
- Te snel reageren op een vacature
- Lappen vage tekst op je profiel

Kijk voor meer informatie op
www.aaltjevincent.nl