

Draaideuren van  
Boon in Edam  
**22/23**



# PLUS Werken

Lol in je werk:  
Beau Schneider  
**24**



Vechten tegen  
eervol ontslag  
**25**



ZATERDAG 20 JANUARI 2018



## Solliciteren is weten wat je kunt

Solliciteren doe je met een goede brief en een knap cv. Toch? Anno 2018 ziet solliciteren er echt een beetje anders uit. Netwerken en sociale media zijn een heel belangrijke rol gaan spelen en een goede eerste indruk maak je bijvoorbeeld met een video.

Tekst: Yanaika Zomer Illustratie: Pixabay/EduArt

**A**ltje Vincent schrijft en spreekt over het nieuwe solliciteren, geeft trainingen en coacht werkzoekenden. In 2007 schreef ze voor het eerst over het begrip 'jobmarketing'. Inmiddels is haar boek 'Jobmarketing 3.0' uit, want de veranderingen gaan razendsnel. „Jobmarketing is zorgen dat je jezelf onder de aandacht brengt op jouw persoonlijke arbeidsmarkt”, vertelt Aaltje Vincent. „Werkgevers hebben een probleem en jij bent de

oplossing. Als je weet welke oplossing je te bieden hebt, kun je jezelf profileren bij de juiste doelgroep.” Toen Vincent dit principe voor het eerst uitwerkte in een boek, was LinkedIn, het sociale medium voor professionals, nog lang niet zo groot als het nu is. „Dat is echt het grote verschil met tien jaar geleden. Nu kun je niet meer zonder. Het is dé manier om je netwerk te vergroten.” Met vakcollega's, recruiters, HR en intercedenten van uitzendbureaus, die de helft van de vrijgekomen vacatures invullen.

→ **Werken 22: Solliciteren met een video**



Als eerste eindigen begint met een goede voorbereiding.

FOTO QUINO AL ON UNSPLASH

# Solliciteren met een video

## → Vervolg voorpagina Werken

Maar link ook met werkgevers waar je graag voor aan de slag zou gaan en met mensen die het werk doen dat jij graag zou doen. Vincent: „Zij weten het als eerste als hun baan of die van een collega vrijkomt.”

Ongeveer 30% van de vacatures die vrijkomt komt niet op vacaturesites, op social media of in de krant. Deze worden ingevuld via netwerken. „Bij de vacatures die wél online komen, speelt je netwerk ook een cruciale rol. De beste weg naar de sollicitatietafel is via je netwerk.” Nieuwe mensen leren kennen is dus geen overbodige luxe. Toch zijn veel mensen terughoudend om een LinkedIn-connectie te maken met iemand die ze nog niet kennen. Achterhaald, zegt Vincent. Juist daar liggen nieuwe mogelijkheden. „Het is wel zo netjes om elkaar niet met een standaarduitnodiging te benaderen. Stuur even een persoonlijk bericht met wie je bent en waarom je wilt linken.”

### Blinde vlek

Aaltje Vincent noemt LinkedIn een drietrapsraket. „Eerst een sterk profiel, dan je netwerk vergroten en dan zorgen dat je zichtbaar blijft.” Dat doe je bijvoorbeeld door dingen te delen en te reageren op de berichten van anderen. Maar om bij de eerste trap te beginnen; hoe maak je nou een goed profiel van jezelf? Vincent: „Ik zie zo ver-

schrikkelijk veel LinkedInprofielen en cv's, waarin mensen zichzelf te kort doen. Je bent tot veel meer in staat dan je denkt, maar we vinden zo veel van wat we kunnen heel gewoon. Veel mensen hebben echt een blinde vlek voor waar ze goed in zijn. Maak je cv daarom samen met iemand die je het hemd van je lijf vraagt. Niet iemand die je kent, geen collega, maar bijvoorbeeld een jobcoach of iemand met een HR-achtergrond.”

### Digitale eerste indruk

Wie goed weet wat hij kan, weet welke oplossing voor welk probleem hij te bieden heeft. Nu is het zaak om jezelf in de kijker te spelen. LinkedIn is een sterk middel, het ouderwetse kopje koffie ligt in het verlengde daarvan, maar er is meer mogelijk. Video wordt steeds vaker gebruikt om tot een goede match te komen. Vincent: „Er zijn bedrijven die video inzetten als vorm van preselectie. Zo zorgen ze dat ze alleen de beste mensen aan tafel krijgen. Ze vragen je bijvoorbeeld een video te maken waarin je een aantal vragen beantwoordt. Vroeger maakte je je eerste indruk pas als je aan de sollicitatietafel zat. Nu doe je dat veel eerder.” En niet alleen wanneer je een video maakt. „Nee, ook je profielfoto's op verschillende media en je mailadres wekken een bepaald beeld van jou. Uit onderzoek van de VU

## Een eerste indruk maak je al vóór je eerste gesprek

### Boek



**Jobmarketing 3.0**  
Onder redactie van Aaltje Vincent wordt uitgegeven bij uitgeverij Unieboek-Spectrum en is nu verkrijgbaar. Prijs € 17,99

blijkt dat een mailadres waarin geen eigen naam staat, vaak niet eens wordt geopend.” Werkzoekenden kunnen zichzelf ook met een video profileren, zon-

der dat een werkgever dat vraagt. Een mooie manier om je te onderscheiden, mits je het goed doet.

### Laat zien wat je kunt

Vincent: „Je ziet vaak dat mensen zichzelf filmen terwijl ze aan het praten zijn. Maar je kunt veel beter laten zien waar je goed in bent. Film jezelf terwijl je aan het werk bent, laat resultaten zien met beelden. Statistieken bijvoorbeeld, of gebruik een whiteboard. Elk beeld moet van betekenis zijn, want een eerste indruk maak je maar één keer.” Aaltje Vincent heeft nog een tip. „Ondertitel je video en vermeld dat erbij. Degene die je filmpje moet bekijken weet dan dat hij dat altijd en overal kan doen, bijvoorbeeld als hij in de trein zit.” Online zijn er veel tips en voorbeelden te vinden en ook bedrijven die sollicitatievideo's maken. Vincent: „Laat je niet door hen bij de lurven grijpen, maak geen 'nieuwslezer' van je zelf. Daarmee onderscheid je jezelf niet. Houd altijd zelf de regie.”

Eenmaal aan de sollicitatietafel, heb je al 98% van de concurrentie achter je gelaten. Dan komt het erop aan. Vincent: „Een goed sollicitatiegesprek bereid je voor. Oefen wat je wil zeggen. En stel vragen. Het is geen interview, maar een gesprek. Jij wilt net zo goed als zij weten of jij de oplossing bent waar dit bedrijf naar op zoek is.”

## 'Bijbachelen' nodig voor flexwerk'

De uitzendbranche moet in samenwerking met andere sectoren fors investeren in scholing en ontwikkeling van laagopgeleide flexkrachten. Dat zegt directeur Adriana Stel van de Stichting Opleiding & Ontwikkeling Flexbranche (Stoof). „De flexibilisering, digitalisering en robotisering zetten onverminderd door. Als we de laagopgeleide flexkrachten niet in beweging krijgen, staat er over tien jaar een grote groep mensen langs de kant. Zij moeten digitaal vaardiger worden”, vindt zij. Stoof ondersteunt uitzendorganisaties in ons land bij het ontwikkelen en opleiden van uitzendkrachten en vaste medewerkers.

### Eigen budget

Volgens Stel staat de toekomst van de werelden daarbij voorop. „We moeten vooral voorkomen dat er meer laaggeschoolden aan het werk zijn, terwijl er minder geschoold wordt. Wij leiden niet op voor een bepaalde sector of branche. Uitzendkrachten hebben een persoonlijk budget. Ze mogen dat zelf besteden, maar het moet wel relevant zijn voor de arbeidsmarkt. We geven dus niet zomaar groen licht als iemand een dansopleiding wil volgen.” Op dit moment zijn er 273.000 flexkrachten werkzaam die vallen onder de uitzend-cao. Uit onderzoek van de stichting blijkt dat vorig jaar 38.800 uitzendkrachten, zo'n 14%, een opleiding hebben gevolgd. Bij vaste werknemers ligt dat percentage op 19%. Het aandeel flexkrachten zonder startkwalificatie is de afgelopen jaren afgenomen van 35% in 2009 naar 28% vorig jaar. „Dat is nog steeds een grote groep en dat is een zorgelijke situatie”, zegt Stel. „Veel laagopgeleide flexkrachten willen helemaal geen opleiding volgen. Het bewustzijn bij deze groep moet veranderen, zij hebben het juiste zetje nodig.”