

Creatief door de crisis

Met de stijgende werkloosheid doen sollicitanten er alles aan om op te vallen. Een overzicht van tien opmerkelijke zoektochten. En de hamvraag: heeft het ze geholpen?

TEKST: PETER BOERMAN

Wie Ingmar Larsen en Erik-Jan Daalhuizen

Wat WC-rollen met 'checkourshit.nl', onder het motto:

'Onze boodschap bij uw grote boodschap'.

Hoe kom je erop? Larsen: 'Erik en ik hebben elkaar via LinkedIn gevonden. We kwamen op het idee van de wc-rollen doordat we vonden dat we ons moesten onderscheiden van de andere reclame-creatieven. En we vonden ook: als we straks aandacht voor anderen moeten genereren, moeten we dat ook voor onszelf kunnen. Zo kwamen we op het idee reclamemensen aan te spreken op een moment dat ze het niet verwachten. Juist: het toiletmoment.'

En, hielp het? 'We hebben vier gesprekken gehad bij reclame-bureaus, maar helaas liep dat op niets uit. Erik en ik zijn ook weer uit elkaar gegaan. Ik zit nu een jaar in Zweden om te studeren op Hyper Island. De leukste reactie kwam overigens van een bureau uit Eindhoven. "Het spijt me dat we geen toiletpapier hebben ontvangen. Kunnen jullie alsnog een paar rollen brengen? Hebben we meteen de gelegenheid om verder te praten ;-)".'



Wie Suzanne Verhees

Wat Eigen tijdschrift

Hoe kom je erop? 'Ik ben altijd geïnteresseerd geweest in de tijdschriftenindustrie, zou hier ook graag in werken. Door mijn CV in de vorm van een tijdschrift te maken is dit een knipoog naar de toekomst en tegelijk een link naar mijn interesse.'

En, hielp het? 'Mijn tijdschrift is in eerste instantie ontstaan uit een opdracht voor mijn opleiding. Uiteindelijk heb ik toch besloten het online te zetten. Ik moet toegeven dat ik het niet veel gepromoot en rondgestuurd heb, dus het aantal reacties viel mee. Wel vinden mensen het origineel voor iets wat vaak toch een saai blaadje met een cv erop is. Veel positieve reacties dus!'



Wie Hendrik-Jan Staal en Jasper Melchers

Wat Cv in een pizzadoos

Hoe kom je erop? 'Val maar eens op met je brief en cv tussen al die andere sollicitanten. Toen bedachten: we moeten iets ludieks doen, zonder dat het afbreuk doet aan het sollicitatieproces. Zo dat recruiters wel denken: 'hé, van hem wil ik meer weten'. Het mooie is dat je tijdens het sollicitatiegesprek daarna de eerste 5 minuten over de pizzadoos kunt praten, wat het ijs op een mooie manier breekt.'

En, hielp het? 'Een baan heb ik niet via de pizzadoos gekregen. Het idee was ook vooral om te laten zien dat als je het creatief aanpakt er meer resultaat kan zijn. En dat hielp: we hebben vijf dozen verstuurd, kregen één keer geen reactie, één keer wel een reactie, maar geen gesprek, maar drie keer dus wel. Het loonde dus zeker de moeite.'

Wie Yvonne van Donkelaar

Wat Billboard langs de A12: 'Geef mij een baan, geef ik mijn eerste maandsalaris aan goedmarkt.nl'

Hoe kom je erop? 'Mijn man is eigenaar van De Olijfolie Shop. Toen hij dit billboard voor twee weken kreeg aangeboden van goeddoelen-website Goedmarkt, kwamen we op het idee het te gebruiken voor een open sollicitatie. Goedmarkt was meteen enthousiast en heeft ook enorm geholpen bij de uitvoering van het idee.'

En, hielp het? 'Ik ben blanco dit avontuur ingestapt, wist totaal niet wat te verwachten, ook omdat het nog vakantie was toen ik met de actie begon. Maar ik moet zeggen: er is ontzettend veel reactie gekomen, vooral van de media. Bijna alle reacties spreken over lef, geweldig initiatief, sommigen noemen me zelfs een 'tof wijf'. Tot nu toe heeft er echter pas 1 werkgever en 1 uitzendbureau naar mijn cv gevraagd. Misschien een schril contrast met de vele media-aandacht, maar ik zie deze actie als een sterk begin van een zoektocht naar een leuke baan.'





Wie Eline Boele

Wat De site elinezoektwerk.nl

Hoe Kom je erop? 'Ik wilde op een leuke manier mijn sollicitatie onder de aandacht brengen. Ik besloot een eigen website te maken, die al snel transformeerde naar een campagne door de lancering op 14 januari met een persbericht en actieve socialmediabenedering. De week ervoor heb ik 50 nieuwjaarskaarten gestuurd naar potentiële werkgevers, als trigger, een week later nog eens gevolgd door een speciale campagnebrief.'

En, hielp het? 'Ik denk het wel. In 3 maanden tijd heb ik 21 gesprekken gevoerd en is mijn netwerk explosief gegroeid. Ook de media-aandacht was enorm en blijft maar doorlopen. Op dag 73 van mijn campagne ben ik uiteindelijk aangenomen door Waterschap Brabantse Delta, een superleuke baan in een andere branche dan ik eerst zat. Ik kijk dan ook terug op een mooie periode inbetween jobs.'

Wie Bas Vermond

Wat Cv als een ouderwetse landkaart

Hoe Kom je erop? 'Ik kwam op het idee om een opvallend cv te maken door alle berichten over de krapte op de arbeidsmarkt. Mijn uitgangspunt was om twee cv's te maken: één 'ouderwetse', en één opvallend en apart.'

En, hielp het? 'Beide cv's heb ik drie keer opgestuurd naar een aantal verschillende bedrijven. Score van het 'ouderwetse' cv: 3 uitnodigingen. En die van het aparte cv: 0 uitnodigingen. Was het misschien toch te opvallend en afwijkend?'



~ rebus ~



Wie Octave Regout

Wat Bierviltje met rebus

Hoe Kom je erop? 'Ik wilde vooral iets anders proberen dan de standaard. Ik heb nagedacht over waar de beslissers in het bedrijfsleven zich bevinden. En kwam toen uit op de bars waar ze vergaderen en borrelen. Een bierviltje is een leuke, laagdrempelige manier om de aandacht te trekken. Vervolgens heb ik een foto van het bierviltje met korte uitleg op Twitter geplaatst. Daar werd het snel opgepikt, met binnen 2 dagen een bereik van ruim 80.000 mensen, 30 retweets en 2 tips.'

En, hielp het? 'Ja, het heeft uiteindelijk geleid tot een nieuwe baan, via een recruiter van TSIntermediair. Hij heeft me benaderd en via hem ben ik nu manager marketing & communicatie van New Babylon.'



Wie Joyce Dunnewold

Wat Tijdschrift EnJoyce

Hoe kom je erop? 'Ik wilde opvallen tussen andere kandidaten en ook laten zien wat ik kon. Toen kwam ik op internet een tijdschrift tegen van iemand anders. Ik wist meteen dat dit iets voor mij was, maar dat ik het wel op mijn eigen manier moest doen.'

En, hielp het? 'Het tijdschrift is ruim 3.300 keer bekeken, echt waanzinnig. De reacties zijn erg positief, ik heb veel complimenten gekregen, maar helaas nog geen nieuwe baan. Wel merk ik dat het opvalt bij reguliere sollicitaties. Ik heb naast mijn huidige baan overigens wel al een stage aangenomen als directiesecretaresse, om mijn werkervaring verder uit te breiden en mijn kennis in de praktijk toe te passen.'

Wie Jorn Hendriks

Wat Online cv gepresenteerd als horecablog:

ProjectHoreca.nl

Hoe kom je erop? 'Ik haat stilzitten, dus toen ik onverhoopt geen werk meer had, verveelde ik me echt kapot. Ik richtte daarop het bedrijf projecthoreca op, waarbij de site een echte onderneming moest uitstralen, met een heuse slogan: *If you like what you see, hire me!* Erg leuk om te doen en heel leerzaam.'

En, hielp het? 'Het hielp zeker om uitnodigingen te krijgen, al dacht de interviewer vaak dat ik niet te betalen zou zijn! Mijn netwerk is er wel erg door gegroeid, en mensen namen me zeker serieuzer. Momenteel ben ik weer aan het werk en binnenkort begin ik een prachtige nieuwe baan als *director of operations* in een grote internationale hotelketen!'



Wie Dio Simmelink

Wat Diozoekteenbaan.com

Hoe kom je erop? 'Een cv waar veel creativiteit en energie in zit, komt niet altijd tot zijn recht op 1 of 2 A4'tjes. En je moet je in een vroeg stadium van het selectieproces onderscheiden. Het concrete idee kreeg ik van de site googlepleasehire.me. En het was altijd al een wens van me om ooit nog een keer een website te leren maken.'

En, hielp het? 'Ik heb niet het idee dat de uitnodigingen van bedrijven die ik kreeg voortkwamen uit wild enthousiasme over mijn site, maar de kracht zit hem vooral in het bereik, denk ik. Ik krijg nu trouwens n t een uitnodiging binnen voor een gesprek voor de functie van communicatiemedewerker. Hiervoor hadden ruim 200 mensen gesolliciteerd. Het kan haast niet anders of mijn site heeft hier een positieve rol in gespeeld.'



De wereld heeft plezier :-)

Donderdag 12 december is de vijfde editie van **De Wereld Werft**. Vier plenaire sprekers blikken alvast vooruit op het thema: 'Professionaliteit en plezier'. 'Wie plezier heeft, haalt betere resultaten.'

TEKST: MANOLA VAN DIEST

Schrijf je nu in op
www.dewereldwerft.nl
en stel jouw eigen
programma samen.