

Waarom solliciteren meer weg heeft van Tinder dan dat je denkt

Niet dat ik bekend ben met Tinder. De opkomst van dit revolutionaire programma heb ik misgelopen omdat ik al veertien jaar met dezelfde vrouw ben. En aangezien het einde nog lang niet in zicht is heb ik Tinder nooit bezocht. Dus ik hoop in dat geval dat ik de juiste vergelijking maak.

De vergelijking is in iedergeval gebaseerd op datingsites en daten in het algemeen.

Wat ik veelal zie op LinkedIn is dat mensen zichzelf aanbieden. En helaas worden alle clichés uit de kast getrokken om de aandacht op zich te vestigen, in de hoop op dé gouden tip naar een nieuwe baan. 'Ik kan goed zelfstandig werken en in teamverband.'. Dat dus. Maar wanneer floreer je, zelfstandig of in teamverband? We lijken onszelf in een verwoede poging op de markt te slingeren alsof we geblinddoekt met hagel schieten in de hoop iets te raken. Zonde, want met een beetje zelfreflectie en zelfvertrouwen kom je veel verder.

Laten we eerst een stap terugnemen. Je bent op zoek naar een baan en zoekt naar vacatures. Dat betekent dat er bij een organisatie een functie open staat, de vacature. Wat is precies een vacature? Of belangrijker, wat betekent een vacature voor een bedrijf? Simpelgesteld; het bedrijf zit met een probleem. Het kan zijn dat er iemand is weggegaan op een functie die snel vervuld moet worden om de organisatie draaiende te houden. Of het bedrijf heeft groeiambities en heeft extra handen nodig om die ambities waar te maken.

Hoe je het ook bekijkt, het bedrijf zit met een probleem. Wat doen we als we een probleem hebben? We gaan eerst kijken in onze directe omgeving naar de oplossing. Zijn er interne doorschuif mogelijkheden? Kent iemand nog iemand uit zijn of haar netwerk die de functie kan bekleden? Kunnen we de functie opdelen of verdelen binnen de bestaande kaders? Als dat allemaal niet kan, dan blijft het laatste redmiddel over. Het plaatsen van een vacature.

Het is dus belangrijk om te onthouden dat een bedrijf jou de baan niet cadeau geeft. Ze zijn geen liefdadigheidsinstelling. Het bedrijf gaat investeren in je qua tijd, energie/moeite en geld. De drie belangrijkste peilers van onze samenleving waar we alles aan afmeten. Het bedrijf wilt dit doen omdat ze een intern probleem willen oplossen, niet om zomaar iemand een kans te bieden.

En dan begint het 'verleidingsspel'. Het bedrijf plaatst een aantrekkelijke vacature. Ooit weleens een vacature gezien waarin het bedrijf super eerlijk is en zegt dat er een waardeloze sfeer hangt omdat het leiderschap incompetent is? Dacht het niet. Ze vertellen je wat ze je kunnen bieden, welke doorgroeimogelijkheden je hebt en welke extra's er zijn. Ook de vacatures zijn vaak doordrenkt van clichés. Maar dat nemen we als werkzoekenden voor lief. Want zij bieden een baan. Dus zij hebben het voordeel. Toch?

Het gevaar is als je deze instelling aanneemt dat je jezelf flink tekort doet. Je maakt jezelf kleiner dan dat je bent waardoor de kans groot is dat je 'smeek berichten' plaatst op LinkedIn of cliché brieven schrijft ter motivatie. Vaak zijn we dan gedreven door angst. De angst om niet meer te kunnen voldoen aan de financiële verantwoordelijkheden. En 'die baan' kan de problemen oplossen.

Het punt is, dat je op dat moment een ander deel van je brein inzet dan dat je normaal gesproken zou doen. Deze basale vorm van angst, het niet kunnen rondkomen (lees : overleven!) triggert ons 'reptielenbrein' of 'oerbrein'. Dit deel van onze hersenen is een overblijfsel der evolutie en stuurt onze 'vecht-vlucht-bevries acties' aan. Het is het deel van ons brein dat primitief is. Eigenlijk zouden we veel liever onze neocortex inzetten. Dat deel van onze hersenen maakt ons mensen zo uniek en biedt ons de mogelijkheid tot rationeel denken, plannen en redeneren.

Merk je dat je in de paniek modus zit, neem dan even diep adem. Het is je oerbrein maar. Je gaat dit heus overleven. Je hebt alleen een strategie nodig.

Laten we eens de koppeling maken met daten. Stel dat je naarstig op zoek bent naar een partner en je plaatst een advertentie waarin je zegt :

Ik ben een heel erg lief en zorgzaam persoon. Ik hou van wandelen en films kijken en wil graag een stabiele relatie met iemand opbouwen. Verder wandel ik graag met de hond en houd ik van reizen.

Ja, hartstikke leuk. Maar tenzij je doordrenkt bent met een flinke scheut schoonheid gaat deze tekst je waarschijnlijk niet verder brengen. Waarom niet? Omdat bovenstaand bericht *niets zegt over wie je bent*. Het bericht is doordrenkt met clichés zonder dat het echt inhoud heeft. Als we dit lezen, kennen we de persoon dan? En de regel dat deze persoon op zoek is naar een stabiele relatie komt kan wanhopig overkomen. Een swipe naar links (of was het rechts voor 'exit' ?).

Grappig dat we ons zo wel aanbieden op LinkedIn of bij bedrijven.

Laat me de bovenstaande tekst eens anders verwoorden :

Van nature ben ik een liefdevol en zorgzaam persoon, het geeft me een goed gevoel als ik iemand kan helpen. Ik geloof dan ook echt in het principe dat iedereen de moeite waard is om in te investeren. Tijdens mijn drukke bestaan wandel ik graag met m'n hond door de natuur, hier vind ik mijn rust en heb ik de tijd om na te denken over mijn leven en mijn doelen. Hetzelfde effect ondervind ik met reizen, waar ik naast de rust ook gefascineerd raak door andere culturen. Daarnaast vind ik films die gaan over het leven interessant. Zou je het leuk vinden om samen met mij op ontdekkingsreis te gaan naar wat het leven nog meer te bieden heeft?

Ok, bovenstaande tekst is wat langer dan het origineel, maar heb je nu niet veel meer het idee dat je de persoon leert kennen? We lezen dat deze persoon een echte 'mensen-mens' is. Het zorgzame karakter komt niet alleen naar boven door de levensfilosofie ('iedereen is de moeite waard'), maar wordt extra ondersteund door de interesse in andere culturen. We snappen waarom het wandelen in de natuur zo belangrijk is. Tevens lezen we dat de persoon bepaalde doelen stelt in het leven en dat deze persoon *een aanvulling* zoekt, niet een *vereiste* voor een vol leven. Het vinden van een stabiele relatie is immers het *resultaat*, niet het *doel* zoals gesteld in het eerste stukje.

In een tijdperk waarin onze netwerken zo groot zijn lijken we als individu te verdwijnen in de mist. Juist het persoonlijke zorgt ervoor dat onze aandacht behouden blijft en dat we een verbinding kunnen maken. De rest valt weg als ruis.

Wat trekt wel aan en wat trekt niet aan? Wanhoop, angst, nerveusiteit, ellende, doelloosheid... dit zijn zaken die we over het algemeen niet aantrekkelijk vinden. Niemand zal die termen letterlijk gebruiken bij een post op LinkedIn, een motivatiebrief of zelfs een contactadvertentie, maar onbewust kunnen die termen wel op komen. 'Ik ben op zoek naar een nieuwe uitdaging!' of 'Wie helpt me aan een baan?' zijn duidelijke voorbeelden hiervan.

En welke woorden spreken tot de positieve verbeelding? Ontwikkelen, nieuwsgierigheid, zelfverzekerdheid, een doel hebben. Deze termen staan voor een positieve, leergierige persoonlijkheid en daar houden we van. 'Laat mij orde in de chaos brengen zodat uw bedrijf kan floreren!' of 'Ik zet mijn gedrevenheid in om de doelen van uw bedrijf te realiseren!', om maar een paar voorbeelden te noemen.

Het spel van verleiden en verleiden worden. Hoe bied je jezelf aan op de arbeidsmarkt of datingmarkt? Solliciteren lijkt meer op Tinder dan dat je zou denken.

Ik denk dat het tijd wordt om met een aantal concrete denk- en doe stappen te komen die ook jou kunnen helpen bij het vinden van de juiste baan. Of voor het vinden van de juiste werknemer voor de organisatie... (het is maar hoe je het bekijkt)

Eerst even samenvattend :

- Dat bedrijven die een vacature uitzetten eigenlijk met een probleem zitten dat ze willen oplossen.
- Dat een onderbouwde boodschap veel meer waarde heeft dan een vlakke opsomming.
- Dat we graag een persoonlijke connectie maken met iemand, helemaal als er een serieus risico aan verbonden zit (tijd, moeite en geld).
- Dat het bieden van oplossingen beter overkomt dan vragen om 'goodwill'.

En dan nu het stappenplan.

Stap 1 :

Vergeet de vacatures. Vergeet de bedrijven. Richt je op jezelf en stel jezelf eens de volgende vragen :

- Wie ben ik?
- Waar sta ik voor?
- Welk probleem wil ik oplossen?
- Welke talenten heb ik in huis?
- Welke vaardigheden heb ik in huis?

Als je dit weet dan kan je toelichten waarom jij een aanwinst bent voor het bedrijf? Vergeet niet, het bedrijf doet jou geen gunst, maar jij bent een aanwinst voor het bedrijf. Jij gaat hun probleem tenslotte oplossen in ruil voor salaris. Waarom ben jij de juiste persoon om een bedrijf te helpen met probleem x of y?

Om de vervolgstappen succesvol te doorlopen moet Stap 1 echt helemaal goed zijn uitgewerkt. Dit is de fundamentele stap om verder te kunnen. Hoe kan je jezelf 'verkopen' als je het 'product' niet kent?

Stap 2 :

Welke soorten organisaties spreken je aan? Voel je je thuis in een klassieke kantooromgeving, een omgeving met veel stress en spanning of juist een bedrijf dat een maatschappelijk probleem oplost? Welke waarden moet een bedrijf hebben om een aansluiting te vinden bij wie je bent en waar je voor staat?

De match gaat namelijk twee kanten op. Hartstikke leuk voor je toekomstige partner dat je lief en zorgzaam bent, maar als deze persoon zelf een egocentrische *piep* is, dan is de relatie gedoemd te mislukken. Hoe graag je de relatie ook wilt aangaan of hoe mooi de andere persoon ook is. Of je blijft bij elkaar, wordt ongelukkig en belandt rond je vijftigste in een midlife crisis. Dat kan natuurlijk ook.

Stap 3a :

Je ziet een interessante vacature voorbij komen waar je je op wil richten. Onderzoek eens waarom deze vacature jou aantrekt. Welke woorden springen eruit? Welke woorden raken je? Als je voor jezelf kan onderbouwen waarom bepaalde woorden je raken dan kan je deze koppelen aan Stap 1. Op die manier reageer je authentiek in je motivatiebrief. Omschrijf in je brief niet alleen waar je voor staat, maar ook waarom jij de juiste persoon bent om het probleem waar het bedrijf mee kampt op te lossen, hier besteed je aandacht aan je talenten en vaardigheden.

Maak daarnaast ook een authentiek CV, dus geen droge opsomming van wat je allemaal gedaan hebt in 'Times New Roman'. Maak een CV waarin jij als persoon naar voren komt. Recruiters en HR medewerkers willen jou wederom een beetje leren kennen. Maakt hun werk ook leuker.

Let wel, er zit een groot verschil tussen een origineel CV en een authentiek CV. Een origineel CV kan nog steeds de droge opsomming bevatten maar dan in een leuk jasje gestoken. Een authentiek CV vertelt meer waarom je iets hebt gedaan, wat je geleerd hebt en hoe dit aansluit bij jouw karakter. Gebruik je LinkedIn profiel pagina voor de drogere opsomming, gebruik je CV om *jezelf* te presenteren.

Stap 3b :

Je wilt jezelf aanbieden via sociale media. LinkedIn is hier uiteraard ideaal voor. De beste manier om dit te benaderen is om een zogenaamde *elevator pitch* toe te passen. Zo'n pitch is erop gericht dat je in dertig seconden tijd kan zeggen wie je bent, waar je voor staat en welk probleem jij kan oplossen. Gebruik deze techniek om kort, krachtig maar wel onderbouwd jouw boodschap naar buiten te brengen. Het onderbouwen hoeft echt niet met cijfers en resultaten, je kunt ze beter koppelen aan je persoonlijkheid.

Een elevator pitch kan je ook heel goed oefenen met iemand. Neem iemand die je vertrouwt maar die je ook 'dwingt' om je verhaal concreet en helder te maken. 'Less is more' zeggen ze weleens. Oefen met het in kaart brengen van jouw karakter en wat jij voor een bedrijf of zelfs de wereld kan betekenen.

Vraag overigens niet meteen om een baan of de zogenaamde gouden tip. Wat je wel kan doen is vragen om een netwerkgesprek. Om meer te leren over de branche of over welke problemen bedrijven ervaren op een bepaald gebied. Zo kom je leergierig over en niet wanhopig. En zo leer je waardevolle nieuwe connecties kennen waarmee je, middels een netwerkgesprek, een persoonlijke connectie hebt opgebouwd. Kans bestaat dat als jouw gesprekspartner een interessante opportunity voor jou ontdekt deze contact met je opneemt. Het kan alleen wel even duren voordat dat gebeurt, dus schroom er niet voor om meerdere lijntjes uit te zetten.

En zo zijn we aan het einde gekomen van dit artikel. Uiteraard hoop ik van harte dat ik je heb kunnen inspireren om je zoektocht naar een baan anders vorm te geven. Met dit stappenplan vergroot je jouw kansen op het vinden van een nieuwe baan aanzienlijk.

Stap 1 van het stappenplan is de moeilijkste stap van allemaal. Jezelf (her)ontdekken is soms moeilijker dan dat het lijkt. Speciaal voor de mensen die moeite hebben met Stap 1 heb ik een online cursus ontworpen genaamd **Talentgericht Werken!** die jou begeleid tijdens dit proces. De cursus is gebaseerd op 'de Gouden Cirkel' van Simon Sinek waarbij we op zoek gaan bij jou naar :

- Welk probleem je in de wereld zou willen oplossen (je 'Waarom');
- Waarom jij de juiste persoon bent om dat te doen (je 'Hoe');
- Wat je gaat doen om het probleem op te lossen (je 'Wat').

Wil je meer informatie over de online cursus 'Talentgericht Werken!', surf dan naar de startpagina van de cursus <https://soofos.nl/cursus/talentgericht-werken/?ref=128>
Of als je meer wilt leren over wat loopbaancoaching voor jou kan betekenen kan je naar mijn website www.creatingsmiles.nl

De wereld heeft jouw talenten nodig... #juistnu