

1. Inleiding

1.1 WERK VINDEN VIA LINKEDIN

Werk vinden via LinkedIn: het gebeurt voortdurend. Hoe kun je LinkedIn slim gebruiken voor het vinden van nieuw werk? En hoe gebruiken recruiters LinkedIn?

Van alle 'sociale netwerksites', zoals Facebook en Twitter, wordt in ons land LinkedIn als uitgesproken zakelijk en betrouwbaar beschouwd. In Nederland hebben ruim 8,6 miljoen mensen een LinkedIn-profiel (december 2020). Dat betekent dat meer dan 87% van de werkende bevolking LinkedIn gebruikt. En dat is wereldwijd gezien uniek. Een profiel bestaat in de basis uit het curriculum vitae en de zelfgekozen contacten. De kracht is dat de gebruiker zelf zijn 'werkprofiel' bepaalt en dat zijn eigen netwerk – maar ook werkgevers, opdrachtgevers en recruiters – dat 24/7 kan bekijken.

De huidige arbeidsmarktontwikkelingen zorgen voor een zeer snelle groei van LinkedIn. Niet onterecht, want het werkt. Neem Karin Winters, 47 jaar. Zij vond een baan via LinkedIn in 2008. 'Ik ben op zoek naar een nieuwe uitdaging,' schreef Winters, toen werkzaam bij ROC Midden-Nederland, in haar Bijdrage/post boven aan haar profiel op LinkedIn. 'Binnen één week had ik drie serieuze aanbiedingen.' Voor haar nieuwe werkgever Paragin was het de eerste keer dat ze een vacature invulden via LinkedIn. Een collega zat in het netwerk van Winters op LinkedIn en hij zag haar oproep. Haar werkervaring sloot aan op de zojuist vrijgekomen functie en na een goed gesprek ging zij bij Paragin als adviseur aan de slag.

Organisaties vullen hun vacatures bij voorkeur in via de netwerken van hun eigen medewerkers. De ervaring leert immers dat nieuwe medewerkers die via het eigen personeel zijn geworven productiever en tevre-

dener zijn in hun baan! Arbeidsmarktonderzoek bevestigt dit; de meeste vacatures worden via contacten van eigen medewerkers vervuld. Daarnaast benaderen bedrijven potentiële kandidaten het liefst rechtstreeks, dat is een effectieve en goedkope manier van werven. 'Vacaturehouders' en hun recruiters' omarmen LinkedIn dan ook als een unieke database vol potentiële kandidaten voor vacatures. Voor werkzoekenden een fantastisch direct middel om 'jezelf in de kaart te spelen' voor nieuw werk.



TIP: LinkedIn kent veel onderdelen, we nemen je stap voor stap mee in alle mogelijkheden. Voor een totaaloverzicht van alle onderdelen verwijzen wij je naar de 'LinkedIn-fundamenten' op pagina 111.

1.2 WIE O WIE BEN JIJ?

Recruiters willen zo veel mogelijk weten over hun kandidaten voordat zij als nieuwe collega worden aangesteld. Om kandidaten 'uit te lichten' gebruiken recruiters diverse online hulpmiddelen die veel persoonsinformatie weten te achterhalen en deze netjes ordenen.

Die online hulpmiddelen maken het eenvoudig mogelijk, vaak met een druk op een knop, om te zoeken in openbare bronnen op het internet die informatie bevatten over personen, in websites en applicaties die alle informatie die jij achterlaat op het internet verzamelt en bundelt. Al deze informatie wordt overzichtelijk op één plek weergegeven. Door deze intelligente zoektechnologie wordt informatie over een persoon gefilterd uit verschillende databases, zoals Facebook, Twitter, Google, Instagram, De Telefoongids, YouTube en LinkedIn. Vervolgens kan er doorgeklikt worden naar de betreffende bron, bijvoorbeeld Facebook of LinkedIn. Op deze manier krijgt een recruiter een breed beeld van een persoon; dit kan ook informatie zijn uit een ver verleden van jou of je actuele LinkedIn-profiel!

1. Recruiters zijn zij die nieuwe medewerkers werven of selecteren: vacaturehouders / leidinggevenden, directie, human resource management / recruitment medewerkers of consultants / intercedenten van bemiddelingsbureaus, zoals uitzend-, detachings-, executive search, of werving-en-selectiebureaus.

Recruiters werken allemaal met dit soort online hulpmiddelen, van speciale websites tot software, dat is toegevoegd aan een webbrowser (meestal Chrome Extensies). Het is goed je dit te realiseren. Op LinkedIn heb jij zelf de gehele regie over hoe jij met jouw *werk*ervaring naar voren komt. Dit is de reden dat recruiters LinkedIn als uiterst betrouwbaar beschouwen.



TIP: Typ je eigen naam in op www.google.com en ontdek welke sporen jouw naam op internet achterlaat. Doe het ook eens via de Google-zoekmachine van iemand anders en laat je verrassen hoe het er dan uitziet.

1.3 PERSONAL BRANDING EN WETEN WAT JE WILT

Personal branding is een begrip dat vaste grond heeft in Nederland. Personal branding betekent dat je stilstaat bij welk 'beeld' jij oproept als anderen jou zien en daarna aan jou denken. Een beeld dat jou uniek en herkenbaar maakt en dat jou onderscheidt van anderen. Dit betekent dat je nadenkt over je privé- en zakelijke doelen in het leven en erbij stilstaat of en hoe je dit communiceert op bijvoorbeeld Facebook, op Twitter en ook op LinkedIn.

Personal branding begint dus met zelfkennis en het doen van zelfonderzoek. Wat is je passie? En waar heb je een hekel aan? Een zelfanalyse kan hierbij helpen. Het gaat erom een sterk 'persoonlijk' beeld te bouwen dat ervoor zorgt dat je geassocieerd wordt met de juiste dingen die je dichterbij je doelstellingen brengen, bijvoorbeeld nieuw werk. Het moet volstrekt duidelijk zijn wie je bent en waar je voor staat. En je zult weloverwogen moeten kiezen hoe je dit communiceert en wat mensen van je te zien krijgen. Je laat makkelijk een spoor achter op Facebook, Twitter, Instagram en LinkedIn; wees je hiervan bewust. Je imago is simpelweg het verstevigen en het consistent uitdragen van je sterke punten, op een manier die je onderscheidt van de rest. Je wilt immers opvallen.

Weet wat je wilt: voor jou als sollicitant of freelancer zijn er veel andere gegadigden of concurrenten. Kies en je wordt gekozen.

Bij het solliciteren via LinkedIn is het cruciaal dat je weet wat jouw talenten en toegevoegde waarde zijn. Weet welke oplossing jij bent voor welk probleem. En vertaal dit naar (een) functie(s) in (een) voor jou relevante branche(s); dat is een uitstekende basis.

Om dit voor jezelf in kaart te brengen kun je (zelfhulp)boeken raadplegen en tests doen, of een loopbaancoach in de arm nemen. Op de site van de beroepsvereniging voor loopbaanprofessionals in Nederland kun je deze vinden; zie www.noloc.nl. Ook praten met mensen die jou goed kennen – goede vrienden maar vooral mensen uit je werkomgeving – en hun om advies vragen (welk werk zien zij jou doen en waarom?) is een goed startpunt. Als je helder hebt voor welk werk jij ‘gezien’ wilt worden, omschreven in de door jou gewenste functie(s), is dit het efficiëntste uitgangspunt voor je profilering op LinkedIn. Als je LinkedIn juist gebruikt, helpt het een *buzz* te creëren over jezelf, wat kan leiden tot kansen en mogelijkheden die je anders niet gekregen zou hebben (zie ook hoofdstuk 5 over netwerken).

Samengevat: het is belangrijk hoe jij voor het door jou gewenste nieuwe werk wordt ‘herkend’ op LinkedIn. Neem daarin zelf de regie. Dit boek begeleidt je daarbij stap voor stap!

1.4 DE WEG VAN DE VACATURE²

Vacatures³ ontstaan dagelijks en de arbeidsmobiliteit is groot. Werkgevers streven ernaar om een vacature zo snel en goedkoop mogelijk in te vullen. Vacatures kunnen een lange weg afleggen; over het algemeen gaan er enkele weken overheen voordat een vacature extern bekendgemaakt wordt.

.....

2. Bron: *Jobmarketing 3.0. Jouw arbeidsmarkt: nu zichtbaar, straks werk*, Uitgeverij Unieboek | Het Spectrum, 2007/2012/2017/2019.
3. Daar waar ‘vacature’ staat kan door freelancers ook gelezen worden: ‘een klus die gedaan moet worden’.

Degene die zelf elders nieuw werk heeft gevonden weet het allereerst van het ontstaan van een vacature. Bijvoorbeeld: Petra werkt nu als pre-communicatiemedewerker bij een museum in Amstelveen. Zij solliciteert bij een museum in Amsterdam en op vrijdagmiddag, laat in de middag, hoort zij dat ze is aangenomen! Zij is de eerste die weet van het ontstaan van de vacature in Amstelveen; dit is de ‘geboorte van een vacature’. De mensen die daarna horen van het opzeggen, en dus van de gloednieuwe vacature, komen uit haar directe kring van naasten, vrienden, familie, sportmaatjes of bijvoorbeeld haar leesclub. Op maandagochtend zegt zij haar baan op bij haar baas en in het werkoverleg. Het gaat als een lopend vuurtje door de gehele organisatie, de andere teams, de andere afdelingen; soms gaat het zelfs heel snel via e-mails, WhatsApp en Twitter. En al deze collega’s vertellen het ook weer ’s avonds thuis en deze mensen vertellen het weer aan...

1.4.1 Via via netwerken

Bovenstaand voorbeeld is een ‘vervangingsvacature’: er gaat iemand weg en er komt iemand voor in de plaats. Vaak wordt er dan meteen gezegd: ‘Wie kent iemand die deze functie kan vervullen?’ of: ‘Ik ken wel iemand die geschikt is voor deze functie.’

Als de directeur van een klein bedrijf op zaterdag tijdens het joggen beslist: ‘Ik wil de cijfers nu altijd paraat hebben, ik neem een vaste boekhouder in dienst,’ dan spreken we van een ‘groeivacature’. De directeur spreekt op zaterdagmiddag mensen op de hockeyclub en op zaterdagavond ziet hij een paar goede vrienden. Hij vraagt aan hen: ‘Wie kent er een goede boekhouder?’

Mensen die nú het werk doen dat jij wilt doen, weten het allereerst dat er een nieuwe collega nodig is...

De volgende stap is:

‘Wie kent iemand die deze functie kan vervullen?’

Vaak weten binnen enkele dagen al meer dan honderd mensen van een vacature. Uit arbeidsmarktonderzoek blijkt keer op keer dat drie van de vier vacatures met behulp van in real life en online netwerken ingevuld worden.

LinkedIn is in deze fase van onschatbare waarde. Collega's kunnen nu zeggen: 'Dit is echt een functie voor Petra Uitgeest, kijk maar op haar LinkedIn-profiel.'

Ook werken bedrijven soms met 'referral recruitment', waarin degene die een goede kandidaat aanbrengt wordt beloond; zie pagina 76. Uit onderzoek blijkt eveneens dat medewerkers die via via zijn geworven van betere kwaliteit en meer tevreden zijn (dus minder verloop) (bron: Angami White Paper, Stand van Werven, Silkroad, Deloitte e.v.a.).

1.4.2 Eigen website

Daarna komt de vacature op de eigen website van het bedrijf of de organisatie. Dit is de plek waar je het eerst de vacature openbaar kunt vinden. Daar gaan soms enkele weken overheen. Dat heeft een aantal redenen. Ten eerste wil een werkgever de vacature het liefst via via vervullen. Ten tweede moet er een vacaturetekst gemaakt worden; die gaat langs de vacaturehouder, personeelszaken en soms de webmaster. Pas daarna wordt de vacature gepubliceerd. Dan kan het zijn dat de vacature eerst een periode alleen bekend is op het intranet, en pas daarna – enkele dagen of weken later – via internet zichtbaar wordt voor iedereen van buiten de organisatie.

1.4.3 Intermediairs

Als er via via geen sollicitanten te vinden zijn of als er niemand via de website reageert of bij speciale vacatures, dan kan een bedrijf of organisatie een intermediair inschakelen. Bijvoorbeeld:

- uitzendbureaus
- werving-en-selectiebureaus
- detacheringsbureaus
- executive search

Ook deze bureaus putten uit de profielen op LinkedIn om goede kandidaten te vinden.

1.4.4 Krant en vacaturesites/jobboards

Een bedrijf of organisatie zal doorgaans pas na enkele weken geneigd zijn voor een vacature te adverteren. Dit kan op de volgende manieren gebeuren:

- In een vakblad, vakkrant of op de website van de branchevereniging (bijvoorbeeld van de woningbouw) of de beroepsvereniging (bijvoorbeeld van accountants).
- Via een personeelsadvertentie in de krant (landelijk, regionaal).
- Via algemene vacaturewebsites/jobboards, bijvoorbeeld die van het UWV Werkbedrijf (www.werk.nl) of Indeed.



BRON: ZIE WWW.AALTJEVINCENT.NL VOOR EEN NEDERLANDSTALIGE EN ENGELSE KLEURENPRINTVERSIE.

Op dit moment, als de vacature enkele weken oud is, solliciteren alle mensen die de advertentie voor het eerst zien en dit een leuke baan vinden. Voor duizenden mensen is dit een 'nieuwe vacature', waar ze dan ook in groten getale op solliciteren! Het sollicitatieproces is dan al weken bezig.

Als je een andere baan wilt, is het dus zaak om de mensen te leren kennen die het werk nu al doen dat jij zou willen doen. Zodat deze mensen jou weten te vinden als ze een nieuwe collega zoeken!

1.5 WERK ZOEKEN VOOR 50+'ERS

Voor mensen die ouder zijn dan 50 jaar is werk zoeken via de krant of websites lastig. Op dit moment werkt de arbeidsmarkt in Nederland zo dat schriftelijke sollicitaties van 50+'ers niet makkelijk leiden tot uitnodigingen voor een sollicitatiegesprek. Mensen van 50 jaar en ouder hebben hun eigen 'ambassadeurs' nodig. Die kun je werven via:

- je eigen opgebouwde netwerk, waarbij LinkedIn een effectief hulpmiddel is;
- een van de intermediairs, zoals een uitzendbureau, een werving- en selectiebureau of een detacherings- of interimmanagementbureau; ook deze bureaus zijn actief op LinkedIn.

Indien je 50 jaar of ouder bent, is je netwerk essentieel om een baan te vinden. Er is wel een trend zichtbaar dat deze leeftijd opschuift naar 55 jaar.

BOEKTIP

Jobmarketing 3.0 Werkboek. Solliciteren: nu zichtbaar, straks nieuw werk.

Aaltje Vincent (2020).

1.6 LINKEDIN VOOR ALLE BEROEPEN EN FUNCTIES

De auteurs horen regelmatig een hardnekkig vooroordeel: 'LinkedIn werkt alleen voor hogeropgeleiden.' Dat is een misverstand, dat komt door het feit dat LinkedIn in het begin snel door hogeropgeleiden werd omarmd. Tegenwoordig heeft ruim 87% van de beroepsbevolking in Nederland een LinkedIn-profiel. Gelukkig maar, want LinkedIn is voor iedereen een onmisbaar hulpmiddel bij het veroveren van nieuw werk. Alle adviezen en tips in dit boek zijn ook voor iedereen van toepassing. Zoals een goed profiel en netwerk, slim gebruik maken van bijdragen en je vakmanschap met behulp van de vakgroepen actueel houden.