



CARRIÈRE - ORIËNTEREN ✕
Maak kans op het boek 'Hoera ik heb een nieuwe baan' van M.A. Borst. Mail jouw ervaring naar redactie@nobiles.nl

Tekst **Hilde van der Pas** Beeld **Ivo van der Bent**

ONLINE PERSONAL BRANDING ALS CARRIEREMOVE *sofie*

HOE ZORG JE ERVOOR DAT JE ONLINE ZO BELANGRIJK BENT DAT JE GEZIEN WORDT ALS EEN MERK?

80% van de bedrijven gebruikt social media als een wervingstool voor nieuw personeel. Dan volstaat het allang niet meer om LinkedIn te gebruiken als online cv. Zet social media in zoals ze bedoeld zijn: 'Brand' jezelf en zorg dat je altijd zichtbaar bent.

Natasja Oosterloo (1496 volgers op Twitter) is één van de personen die een baan kreeg omdat haar werkgever onder de indruk was van haar online persoonlijkheid. Haar werkgever Wiebe de Jager, directeur van uitgeverij Eburon en oprichter van eReaders Groep BV, zag hoe actief ze was op Twitter, en maakte daaruit op dat ze een creatief persoon was met veel ervaring in de social media. Haar tweets werden vaak geretweet en via Twitter nam Wiebe de Jager dan ook contact op met Natasja. "Het was crisis, er waren bijna geen banen te vinden dus ik besloot een oproep te doen via Twitter", vertelt Natasja. "Nieuw jaar, nieuwe kansen. Ik zoek een baan in de #randstad #media #uitgeverij" was de tweet die Natasja in januari 2010 de digitale wereld in stuurde. Nog geen twee weken later kon ze

'LinkedIn is vaak het eerste zoekresultaat bij Google, dus is het belangrijk om je daar goed te profileren'

aan de slag als PR en Marketing-medewerker bij eReaders. "Ik ben er altijd heel bewust mee bezig hoe ik online overkom", vertelt Natasja. "Ik heb veel volgers op Twitter, ben heel actief online, heb een blog en een volledig ingevuld LinkedIn-profiel. Een groot netwerk is belangrijk, maar het is niet genoeg: zorg dat je de mensen in je netwerk niet alleen 'gebruikt' maar dat je hun ook echt wat te bieden hebt. Dan wordt je netwerk automatisch groter." Je online persoonlijkheid is bij het vinden van een baan minstens zo

belangrijk als wie je bent in 'real life'. Want waarom zou je nog door een sollicitatieprocedure gaan als je ook een baan kunt vinden via social media net zoals Natasja? Eburon zocht via social media de perfecte werknemer. Steeds meer bedrijven gebruiken social media om nieuw personeel te vinden en bijna alle recruiters gebruiken het om een beeld te vormen van sollicitanten.

Actief

Een baan vinden met social media is niet alleen weggelegd

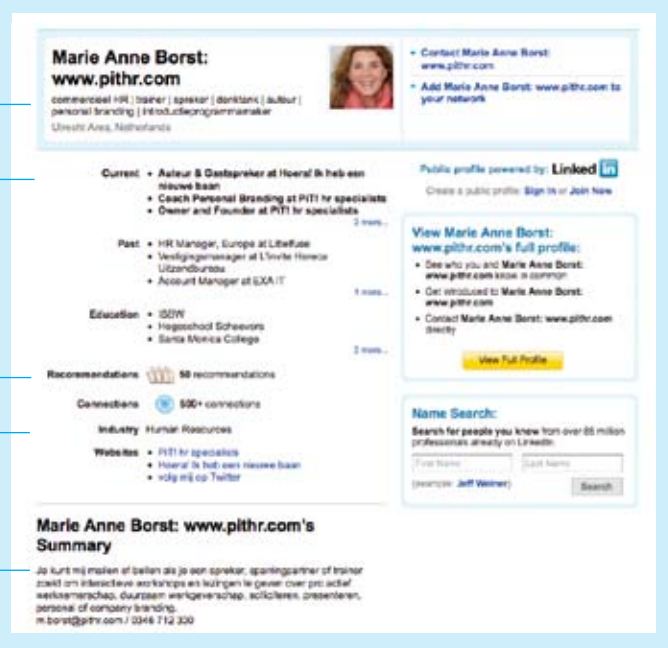


WIE BEN JE EN WAT DOE JE? GOOGLE ZOEKT OP DEZE WOORDEN.

OMSCHRIJF WAT JE FUNCTIES PRECIES INHOUDEN.

ZORG VOOR GENOEG RECOMMENDATIONS. IN WELKE BRANCHE WERK JE? SLUIT JE OOK AAN BIJ GROEPEN.

WAT HOUDEN JE FUNCTIE EN NEVENACTIVITEITEN IN.



'Ontwikkel je eigen online persoonlijkheid als je nog studeert of een baan hebt'

voor mensen in de communicatiebranche. Steeds meer economen en juristen profileren zich online. Interessant zijn voor je netwerk doe je door niet alleen te twitteren over alledaagse besommeringen, maar door regelmatig informatie te geven die interessant is voor je netwerk. Economen kunnen bijvoorbeeld nieuwe onderzoeken tweeten. Zit je meer in de rechtenbranche? Dan zou je kunnen kijken naar nieuws rond rechtszaken en internationaal recht. Zorg dat je overkomt als een expert op jouw interessegebied.

LinkedIn is het medium dat daar bij uitstek geschikt voor is. "Meld je aan bij zo veel mogelijk interessante groepen op LinkedIn, meng je in discussies en zorg dat je als expert wordt gezien", zegt Marie Anne Borst (500+ connecties op LinkedIn). Ze is HR en managementadviseur en expert op het gebied van online personal branding. "Maak het potentiële werkgevers zo gemakkelijk mogelijk want we leven in een samenleving waarin

niemand tijd heeft." Dit betekent dat je profiel op LinkedIn een proactieve uitstraling moet hebben en dat je mensen prikkelt om contact met je op te nemen. Het verhaal van Natasja is hiervan een goed voorbeeld. "Wees zichtbaar! Je LinkedIn-profiel is je eigen website en moet geschreven worden met Google in je achterhoofd", aldus Borst. Bedenk dus waar je op gevonden wilt worden. Econoom? Nieuwe media professional? Jurist? Gebruik je 'headline' om aan te geven wat je zoekt, zonder te vervalten in zinnen als 'ik zoek een baan als econoom'. Hetzelfde geldt voor Twitter. Schrijf je bio met Google in je achterhoofd: gebruik termen waar je op gevonden wilt worden.

Begin op tijd met online 'branden' Met een volledig ingevuld LinkedIn-profiel en Twitter-account ben je er

nog niet. Er is een groot verschil tussen een volledig profiel, hoe belangrijk ook, en online branding. Personal branding betekent dat er een visie achter je LinkedIn, Twitter en Facebook zit. "Jezelf in het wilde weg promoten is niet effectief. Je moet weten wie je bent, wat je zoekt en wat je wilt bereiken met social media", vertelt loopbaancoach Fiona Stoop (2399 volgers op Twitter, 500+ connecties op LinkedIn). "Online branding is heel effectief, maar jammer genoeg denken mensen er pas aan als het te laat is." Het is dus aan te raden vast te beginnen met het ontwikkelen van je online persoonlijkheid als je nog studeert of een baan hebt. Op die manier hoeft je er niet halsoverkop mee te beginnen als je werkloos bent en heb je al een online 'brand' opgebouwd voordat je het werkelijk nodig hebt.

Gunfactor Naast in te vullen wat je bent, is het dus belangrijk om na te denken over wie je bent en wat je passies en drijfveren zijn. In de praktijk



houdt dit in dat je bij al het werk dat je hebt gedaan, opschrijft waarom je het hebt gedaan en wat je er van hebt geleerd. Joanne Mölder, internet marketeer en online branding expert bij Eduvision, legt het als volgt uit: "Het belangrijkste bij social media is dat je je profileert. Wat zijn je drijfveren en wat zijn je passies? LinkedIn is meestal het eerste zoekresultaat bij Google dus het is uitermate belangrijk om je daar goed te profileren."

Als je goed hebt nagedacht over wie je bent, wat je zoekt, wat je hebt gedaan en waarom, is het belangrijk om een zo groot mogelijk netwerk op te bouwen en dat netwerk actief te onderhouden. Hierbij is het volgens de experts geoorloofd om mensen uit te nodigen die je niet persoonlijk kent, maar aan wie je op zakelijk gebied nog wel eens



HOE MOET HET NIET? Een willekeurige greep uit tweets met het woord 'baas'. Twitteren, Facebooken of Hyven over werk is een echte no-go. Zo hebben alle geïnterviewde experts voorbeelden van mensen die zijn ontslagen of niet zijn aangenomen door hun online gedrag. Je profiel afschermen heeft geen zin. Bedrijven betalen een boel geld om erdoorheen te kunnen kijken. Privacy op internet is dus een mythe!

Zo moet het dus niet: kvpm_nl: RT @leenweijns: RT @annetblanken: Ontslagen, dronken en teleurgesteld. Hoe pak je je baas dan terug? Zo! ItzKelso: Effe lekker peukie roke ! Ehmm man je moet gewoon lekker peukie rooke he en dan als de baas er niet bij is natuurlijk !!! EdwinMijwaart: @rickvanv Wij krijgen niets van de baas... Nog niet eens een kerstkaart. Eigenlijk schandelijk om je werknemers zo te belonen..

wat zou kunnen hebben. Belangrijk is hierbij wél dat je een persoonlijke uitnodiging stuurt en de persoon in kwestie wellicht uitnodigt voor een kop koffie. "Het heet niet voor niets social media! Mensen willen met mensen te maken hebben", aldus ervaringsdeskundige Natasja. Als je in verschillende online discussies mengt, dan zien mensen je naam telkens voorbijkomen en wordt je online persoon steeds meer gezien als expert op jouw interessegebied. Het is ook aan te raden je aan te melden voor (lokale en internationale) groepen waar je niet direct wat aan hebt. Heb je een passie voor duiken, breien of schaken? Ook hier zijn LinkedIn-groepen voor in het leven geroepen. "Aan niet-zakelijke connecties heb je vaak meer dan aan zakelijke", aldus Borst. "De gunfactor ligt namelijk veel hoger." Zorg ten slotte dat je je netwerk ook wat te bieden hebt

en dat je de mensen in je netwerk niet alleen gebruikt voor je eigen banenjacht. **Foto plaatsen, ja of nee?** Je online profielen zijn in orde, je hebt een indrukwekkend netwerk opgebouwd en je mengt je actief in discussies op jouw vakgebied. Wat is de volgende stap op weg naar de droombaan? Natasja twitterde haar wens de virtuele wereld in maar je kunt ook zorgen dat je benaderd wordt door de vele recruiters die actief zijn op LinkedIn en Twitter. Als je weet waar potentiële werkgevers naar kijken en hoe je indruk kunt maken met je online persoonlijkheid, kun je de laatste aanpassingen toepassen. Uit ervaring van Marie Anne Borst blijkt dat werkgevers op de eerste plaats kijken naar je foto. Dit moet een zakelijke headshot zijn waarbij

Infodagen 2011

Bachelors, Schakelprogramma's & Masters
zat. 19 maart & zat. 30 april

extra infodag Geneeskunde op 19 februari



Meer info op
www.ua.ac.be/infodagen
Nog vragen?
stip@ua.ac.be

leren is leven
www.ua.ac.be

 Universiteit
Antwerpen

Università della Svizzera italiana
[+swissuniversity.ch](http://www.swissuniversity.ch)

USI Università della Svizzera italiana

Let our innovative Masters inspire you!


master.usi.ch

USI Lugano/Mendrisio
studyadvisor@usi.ch
www.usi.ch

Master Info Day
4.3.2011
www.opendays.usi.ch

Masters

ARCHITECTURE*

ECONOMICS
Banking & Finance
Economia e Politiche Internazionali*
Finance
Management

COMMUNICATION
Communication, Management & Health
Gestione dei Media*

LINGUA, LETTERATURA E CIVILTÀ ITALIANA*

ECONOMICS AND COMMUNICATION
Corporate Communication
Financial Communication
International Tourism
Marketing
Public Management and Policy, PMP*

ECONOMICS AND INFORMATICS
Management and Informatics

INFORMATICS
Applied Informatics
Computational Science
Distributed Systems
Embedded Systems Design
Intelligent Systems
Software Design

*In Italian. All other programmes are held in English.



je lachend in de camera kijkt. "Oogcontact is erg belangrijk. Werkgevers willen in een paar seconden zien met wie ze te maken hebben." Daarnaast wordt er gekeken naar de groepen waar je lid van bent en hoe actief je bent in de discussies. De laatste, misschien wat voor de hand liggende, vraag van werkgevers is: klopt je cv met je LinkedIn? Zorg verder dat uit de communicatie op je profiel blijkt dat je benaderbaar bent en dat er niet lang gezocht hoeft te worden naar je contactgegevens.

Offline net zo belangrijk

Volgens loopbaancoach Fiona Stoop proberen werkgevers aan de hand van je online persoonlijkheid op te maken hoe betrouwbaar je bent. "Uit een promotieonderzoek van de Universiteit van Amsterdam blijkt dat betrouwbaarheid de belangrijkste factor is aan de hand waarvan werknemers besluiten iemand te benaderen. Hierna wordt gekeken in hoeverre je enthousiast, kritisch en sympathiek bent."

Je kunt je zo goed 'branden' als je wilt, zo lang je maar niet de offline

werkelijkheid uit het oog verliest of te wanhopig jezelf als merk probeert neer te zetten. Blijf jezelf en maak je online persoonlijkheid niet groter dan je offline kunt waarmaken. Maak onderscheid tussen zakelijke en persoonlijke profielen en koppel onder geen beding je Twitter account aan je LinkedIn. Borst: "Val je netwerk niet lastig met informatie waar ze niks mee kunnen en het medium niet voor gebruiken." Maar zorg ook op Twitter voor een 20-80 balans. "Denk bij ieder bericht: zou ik dit ook aan een zaal met 100 mensen vertellen?", aldus Stoop. De meest voorkomende fout is volgens haar

'Je kunt je zo goed 'branden' als je wilt, zolang je maar niet de offline werkelijkheid uit het oog verliest'

echter nog steeds dat mensen zich niet helemaal bloot durven te geven en op LinkedIn niet durven te laten zien wie ze echt zijn. Overwin de angst om je in discussies te mengen en je passies, drijfveren en wensen naar buiten te brengen. Profileer je als een online 'merk' en perfectioneer je online persoonlijkheid totdat die ene perfecte baan zich aandient en jij als de ultieme match wordt gezien.