

Werk zoeken met de mens-factor van LinkedIn

Met LinkedIn heeft jouw 'kandidaat' die droombaan zo gevonden, was donderdag de boodschap voor loopbaancoaches in Wolvega. Welke tips kregen zij mee?

RUTGER VAN DER MEIJ

Elke seconde komt er ergens op de wereld een LinkedIn-profiel bij. De zakelijke netwerksite heeft verspreid over de aardbol honderd miljoen gebruikers, onder wie drie miljoen Nederlanders. De 'penetratiedichtheid' van het netwerk is in ons land het hoogst. Dat biedt gouden kansen voor zowel werkzoekenden als recruiters, stelt Eugenie van Wiechen, in Nederland de baas van LinkedIn. Samen met andere marketingdeskundigen vertelde ze deze week in Wolvega 'hoe het werkt'.

Ken je contacten

Internet is goed in het geven van concrete feiten, zegt Van Wie-



Eugenie van Wiechen van LinkedIn Nederland. FOTO RENS HOOYENGA

chen. Als je een restaurant zoekt, ben je met Google binnen één seconde geholpen. Wie vraagt naar een restaurant waar je rustig maar gezellig kan eten met kleine kinderen, krijgt echter ruis. „Er staat een berg informatie op het web, maar suggesties en ideeën die echt op jou van toepassing zijn, komen niet naar voren in een zoekmachine. Daaruit zijn social media ontstaan.”

De context waarin informatie wordt overgedragen bepaalt het belang ervan. Een vakantietip

van iemand die jong en vrijgezel is, heeft een grotere waarde als je zelf ook jong en vrijgezel bent. Dus, zegt Van Wiechen: weet wie je LinkedIn-contacten zijn en wat ze doen. „Lukraak onbekenden aan je profiel toevoegen heeft weinig zin.”

Wie weet wat voor vlees hij in de kuip heeft, kan via LinkedIn gericht vragen naar tips en adviezen. En de juiste persoon inschakelen bij het zoeken naar een nieuwe baan. Kwaliteit gaat dan wel boven kwantiteit, toch loont



Als filter voor informatie moet netwerk veel namen tellen

het om veel contacten toe te voegen. „Je kan je netwerk gebruiken als filter voor informatie, maar dan moeten er voldoende mensen in zitten.”

Word iemand van vlees en bloed

Lang niet iedereen lukt het om zijn LinkedIn-profiel 100 procent aan te kleden. Toch loont het om jezelf bijzonder te maken, zegt marketingstrateg Dinand Jansen. „Bedrijven kunnen zich niet profileren met hun banen, die zijn uiteindelijk toch overal het-

zelfde. Dus zoeken ze naar werknemers die zich onderscheiden. Laat dat dus zien. Het maakt niet uit of je kort of lang bent, of stoptert: het geeft je een identiteit.”

Aaltje Vincent, schrijfster van het boek 'Solliciteren via LinkedIn': „Om de laatste stukjes in je LinkedIn-profiel aan te kleden, moet je de contacten vragen naar aanbevelingen. Nederlanders zijn daar vaak nog te bescheiden in. Maar bedenk wel: als iemand voor jou een aanbeveling schrijft, krijgt iedereen in het netwerk dat te lezen.” Omgekeerd kan je, door zelf een persoon aan te bevelen, je deskundigheid binnen het vakgebied etaleren.

Gebruik aanwezige kennis

Bedrijven die protocollen opwerpen voor het gebruik van social media? Achterhaald, vindt Dinand Jansen. Werknemers van de generatie Y, geboren na 1985, kunnen al niet meer zonder. „Ik sprak onlangs een jongen die al zijn kennis ontleent aan de vrienden in zijn online netwerk.” De arbeidskrachten van de toekomst willen zichzelf ontwikkelen en ontplooiën, en zoeken naar werkgevers die dat mogelijk maken.

Kennis vergaren via LinkedIn kan door advies te vragen aan een ervaren contact die hetzelfde car-

rièrepad heeft bewandeld. Die weet bovendien vaak waar de relevante vacatures te vinden zijn, zegt Van Wiechen. „In Amerika hebben we even geprobeerd om dat voor de gebruikers in kaart te brengen. Wie in jouw netwerk heeft net zo'n baan als jij zoekt? Welke stappen heeft die persoon ondernomen om zijn doel te bereiken? Technisch bleek het nogal complex om die gegevens te verzamelen, maar de reacties waren wel positief.”

Wie zoekt, die vindt

De Amsterdamse recruiter Gordon Lokenberg heeft 21.000 contacten via LinkedIn. Als hij voor een functie de beste kandidaat wil benaderen, heeft hij binnen de korste keren beet. „Zoek je een baan, weet dan bij welke recruiter je moet zijn”, zegt Aaltje Vincent. „Ze voegen je graag toe.”

Het loont volgens Vincent zoveel om de LinkedIn-pagina's van loopbaanprofessionals in de gaten te houden. Niet zelden verstopten ze een vacature tussen hun berichten. Of in een van de LinkedIn-groepen, zodat werkzoekenden over de functie kunnen discussiëren. „Dan kun je mooi zien wie het hoogste woord voert in de groep, of de verstandigste dingen zegt.”