



Aaltje Vincent

LinkedIn als loopbaanheroriëntatie tool

Aaltje Vincent

Een loopbaanstap maken gaat in twee fasen. Ten eerste de loopbaanheroriëntatie, de fase van het 'arbeidsmarktklaar' geraken. Dan jobmarketing, de fase van het veroveren van nieuw werk in een, op dit moment, competitieve arbeidsmarkt. In die tweede fase is LinkedIn onmisbaar. Graag laat ik je zien hoe LinkedIn ook in de eerste fase van heroriëntatie goed gebruikt kan worden.

De loopbaanheroriëntatie bestaat kort gezegd uit drie elementen:

1. De best passende loopbaanstap!

Weten wat je 'inhoudelijk' wilt doen bestaat uit kennis van de competenties en de gewenste 'droombaanelementen'. Ook hoort hier de verkenning bij in welke vorm dit werk bestaat, welk soort contract erbij kan horen, reis-

afstand, salaris en dergelijke. Een combinatie van 'inhoud en vorm', maakt dat de cliënt met de broodnodige pretlichtjes in de ogen actief is op de arbeidsmarkt.

2. Zelfbeeld

Het kan zijn dat de cliënt ergens werkt(e) waar hij of zij niet uit de verf kwam, of het werk al jarenlang bij dezelfde werkgever deed. Dat kan zorgen voor onvoldoende

zelfvertrouwen in de te nemen loopbaan stap. Een sterk zelfbeeld met een uitstraling 'U moet mij hebben voor die klus!' is essentieel daarvoor.

3. Ontslagfrustratie

Een selecteur hoort aan de woordkeus en voelt 'aan zijn water' als er nog sprake is van ontslagverwerking en dat maakt dat het vakmanschap niet de boventoon voert.

LinkedIn kent een aantal ingangen om je te inspireren bij het komen tot de best passende loopbaan stap.

Wat zijn oud-studiegenoten gaan doen?

In het LinkedIn-profiel neemt je cliënt zijn studies op en klikt bij het invullen op het profiel van de studie die is gevolgd, bijvoorbeeld aan de Fontys Hogescholen. Als je vervolgens op die opleiding klikt, geeft LinkedIn een overzicht waar je studiegenoten zijn gaan werken en in welke functie.



Door ook de profielen te bekijken van oud-studiegenoten, kun je zien welke loopbaanpaden zij hebben bewandeld.

Nota bene: Op LinkedIn zijn profielen tot en met de tweede graad zichtbaar, dus hoe groter je netwerk hoe meer profielen je kunt bestuderen. Bij derde-graadprofielen zie je de Voornaam en de eerste letter van de achternaam, en kun je het volledige profiel niet lezen. Als je de kopregel (de regel naast iemands foto) kopieert en tussen dubbele-haakjes plaats op Google, dan kun je via die weg meestal de volledige naam vinden. Als je deze naam opzoekt op LinkedIn krijg je het volledige profiel wel te zien omdat LinkedIn ervan uitgaat dat je deze persoon dan kent.

Nog een plek waar je oud-studiegenoten kunt vinden zijn de vele studiealumnigroepen.

Wat zijn oud-collega's gaan doen?

Oud-collega's vindt je cliënt door de profielen van de bedrijven waar hij werkt(e) toe te voegen aan het profiel en daarop te klikken. Of door lid te worden van alumnigroep van deze werkgever.

Functieomschrijvingen

Als de cliënt in het stadium van een 'ja-gevoel' of een 'misschientje' dat naar 'ja' neigt is, bij een bepaald soort werk, dan kan er op LinkedIn specifiek gezocht worden naar mensen die dat werk nu doen. Daarmee ontstaat inzage in functieomschrijvingen, de opleidingen die de gene daarvoor en in de functie zelf heeft gevolgd, et cetera. En vanzelfsprekend biedt het zicht op de branches en bedrijven die interessant lijken om deze functie uit te oefenen. En het geeft een beeld van relevante vakgroepen. Het zoeken op vele *varianten* in functiebenamingen is daarbij cruciaal, immers een bepaald soort werk kent vele verschillende functietitels. En vanzelfsprekend ook het zoeken op de vele trefwoorden die passen bij dit mogelijk nieuwe werk. In de zoekfunctie rechtsboven in het LinkedIn-schermbild kan een onderscheid worden gemaakt in bijvoorbeeld het zoeken naar personen en bedrijven. Naast deze zoekfunctie staat het woord 'geavanceerd'; via die ingang kan tot in detail worden gezocht op LinkedIn.

Wellicht stuit je cliënt op mensen van vroeger, die nu het werk doen dat hij of zij overweegt. Met persoonlijke boodschap worden zij graag een connectie. Daarop kan contact worden gelegd om te netwerken 'in het echte leven', of in social-mediajargon 'in real live'. En mocht je cliënt de focus op de volgende loopbaan stap helder hebben dan kan hij of zij ook meteen zien hoe andere vakgenoten zich op LinkedIn profileren, en het zelf eventueel beter doen!

Als de cliënt met een niet-heldere focus, een zwak zelfbeeld en/of ontslagfrustratie actief is op social media, zal dit niet bijdragen aan het snel veroveren van nieuw werk. Daarover in het volgende nummer van LoopbaanVisie meer! ■