

‘Hotte’ Aaltje Vincent draagt haar jobmarketing-methodiek ook uit bij Philips

“Moet ik mezelf op de borst kloppen? Ja, dat moet”

Met alleen een kei zijn in je vak bemachtig je geen nieuwe baan.

Je moet ook zichtbaar zijn, door netwerken te bouwen van potentiële werkgevers, vakgenoten en van familie, vrienden en kennissen.

En, heel on-Nederlands, schroom niet om jezelf op de borst te kloppen, zo van: ‘Voor die vacature kun je geen betere aannemen dan ik’.

Dit zijn lessen uit de methodiek Jobmarketing, ontwikkeld door loopbaanprofessional Aaltje Vincent. Ze draagt die door het hele land uit als trainer van groepen en individuen, spreker en auteur van sollicitatieboeken. Van de zeven boeken die zij schreef, zijn er meer dan 75.000 verkocht. “Ik ben sinds jaar en dag de best verkochte sollicitatieboeken-auteur in Nederland”, zegt ze.

Groeiende behoefte

Vincent (56) is ‘hot’. Steeds meer bedrijven en instellingen strikken de Almeerse voor masterclasses, trainingen of lezingen. ABN AMRO, Achmea, UWV, gemeentes, ministeries, de Belastingdienst. En ook Philips, waar ze in het kader van het employability-programma in 2015 vier masterclasses gaf, dit jaar opgevoerd naar één per maand. “Medewerkers (en ook WGP’ers, red.) die een masterclass gevolgd hebben, benutten hun E-miles beter”, verklaart ze. Haar jobmarketing-methodiek appelleert aan een groeiende behoefte.

“Sinds de crisis van 2008/2009 is het aantal reorganisaties toegenomen. En je ziet bedrijven en instellingen zich meer en meer alleen op hun kernactiviteiten richten. Bovendien krijgt vandaag de dag vrijwel iedereen een tijdelijk contract. Dus ben je je werk nooit zeker en moet je altijd voorbereid zijn op een volgende stap in je loopbaan. Mijn methodiek stimuleert dat en reikt handvatten aan om succesvol nieuw werk te veroveren.”

Droombaan vinden

Loopbaancoaching beslaat twee fasen, legt Aaltje Vincent uit. “Het begint met: wie ben ik, wat wil ik en wat kan ik? En ook: wat kan ik daar dan mee op de huidige arbeidsmarkt? Met vakkenis waar niemand op zit te wachten, ga je die nieuwe droombaan niet vinden. Als je weet welke oplossing jij bent voor een werkgever, dan is fase 2: hoe kom ik terecht op dat sollicitatiegesprek? en vervolgens: hoe word ik aangenomen?” Daarvoor moet je uiteraard heel goed zijn in je vak. Maar met alleen dat ga je niet slagen,

aldus Vincent. “Je moet zichtbaar zijn en dat doe je door netwerken te bouwen. Dat begint met een target list van werkgevers waarvoor jij meerwaarde biedt. Zorg vervolgens dat je bekend bent bij vakgenoten bij die werkgevers. Die weten immers het eerst of er iemand weggaat of dat er een nieuwe bij mag komen. Dus is het slim hen te laten weten dat je er bent, zodat ze je kunnen tippen over een vacature die eraan zit te komen. Verder raad ik altijd aan je eigen inner circle zoals familie, vrienden,

Zichtbaar zijn door netwerken te bouwen

kennissen van de sport- of toneelclub te laten weten naar welk soort werk je op zoek bent, zodat ze je naar voren kunnen schuiven als ze iets passends langs zien komen.”

On-Nederlands

Zichtbaar zijn, jezelf profileren; dat is heel on-Nederlands. Al helemaal als je, zoals Vincent adviseert, jezelf neerzet als de allerbeste die beschikbaar is. “In een goed cv, de basis van LinkedIn, moet ook staan hoe goed je bent. Ik krijg regelmatig vragen als: ‘Aaltje, moet ik mezelf verkopen, sterker nog:

op de borst kloppen?’ Ja, dat moet.

Je inner circle wil maar wat graag met je proosten als je door een aanbeveling uit die kring een nieuwe baan hebt veroverd. Stel ze daartoe dan ook in staat.”

Nog een nuttig netwerk: dat van uitzend-, detachings-, wervings- en selectiebureaus. “De helft van alle nieuwe banen loopt via het uitzendbureau. De kunst is om bij de mensen in die netwerken tussen de oren te krijgen dat jij er bent en wat jij wilt. Zo maak je ze tot jouw ambassadeurs; dat is de beste manier om op een sollicitatiegesprek terecht te komen. Veel kansrijker dan schrijven op een vacature in de krant, dan ben je één van de 275...”

Haar jobmarketing-methodiek heeft ze niet alleen op grond van studies ontwikkeld. “Ik ben voor m’n 27ste drie keer ontslagen. In grote organisaties functioneerde ik niet; daar werd ik heel zenuwachtig van. En op m’n 28ste heb ik een outplacementtraject doorlopen. Toen al heb ik geleerd hoe belangrijk netwerken is. Daardoor én door enkele career switches heb ik het zelf allemaal heel erg meegemaakt.”

Advies aan WGP’ers

In 1988 koos ze voor het vak loopbaan-advisering/-begeleiding, eerst bij een adviesbureau en sinds juni 2007 met haar eigen bureau. “Inmiddels heb ik ruim 24.000 werkzoekenden en 2.200 loopbaanprofessionals getraind.” Haar advies aan de WGP’ers: “Ben goed in je vak en ben daar zelf van overtuigd. Kijk dus niet zozeer naar wat je beperkt. Dat vind ik zo goed aan het WGP: dat helpt je om de houding aan te nemen van: ‘Ik versta een vak en ik ben daar goed in.’ Dat versterkt niet alleen je zelfvertrouwen, maar helpt je ook om een baan te veroveren die je leuk vindt en bij je past.”

“Je bent je werk nooit zeker en moet altijd voorbereid zijn op een volgende stap in je loopbaan”

