



ILLUSTRATIE ANNE VAN WIJEN

Kijk, potentiële werkgever. Hier ben ik!

Online banenjacht Werk wordt steeds vaker via internet gezocht. **Maar hoe val je op tussen al die miljoenen gebruikers?** Diverse start-ups helpen werkzoekenden met het vinden van een opdrachtgever. „We zijn eigenlijk een soort impresario.”

HANS KLIS

NEW YORK. Zelf omschrijft Shane Snow zijn bedrijf onbescheiden als de „toekomst van media”. De medeoprichter van Contently leunt relaxed achterover in een fauteuil in zijn New Yorkse kantoor in het hart van de buurt SoHo. Zijn start-up doet twee dingen: het biedt creatieve zzp'ers de mogelijkheid een gratis online portfolio te maken en regelt reclamewerk voor hen bij grote bedrijven zoals financiële dienstverlener American Express en industrieconcern General Electric.

Maar Contently is meer, het is ook onderdeel van de toekomst van online werk zoeken. Op LinkedIn kunnen gebruikers - van bakkers tot advocaten - hun cv's oppoetsen en in contact komen met opdrachtgevers. Maar opvallen tussen de 313 miljoen gebruikers - van wie 4,8 miljoen Nederlanders - op het sociale netwerk is lastig. Contently doet het anders. Het bedrijf richt zich op een specifieke groep werkzoekenden: fotografen, schrijvers en ontwerpers, en brengt hen in contact met de juiste groep opdrachtgevers.

Iets vergelijkbaars doen de Amerikaanse start-ups GitHub en HackerRank, maar dan voor de IT-branche. Zij brengen programmeurs samen met potentiële opdrachtgevers om problemen op te lossen en programma's te schrijven. In Nederland begon Sanoma Media (onder meer uitgever van de tijdschriften VIVA en Grazia) begin dit jaar Hubly, een vergelijkbaar initiatief als Contently. Hier moeten zzp'ers wel zelf reageren op klussen. De dienst is ook niet gratis, na de bètafase moeten gebruikers abonnementsgeld betalen.

Van de 40.000 gebruikers bij Contently

hebben er volgens Snow zeker 5.000 op regelmatige basis klussen te danken aan zijn in december 2010 opgerichte bedrijf. Dat zijn er niet nog niet genoeg, geeft hij toe. Maar met een bijna dagelijkse nieuwsbrief vol tips voor freelancers hoopt de oprichter zijn gebruikers alsnog aan werk te helpen. Contently rekent een commissie van 15 procent voor alle klussen die het regelt.

Het bedrijf selecteert uit alle profielen zelf de juiste kandidaten en doet een telefonische screening. „We zijn eigenlijk een soort impresario.” En niet onverdienstelijk. Snow denkt dit jaar 20 miljoen dollar aan inkomsten binnen te halen. Dat is vier keer zoveel als in 2013.

Daarom breidt Contently waarschijnlijk dit jaar nog uit naar Europa, te beginnen met Duitsland. Daar zit volgens Snow „de grootste markt voor creatievelingen”. Of Nederland in die plannen past, kan hij nog niet zeggen. „Wie weet. We waaien mee met de Europese wind”, zegt hij lachend.

Met een paar klikken heb je een site

Deze nieuwe trend in online werk vinden vertaalt zich niet alleen in sites als Contently. Ook andere diensten zoals About.me, Flavors of Strikingly die de afgelopen jaren werden opgericht passen in het rijtje. Zij verbinden gebruikers niet direct aan opdrachtgevers, maar zorgen wel dat ze opvallen en nog beter online te vinden zijn. Deze diensten bieden de mogelijkheid om in een handomdraai gepersonaliseerde websites of digitale visitekaartjes te maken. Daar is geen kennis van het bouwen van websites voor nodig: een paar klikken is genoeg om een professioneel ogend overzicht te maken van jezelf.

Ivar Bakker (25) maakte in 2011 een account aan bij About.me na zijn studie technische bedrijfskunde aan de Vrije Universiteit Amsterdam. „Ik was op zoek naar een baan en pimpte mijn LinkedIn-account. Ik kwam About.me tegen en vond het erg gaaf om een online visitekaartje met een paginagrote foto te hebben. Ik linkte het meteen door op LinkedIn.” Het leverde hem niet zijn huidige baan als IT-consulent voor Capgemini op, maar voor Bakker was deze opvallende toevoeging naast zijn standaard LinkedIn-profiel onmisbaar voor zijn *personal branding* als werkzoekende.

EN DIT ZEGT DE EXPERT

Hoewel er nog maar weinig Nederlandse gebruikers te vinden zijn op sites als Contently of About.me denkt Aaltje Vincent, loopbaancoach en auteur van het boek *Job Marketing 2.0*, dat dergelijke sites **wel degelijk de toekomst hebben**.

„Het zijn plekken waar mensen hun vakmanschap laten zien.” En dat is volgens Vincent een cruciaal element in de online banenjacht. Maar benadrukt ze, „je moet wel verkeer trekken naar je profielen op deze sites”.

Omdat er nog weinig Nederlanders zitten op sites als Contently, houdt Vincent het voorlopig bij **Twitter en LinkedIn**. „Ik blijf zitten waar mijn doelgroep zit.”

Contently breidt mogelijk dit jaar nog uit naar Europa