**Jolan Douwes,** journalist, **redactie@penoactueel.nl**

# HET CV WORDT OUDERWETS

**Geen sollicitatiebrief ging de deur uit zonder cv. Zo hoorde dat. Toch begint het te rommelen in de wereld van werving en selectie. Dankzij nieuwe technologieën winnen alternatieven terrein. Bij het lingeriemerk Hunkemöller moet iedereen die solliciteert voor de videocamera. Die drempel levert volgens HR minder én betere kandidaten op. Ook sollicitatie-expert Aaltje Vincent is fan van het nieuwe werven.**

'**Ik kan niet wachten tot** het cv niet meer nodig is', zegt loopbaanadviseur en sollicitatiegoeroe Aaltje Vincent. Een verbazingwekkende uitspraak voor iemand die er altijd op hamert dat het curriculum vitae voor een sollicitatiebrief uit snelt. De schrijfster van bestsellers als *Jobmarketing 2.0* en *Het grote sollicitatiewerkboek* heeft zelfs een gratis cv-checklist op haar website staan. Toch zegt ze stellig dat er betere manieren zijn om te achterhalen of een kandidaat de juiste match vormt met een bedrijf. Eén of twee A4'tjes met een opsomming van iemands banen, opleidingen en andere wetenswaardigheden vindt ze te beperkt. 'Ik hoor weleens dat sollicitanten hun cv teveel zouden pimpen, maar mijn ervaring is juist dat ze zichzelf tekort doen.'

Aaltje Vincent geeft het voorbeeld van een manager die ze laatst doorzaagde over zijn werkervaring. Hij vertelde dat hij een verandering op zijn afdeling met pijn en moeite had doorgevoerd. Hij wilde het er liever niet meer over hebben, zo moeizaam was het gegaan. 'Het is dus wel gelukt', constateerde Vincent. 'Is het niet inherent aan je functie dat dit proces moeizaam verliep?' Ja, daar had ze gelijk in. 'Die manager had een lang loopbaantraject achter de rug, maar op zijn cv ontbrak essentiële informatie. Hij was dus nog steeds onbewust bekwaam.' Nu deze verandering op zijn cv staat als 'succesvolle implementatie programma xyz > binnen zes maanden netto resultaat +23%' is het voor de selecteur snel helder wat hem onderscheidt van andere gegadigden.

**Nadeel van het cv: het kijkt terug in plaats van vooruit**

### Uitstraling

Nog een nadeel van het cv: het kijkt terug in plaats van vooruit. Het werkverleden krijgt vaak meer ruimte dan het profiel waarin iemand zichzelf - vaak in clichés - beschrijft. Of iemands uitstraling past bij het bedrijf is niet altijd te zien op de foto - als die er al bij staat. En of iemand aanvoelt waar een organisatie zich mee wil onderscheiden, is niet op te maken uit de tekst - hoe kleurrijk de lay-out ook kan zijn. 'Toch willen de gemiddelde HR-adviseur, intercedent en recruiter nog steeds cv's zien. Waarschijnlijk vooral omdat het makkelijk is: die kunnen ze printen of doorsturen via de mail. Het curriculum vitae blijft de leidraad, zelfs LinkedIn heeft het cv nog niet verdrongen.

### Experimenten en trends

'Het is jammer dat alleen de top van de recruitment het anders durft aan te pakken', vindt Aaltje Vincent. Ze doelt op bedrijven die al werken met videosollicitaties, online testen of andere innovatieve methoden. Hun experimenten krijgen luid applaus van opiniemakers op het gebied van werving en selectie. Zo wrijft recruitmentsite RecTec liefhebbers van het cv onder de neus dat dit document zijn langste tijd heeft gehad. Zeker nu de technologie mogelijkheden biedt voor andere manieren van selecteren. Volgens arbeidsmarktdeskundige Bas van de Haterd zijn computerspellen, Big Data en Predictive Analyses 'de toverwoorden die veel gebruikt worden'. Ook ZIPconomy, een site over 'anders werken, anders organiseren' voorspelt het einde van het cv. HR-adviseur Mark van Assema signaleert vijf trends. Eén ervan is dat grote bedrijven talentenpools opzetten, waar ook flexwerkers, zzp'ers en uitzendkrachten deel van uit-

Bij kleding- en lingerieketen Hunkemöller zijn sollicitatiebrieven verleden tijd. 'Wie geen videosollicitatie wil doen, valt af.'

maken. Niet op basis van hun werkervaring, maar vanwege hun persoonlijkheid of toekomstmogelijkheden.
Een andere trend is de videosollicitatie 'Er zijn nu apps voor je telefoon, zoals StartMonday, MatchQ en Jobtease, om een selfie-video van 15 of 30 seconden te maken en hiermee zonder enige brief of cv te solliciteren', schrijft Van Assema. Hij is ervan overtuigd dat de video een steeds grotere rol gaat spelen bij de zoektocht naar werk.

**Postzakken vol**

Bij kleding- en lingerieketen Hunkemöller is het al zo ver. 'Toen ik hier twee jaar geleden begon, kregen we in Nederland zo'n drieduizend reacties per maand op onze vacatures', vertelt *global recruiter* en talentmanager Suzanne Jansonius. 'Die werden allemaal in postzakken vanuit ons hoofdkantoor in Hilversum verstuurd naar onze vestigingen. Afwijzingen werden dan weer teruggestuurd naar het hoofdkantoor. Het kon wel zes weken duren voordat sollicitanten wisten dat ze niet in aanmerking kwamen.'

Op haar initiatief is Hunkemöller in samenwerking met Cammio, een Haags bedrijf dat videorecruitment aanbiedt, vorig jaar overgegaan op een nieuw selectiesysteem. Voor alle vacatures, ook op het hoofdkantoor in Hilversum, moeten kandidaten een videosollicitatie doen. Voor een aantal functies is ook een cv gewenst, omdat het bedrijf wil checken of mensen leidinggevende of andere specifieke ervaring hebben. Wie geen videosollicitatie wil doen, valt af. 'Dat klinkt hard, maar wij zijn een innovatief bedrijf. Als jij je verhaal niet voor camera durft te vertellen, pas je niet bij ons.'
De talentmanager heeft het zelf ook een keer gedaan om te ervaren hoe het is. Best spannend, zegt ze. De topman van het bedrijf, Philip Mountford, heette haar via het scherm persoonlijk welkom en leidde haar door het hoofdkantoor. Na een filmpje over het DNA van het concern vroeg hij haar een paar vragen te beantwoorden. Hij vroeg niet hoe zij een badpak zou verkopen, maar waar ze trots op was. Hoe ze omging met stress. En waarom juist zij de perfecte kandidaat zou zijn.

**Miss World**

Suzanne Jansonius: 'Wij zijn niet op zoek naar Miss World, als je maar wel open en representatief bent. In onze winkels werken mooie, jonge verkoopsters, maar ook oudere vrouwen met een maatje meer. Voor ons telt vooral dat ze qua karakter passen bij ons bedrijf. Sommigen vertellen op de video bijvoorbeeld dat ze er voldoening van hebben als ze een vrouw met een borstprothese kunnen helpen aan een goede bh. Haar persoonlijkheid vinden wij belangrijker dan haar verkoopervaring.'

**Tijdsbesparing**

Sinds het cv is vervangen door de video, is het aantal sollicitaties flink gedaald. Op elke vacature bij een Nederlandse vestiging reageren nu gemiddeld zestig kandidaten, zo'n 750 per maand. Dat is een flink verschil met de duizenden postzakken die vroeger werden rondgezeuld. Een tijdsbesparing voor het bedrijf en de nieuwe aanpak levert nog betere kandidaten op ook.

**Cv kan de prullenbak in**

Eén kanttekening maakt Jansonius wel: 'Als ik een schaarse IT-specialist zoek, zou ik hem geen videosollicitatie opleggen. Hij hoeft niet zo nodig extravert en communicatief te zijn. Deze methode is dus niet voor niet elk bedrijf en elke functie geschikt.' Toch is Aaltje Vincent al fan. 'Ik ben erg voor videosollicitaties', zegt ze enthousiast. 'Grote bedrijven als RTL Nederland, HEMA, Novotel, Rijkswaterstaat en Young Capital werken er al mee.' Ook speeddates, telefonische interviews en online-testen juicht zij toe. Altijd alert op nieuwe trends stuurt ze een recent artikel van RTL Z na: 'Het nieuwe werven: kantinedame en klant bepalen wie jij aanneemt'. Bij een e-commercebedrijf gaan alle sollicitanten in de laatste ronde langs 'juffrouw Jannie'. Tot grote tevredenheid van de directeur: 'Zij weet wat we nodig hebben.' Vincent: 'Ik kijk uit naar het moment dat er voor iedere vacature een innovatieve methode is die selecteert op de potentie van de sollicitant. Het cv kan dan de prullenbak in.' ◀