

Je nieuwe baas vindt jou

Acht op de tien werkende Nederlanders en bijna zeven op de tien werkende Belgen hebben een profiel op LinkedIn. Hoe zorg je ervoor dat een toekomstige werkgever jou sneller vindt dan je concurrent?

Nederland telt ongeveer 8,3 miljoen mensen met betaald werk. Meer dan 7 miljoen van hen hebben een profiel op LinkedIn; ruim 80 %. In België ligt het percentage met rond de 65 % lager, maar ook hier geldt dat het aantal gebruikers van de sociaalnetwerksite blijft groeien. Nu het merendeel van je vakgenoten een profiel heeft op LinkedIn, hoe zorg je er dan voor dat werkgevers juist j^{ou} vinden? Jezelf in de kijker spelen op LinkedIn gaat volgens loopbaanprofessional Aaltje Vincent volgens een drietrapsraket: 'Een goed profiel, een goed netwerk en goede activiteit.' Hoe werkzoekenden dit kunnen aanpakken, beschreef Vincent in boeken als *Solliciteren via LinkedIn*, *Career management via LinkedIn* en *Jobmarketing 3.0*. Vincent: 'Wie nu nog geen LinkedIn-profiel heeft, wordt minder snel gevonden. En als je er op staat, kun je er maar beter goed op staan.' Want met heel Nederland op LinkedIn, moet je wel je best doen om jouw profiel bij je volgende werkgever onder de aandacht te krijgen.

Zoekwoorden

Het goede profiel is nodig om überhaupt gevonden te worden. Vincent: 'Corporate recruiters en recruiters van bureaus voor werving en selectie zoeken de hele dag op LinkedIn naar kandidaten die het beste passen bij de vacatures die zij moeten vervullen.' Volgens Vincent gebruiken zij via speciale betaalde accounts tot vierenveertig filters om op allerlei parameters snel profielen te screenen. Dat is het verdienmodel van LinkedIn. 'Recruiters betalen om goe-

de kandidaten snel te kunnen vinden. Andersom is het voor gebruikers dus zaak om als goede kandidaat snel naar voren te komen.'

Opvallen in screenings begint door de juiste zoekwoorden te gebruiken. Vincent: 'Recruiters scannen vaak eerst de regel 'huidige functie'. Daar moeten dus de functietitels staan die jouw vakmanschap beschrijven in termen die in jouw branche gebruikelijk zijn.' Volgens Vincent hoeft dat helemaal niet de functieomschrijving te zijn die jouw huidige werkgever hanteert. Ze adviseert ook de zoekwoorden te gebruiken die staan in vacatures die jij interessant vindt. 'En kijk naar profielen van vakgenoten die al doen wat jij wilt gaan doen. Je kunt wel heel creatief eigen originele bewoordingen kiezen, maar dat vergroot de kans dat je gevonden wordt niet. Kies gebruikelijke zoekwoorden en zorg dat die in je profiel een keer of acht voorkomen. Dat zet je hoger in de zoekresultaten.'

Voor een kleine groep mensen in zeer gewilde, vaak technische functies, is de kopregel ook de plek om aan te geven dat ze expliciet niet op zoek zijn naar ander werk. 'De meeste mensen worden zelden benaderd via LinkedIn, maar sommige mensen krijgen tien keer per dag een verzoek voor

'Competenties opsommen blijft te vaag'

een gesprekje met een recruiter', zegt Geraldine Sinnema, senior loopbaancoach bij 'Een Wereld van Verschil', die vanuit Wageningen hogeropgeleiden met loopbaanvragen begeleidt. 'Ook in bepaalde functies in de chemie en life sciences komt dat voor. Als je daar niet van gediend bent, kan dat erg storend zijn. Als dat zo is, kun je direct in de kopregel aangeven dat je niet op zoek bent. Dat biedt geen garantie dat bedrijven je niet meer benaderen, maar het zal wel minder worden.'

Naast de kopregel is ook een profielfoto cruciaal. Vincent: 'Oogcontact met een vriendelijke lach van een professioneel ogend persoon, geeft toekomstige werkgever en collega's nu eenmaal een betere indruk dan een vaag vakantiekielje. Wie daar al weg klikt, zal je verdere profiel niet meer zien.'

Meer dan competenties

Het profiel moet behalve uniek ook zo volledig mogelijk zijn. Vincent: 'Natuurlijk zorg je ervoor dat de nodige zoekwoorden erin staan, maar vermijd lange algemene beschrijvingen. Houd het kort, maak scan-



bare rijtjes met vooral je resultaten en zo veel mogelijk getallen. Jij bent nooit de enige die een bepaalde functie heeft vervuld, maar wel de enige die het op deze manier en met deze resultaten heeft gedaan. Daarin onderscheid jij jezelf van alle anderen. Dat moet je laten zien. Gebruik daarvoor alle onderdelen van het profiel. Dus ook projecten, patenten en publicaties. Alles wat van toepassing is, voeg je toe.' Volgens Sinnema maakt het vooral uit of de informatie in het profiel specifiek en concreet is. 'Competenties opsommen blijft te vaag. Vertel met voorbeelden en resultaten hoe jij de dingen doet.'

Een netwerk van goede kwaliteit helpt ook om te worden gevonden. Zo veel mogelijk connecties verzamelen is daarbij maar beperkt zinvol. Vincent: 'Het gaat om de kwaliteit van je netwerk. Zorg vooral dat je goed *connected* bent met vakgenoten. Dat zijn ook de mensen die de mensen die je zoeken zullen kennen. Mensen uit het netwerk van je netwerk komen hoger in zoekresultaten. Zorg daarnaast voor interessante connecties buiten je vak. Dat geeft de indruk van een breder blikveld. Daar kun

je gerust je zwager tussen zetten. Die link legt zo snel toch niemand.'

Sinnema tipt in dat verband ook het zoekvak dat de laatste tijd linksboven in het scherm te vinden is goed te benutten. 'Daarin kun je niet alleen zoeken op namen van personen, maar ook op functie-titels en termen voor bijvoorbeeld branches en vakgebieden, zelfs via slimme *boolean*-zoektermen. Zo ontdek je heel snel waar mensen met ongeveer dezelfde opleiding of werkervaring nu werken, welke mensen, bedrijven of instellingen voor jou wellicht interessant zijn en hoe collega's hun profiel hebben opgebouwd.'

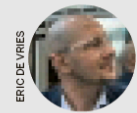
Actief zijn

De derde trap naar gevonden worden, is actief worden. Actieve gebruikers zijn beter zichtbaar op de LinkedIn-startpagina. Daardoor blijven actieve gebruikers bij anderen in hun netwerk meer *top of mind*. Vincent: 'Deel dus dingen die je interessant vindt op je eigen startpagina, maak en deel eigen content en geef commentaren op bijdragen van anderen. Maar blijf altijd positief. Niemand selecteert een zeurpief.' ●

In de volgende edities



- Een interview met René Medema, directeur van het Nederlands Kanker Instituut.



- Een interview met Evgeny Pidko, hoogleraar inorganic systems engineering aan de Technische Universiteit Delft.



- Met *nanopores* de diepte in, hoever kun je gaan met het sequencen van DNA?

Colofon

C2W is het onafhankelijke nieuwsorgaan van de KNCV, de Nederlandse beroepsvereniging voor mensen met een passie voor moleculen.

Mens & Molecule (MeMo) is het onafhankelijke nieuwsorgaan van de KVCV, de beroepsvereniging van alle Vlaamse chemici, ongeacht hun diploma. C2W en MeMo zijn inhoudelijk identiek.



Redactie: dr. Erwin Boutsma (hoofdredacteur), ir. Puck Moll (vak-/eindredacteur), ir. Arjen Dijkgraaf (vakredacteur), drs. Franny Scholte (eindredacteur), Ilse Naus MSc (vakredacteur), Femke Jaarsma (stagiair).

Vormgeving: Twin Media bv
Drukkerij: Veldhuis Media

Uitgever: Bèta Publishers bv, Roeland Dobbelaer
Advertentieverkoop: Bas van den Engel, 06-423 069 37,
bas@archermedia.nl



C2W verschijnt 12 keer per jaar en is online te lezen op www.c2w.nl. KNCV-leden ontvangen C2W gratis; de contributie bedraagt tussen de € 32 en € 122. De niet-KNCV-leden van de NVB ontvangen 10 edities. De niet-KNCV-leden van de NVBMB ontvangen 4 edities.

MeMo verschijnt 9 keer per jaar en is online te lezen op www.memo.be. KVCV-leden ontvangen MeMo gratis; de contributie bedraagt tussen de € 12 en € 55.

KNCV-ledenadministratie: Postbus 249, 2260 AE, Leidschendam, 070-337 87 97, ledenadministratie@kncv.nl. Het lidmaatschap van de KNCV en/of de secties kan schriftelijk worden opgezegd vóór 15 november van het lopende jaar. Hiervan krijgt u een bevestiging.

C2W-abonnement voor niet-KNCV-leden: Nederland en België: € 277,50; daarbuiten € 309.

MeMo-abonnementen voor niet-KVCV-leden en bedrijven: € 109,95 in België en Nederland; daarbuiten € 123,45.

Abonnementenadministratie: Mijntijdschrift.com, Abonneeservice, Artemisweg 101, 8239 DD Lelystad, Nederland, 088-226 66 33 (10 cent p.m.), c2w@mijntijdschrift.com, mensenmolecule@mijntijdschrift.com, www.mijntijdschrift.com

Meer informatie: www.c2w.nl/colofon en www.memo.be/colofon

Deze uitgave is gedrukt op FSC-papier.