Toe aan een carrièrestap? We

Vakantie wordt vaak benut om te reflecteren over hoe verder met het werk. Wordt het niet tijd voor een carrièrestap? Binnen of buiten het bedrijf.

Ton Olde Monnikhof
Amsterdam

Deze zomer is een goed moment om u te oriënteren op een carrièrestap, vinden ondernemers die zich professioneel bezighouden met loopbaanbegeleiding. De economie is weer op gang gekomen, dus trekken bedrijven weer mensen aan. Het is een kopersmarkt: wie aan verandering toe is en het spel slim speelt, kan het succes naar zijn eigen hand zetten.

Maar pas op voor valkuilen. Die zijn talrijk: niet alleen op de werkvloer, maar ook op het web, op LinkedIn of Facebook. Het is verleidelijk transparant te zijn — werkgevers zien niets liever — maar wie zich te veel in de kaart laat kijken, doet zijn eigen zaak geen goed. Hoe open kan iemand zijn over zijn plannen en ambities? Moet hij collega's en/of directe chef op de hoogte brengen? Wat is het juiste moment? Hoe moet hij zijn voornemen verwoorden?

Van belang is ook rekening te houden met de spelregels op de Nederlandse arbeidsmarkt. Het gebruik van sociale media en netwerken als carrière-instrumenten heeft de markt op zijn kop gezet. Werving- en selectiebureaus, alsmede headhunters voor het middle management, zijn in het digitale tijdperk hard op weg overbodig te worden.

Er is sprake van een overgangssituatie. Niet alle partijen kunnen of willen zich aanpassen aan het veranderde carrièrelandschap. Wie een andere baan op het oog heeft, doet er goed aan van tevoren uit te zoeken of zijn nieuwe werkgever bij de tijd is. Als dat niet zo is, dan loopt een werkgever wel het bedrijfsrisico niet de beste mensen uit de vijver te vissen, maar de werknemer loopt het persoonlijk risico dat de baan uit het zicht raakt omdat hij digitaal heeft gesolliciteerd en niet met een brief.

De norm in dit land is allang niet meer de handgeschreven sollicitatiebrief, vergezeld van een keurig getypt curriculum vitae. Inhoudelijk gezien kunnen beide nog zo indrukwekkend zijn, de kans is tegenwoordig aanzienlijk dat ze in een lade verdwijnen.

Wie de actuele mores op de arbeidsmarkt wil weten, kan op het web terecht. Adviezen te over, rijp en groen door elkaar. Bijvoorbeeld: draag bij een sollicitatie bij voorkeur een shirt van een bekend merk. Of: heeft het voor iemand die een leidinggevende functie ambieert, zin om te vermelden dat hij aanvoerder is van een voetbalelftal?

Er zijn ook handige zelfhulpsites voor wie vastbesloten is van functie of van baan te veranderen, maar toch nog even wil checken of hij alles goed heeft gedaan. Wie aarzelt kan voor persoonlijk advies terecht bij de loopbaanadviseur.

'Er zijn hardlopers, vastlopers, doorlopers en lopers in het zicht van de finish'

Doorgaans sturen bedrijven werknemers naar een bureau als zij disfunctioneren en in een outplacementtraject zijn geduwd. De rekening is dan uiteraard voor het bedrijf. Veel minder komt het voor dat ook goed functionerende werknemers naar een coach worden gestuurd, bijvoorbeeld omdat zij nog waardevoller voor de onderneming kunnen zijn dan ze al waren. Dat zijn meestal bedrijven die een budget hebben voor de ontwikkeling van werknemers en dat op waarde weten te schatten.

Feit is dat in toenemende mate werknemers voor eigen rekening naar een coach gaan. Daar bestaan inmiddels gereduceerde tarieven voor, maar € 1000 voor zo'n carrièrecheck is niet goedkoop.

'Wij krijgen hier mensen die iets anders willen of mensen die iets anders moeten', zegt Ger Vosseberg (64). Hij is psycholoog en senior loopbaanadviseur bij Van Ede & Partners in Amsterdam.

Hayke Bakker (56) is van huis uit recruiter en was als hr-directeur van PricewaterhouseCoopers verantwoordelijk voor het mondiale personeelsbeleid van de accountantsfirma. Als directeur van 2Aline Carriere Management noemt hij ook nog de categorie mensen die 'niet anders kunnen'. 'Want die hebben echt een probleem!'

Annejos Wafelbakker, directeur van InnerMove, noemt haar klanten 'slimme vrouwen en dappere mannen'. Ze is van huis uit organisatiepsycholoog en werkte als organisatieadviseur bij een groot bedrijf, dat haar afdeling opdoekte. Ze had de keuze: werken voor een 'chique bank' of met de vertrekpremie voor zichzelf beginnen. Het werd het laatste. Als coach deelt ze haar klanten in als: 'hardlopers, vastlopers, doorlopers en lopers met de finish in zicht'.

Esenzia in Haarlem wordt geleid door Gertrud de Witte, die als marketeer een burn-out kreeg. Nu begeleidt ze als ervaringsdeskundige haar klanten, die bijna zonder uitzondering hoger opgeleid zijn. Dat wil zeggen: hbo plus. In principe zouden ze zichzelf moeten kunnen redden. Wafelbakker: 'Je kunt het ook zelf, maar met een coach gaat het sneller, het is effectiever en misschien ook wel leuker.'

Andere observaties die ze delen zijn: voor carrièredoeleinden kun je inmiddels niet meer om LinkedIn heen, jobhoppen wordt door werkgevers niet meer op prijs gesteld en jokken over, sjoemelen met of het opleuken van de cv is

Wat te doen

- **Wees eerlijk over je arbeidsverleden. De waarheid komt meestal aan het licht.**
- **Wees niet bescheiden, laat chefs en collega's weten welke successen je boekt, formeel en informeel. Gebruik daarvoor ook LinkedIn en Twitter.**
- **Ken je eigen kwaliteiten, wees bewust van je eigen toegevoegde waarde en toets inzichten ook aan anderen dan directe collega's.**
- **Neem initiatief, afwachten leidt tot niets. Voor je auto is er de apkkeuring, investeer ook eens in een jaarlijkse loopbaancheck.**
- **Altijd bellen voorafgaand aan de sollicitatie, bij voorkeur met een lijnmanager. Een ontmoeting, zelfs al is het een elevatorpitch, is effectiever dan een cv.**
- **Google eens naar jezelf, probeer je zelfbeeld te matchen met het beeld dat anderen hebben.**
- **Positivo's zijn uit, wees authentiek en realistisch. En kies voor het goede moment.**
- **Wees regisseur over alles wat over jou in de openbaarheid komt. Wat op het wereldwijde web komt, geldt voor eeuwig.**
- **Wees duidelijk over je ambities en je plannen. Kom pas in actie als je vastbesloten bent.**
- **Praat bij voorkeur met een familielid of een vriend over je plannen, niet met een collega. Licht die pas in als alles in kannen en kruiken is.**
- **Consequent zijn helpt bij een functieverandering. Je hebt dan een verhaal dat anderen ook begrijpen.**

pagina 34, 16-07-2011 © Het Financieel Dagblad

et wat te doen!

Ontspanning aan een Zweeds meer. Vakantie blijft een moment om zich te oriënteren op een carrièrestap
Foto: HH

zeker uit den boze.

Vosseberg vindt dat mensen die van baan willen veranderen, vooral heel zorgvuldig moeten zijn met wat ze naar buiten brengen. 'Ongelukkige filmpjes die door YouTube een eigen leven gaan leiden, zijn fnuikend. Een helder profiel op LinkedIn kan echter wel bijdragen aan een goed beeld.'

Bakker hamert op transparantie. 'Eerst moet je ervoor zorgen dat je vindbaar bent: op Google, Twitter, sociale media. Iedereen wil weten wat iemand doet en gedaan heeft. Wees duidelijk over prestaties en ambities. Daarna komt het aan op accountability en reliability. In Nederlands: zeggen wat je doet en doen wat je zegt.'

Branchegenoot Wafelbakker vindt dat de kaarten zolang mogelijk tegen de borst moeten worden houden. 'Een collega in vertrouwen nemen is best mogelijk, maar de werkgever kan pas worden ingelicht als de sollicitatie rond is. Bij interne vacatures is het zaak direct duidelijk te maken je de aangewezen man of vrouw bent voor de job.'

Het is als reclame maken voor jezelf. Iedereen is een merk, vindt De Witte van Esenzia. 'Personal branding, daar gaat het om. Wees niet bescheiden over eigen prestaties. Profileren en overtuigen zijn sleutelwoorden.'

Neem zelf het initiatief is de mantra van alle loopbaancoaches. Wie niet bereid is te veranderen, loopt vast. Wafelbakker: 'Wacht niet met veranderen tot het te laat is. Blijf niet ergens hangen uit loyaliteit voor werkgever of collega's. Loyaliteit wordt niet beloond.'

Vosseberg vindt dat werknemers oog moeten hebben voor het uitgangspunt van werkgevers. 'Zij willen goed gekwalificeerde, gemotiveerde mensen. Dat zijn niet de sollicitanten die zeggen dat ze toe zijn aan een nieuwe uitdaging.

€1000
is een gangbaar tarief voor een carrièrecheck

Dat interesseert de werkgever namelijk niet.'

De werknemer doet er goed aan te wijzen op zijn meerwaarde voor een bedrijf. Het moment waarop hij dat doet, is niet onbelangrijk. Bakker: 'Kies een moment dat de werkgever daarvoor openstaat. Dat hoeft niet bij het functioneringsgesprek, maar bijvoorbeeld als de baas een paar dagen op vakantie gaat. Kan hij het laten bezinken. Of schiet hem aan bij een personeelsuitje of op het hockeyveld.'

Netwerken, daar gaat het bij carrièrestappen om. Door de sociale media zijn die netwerken een stuk toegankelijker geworden. LinkedIn heeft, zo zocht Wafelbakker uit, inmiddels in Nderland twee miljoen leden, dat is 27% van de werkende beroepsbevolking.

Netwerken is zo oud als de weg naar Rome. Bakker: 'Vroeger werd informatie over een baan gevraagd aan een goede vriend of kennis die al bij het bedrijf werkte. Dat soort contacten is nu transparanter.'

Een en ander heeft er niet toe geleid dat er nu besmuikt wordt gedaan als iemand een kruiwagen had, in de persoon van een goede vriend of familielid. Bakker: 'Dat klopt. We gaan naar Amerikaanse toestanden, de schaamte voorbij. Met calvinistische bescheidenheid kom je er niet meer. Ook goede wijn behoeft tegenwoordig een krans.'

Wat niet te doen

- **Personal Branding is geen kunstje. Overdreven 'buitenkantverhalen' worden afgestraft. Doe het op een wijze die bij de cultuur van de organisatie en bij jou past.**
- **Ga niet de concurrentie aan met collega's door ze neer te halen, de focus moet liggen op je eigen kwaliteit.**
- **Vluchten in een andere baan lost niets op.**
- **Impulsief gedrag als gevolg van woede, frustratie of verdriet is geen goede aanleiding om van baan te veranderen.**
- **Hoop op betere tijden is zinloos. Die komen niet.**
- **Reken niet op de loyaliteit van de werkgever, want die is er alleen als je van meerwaarde bent.**
- **Laat je niet weerhouden door loyaliteit voor je collega's om in actie te komen. Zij laten zich ook niet weerhouden als de gelegenheid zich voordoet.**
- **Wees niet te loslippig. Solliciteren doe je in het geniep. Communiceren pas als de boel is geregeld.**
- **Gebruik nooit teksten als: ik ben toe aan een nieuwe uitdaging. Daar koopt je werkgever niets voor.**
- **Jobhoppen is uit, dus pas je cv op LinkedIn, Hyves of Facebook aan. Sjoemel daarbij niet.**
- **Sta niet te lang stil bij je arbeidsverleden. Maak niet je vorige werkgever verantwoordelijk bij je potentiële nieuwe werkgever.**
- **Leg niet de nadruk op het feit dat je een inspirator bent. Dat wekt wantrouwen. Het gaat om concreet meetbare prestaties.**

pagina 35, 16-07-2011 © Het Financieel Dagblad