

Solliciteren is een kunst

(1) Bij KLM herinneren ze zich hem nog: de dronken sollicitant. Duidelijk aangeschoten zwaaide deze het kantoor binnen en vroeg: “Eh, over welke functie ging het ook alweer?” Of de sollicitant die zich meldde, terwijl hij mobiel aan het bellen was. Beleefd vroeg hij aan degene met wie hij een eerste gesprek zou voeren, of deze even kon wachten. De sollicitant nam vervolgens alle tijd om het telefoongesprek af te ronden.

(2) Sollicitanten kunnen enorm de mist in gaan. Nu zijn dit extreme situaties, maar ook gewoon solliciteren is hard werken, volgens Lodewijk de Waard van adviesbureau GITP. “Solliciteren is niet leuk”, zegt hij. “Zeker als je een open sollicitatie naar een bedrijf stuurt, moet je extra je best doen en je flink verdiepen in de organisatie.” Veel starters op de arbeidsmarkt verdiepen zich volgens De Waard te weinig in hun eerste werkgever. “Ze nemen snel de grote, bekende bedrijven. Pas als het solliciteren daar niet lukt, gaan ze nadenken over de vraag: wat wil ik echt?”

(3) Eén punt is meteen duidelijk: de tijd dat iemand na zijn opleiding een baan vindt door een kort overzicht van persoonlijke gegevens en een tweeregelig briefje naar een bedrijf te sturen, is voorbij. Werkgevers wensen een gefundeerde onderbouwing van de sollicitatie te lezen in een goede motivatiebrief. Ze willen voelen dat de sollicitant nergens anders wil werken dan bij hen. Wie een baan bij een van de favoriete werkgevers van Nederland wil, kan zich er dus niet met een jantje-van-leiden van afmaken.

(4) Onverschilligheid is hét element dat

werkgevers tegen de borst stuit. Laat zien dat je je hebt verdiept in het bedrijf waar je solliciteert. Laat in je brief proeven dat je juist bij óns wilt komen werken, zeggen de afdelingen Personeelszaken van de 25 populairste werkgevers desgevraagd.

(5) Zo vindt men het een absolute afknapper om in een cv¹ of brief een naam aan te treffen, waaruit gelijk duidelijk wordt dat er sprake is van een standaardbrief, die (tegelijkertijd?) aan vele werkgevers is gestuurd. Vergeten in je motivatie de naam te verwijderen van het bedrijf waar je eerder gesolliciteerd hebt, noemt verzekeringsconcern Interpolis een reden om iemand zeker niet uit te nodigen voor een kennismakingsgesprek.

(6) Het is niet verbazingwekkend dat ieder jaar dezelfde concerns de top-25 van favoriete werkgevers domineren. “Het zijn allemaal topbedrijven met een sterk imago”, schetst Jan Jacobs van bemiddelingsbureau FunctieMediair. “Bekend maakt bemind.” Neem Ahold, dat een paar jaar geleden erg negatief in de publiciteit kwam met het boekhoudschandaal. Dat schandaal veroorzaakte een jaar een verminderde populariteit bij sollicitanten, maar het concern kwam snel weer terug in de toptien.

(7) Jacobs vindt het jammer dat steeds dezelfde organisaties als favoriete werkgevers gelden. “Alsof daar iedere sollicitant terecht komt. Integendeel. Veel werkzoekenden komen terecht in de middelgrote en kleinere bedrijven.”

(8) “Mensen willen bij het winnende team werken”, zegt beroepskeuzeadviseur Lodewijk de Waard van GITP

noot 1 cv: curriculum vitae, overzicht van persoonlijke gegevens

85 over de aantrekkelijkheid van de 25 be-
drijven. “Dan heb je een verhaal op
verjaardagen. Maar het is er ook hard.
Niet iedereen krijgt doorgroeimogelijk-
heden en vaak geldt: niet goed ge-
90 noeg, dan kun je vertrekken.”
(9) Eén troost: om de echte toppers
wordt nog gevochten door werkgevers.
Voor hen zetten de bedrijven soms uit-
gebreide wervingsacties op touw om
95 de potentiële zwaargewichten aan te
trekken, voordat er kapers op de kust
verschijnen. Wie die zwaargewichten
precies zijn? Het is overdreven om te
zeggen dat werkgevers een verlang-
100 lijstje hebben, maar sollicitanten met
een economische, exacte of IT-oplei-
ding moeten zonder al te veel moeite
aan de bak kunnen komen.
(10) Alhoewel de echte schaarste op
105 de arbeidsmarkt voorbij is, hoeft er
door jongeren niet getreurd te worden
volgens De Waard. “Jongeren worden
een schaars goed en werkgevers moe-

ten leren leven met een markt waar
110 een gebrek is aan jonge werknemers.”
(11) Zo bespeurt adviesbureau KPMG
“schaarste aan jonge sollicitanten met
levenservaring, een uitgesproken per-
soonlijkheid, zelfbewustzijn, energie,
115 een extravert karakter en passie voor
het vak.” Ga er maar aan staan. En
zulke toppers mét levenservaring zoe-
ken de werkgevers vrijwel allemaal in
hun eigen vakgebied.
120 **(12)** De oplossing voor dit tekort zal
volgens Wilma Buis van Mercuri Urval
bestaan uit het zelf opleiden van men-
sen. “Alleen werven op de arbeids-
markt werkt niet meer. Je zult het als
125 bedrijf deels van eigen kweek moeten
hebben.” Daarnaast voorziet zij dat
werkgevers het niet langer goed vin-
den dat een sollicitant veel van baan
verandert. “Kies zorgvuldig en durf dan
130 te blijven. Solliciteren is meer dan rea-
geren op een functie; je gaat een ver-
bintenis aan voor langere tijd.”

*Naar een artikel van Leonoor Meijer,
de Volkskrant, 27 augustus 2005*