Bygg ditt personliga varumärke

Publicerad: 2011-05-17 07:50
Ändrad: 2011-05-17 07:50
Låt din drömarbetsgivare hitta dig genom att använda sociala medier på ett skickligt sätt. Och var den första. Det imponerar och visar att du hänger med. Mediababen Jacqueline Kothbauer berättar hur enkelt det är.

Allt handlar om paketering och att tänka på ett radikalt nytt sätt. Det gäller allt från ditt CV, platsannonser, rekryteringsprocesser och hur du närmar dig din framtida arbetsgivare. Facebook, LinkedIn, Twitter, bloggar och kommentarer till artiklar är alla kanaler för att presentera dig och bygga din profil.

- Kommunicera dina starka sidor. Du kanske har ett CV som talar för sig själv, modernisera det i så fall. Använd länkar. Länka till institutionen vid det lärosäte du gick på, och om din utbildning inte finns kvar beskriv då något motsvarande ”Idag hade jag gått …”, ett elegant sätt att kännas modern, berättar Jacqueline Kothbauer.

ATT VARA FÖRST

Jacqueline Kothbauer menar att det finns ett signalvärde i att vara först. Fortfarande är det få som använder media och speciellt de sociala medierna för att profilera sig själva. Hon vet det av egen erfarenhet men också genom intervjuer av mediababes som Isabella Löwengrip, Birgitta Olsson och Blossom Tainton. I boken”Mediababe – framgång med hjälp av media” delar hon generöst med sig deras och hennes egna konkreta tips.

Idag lever Jacqueline Kothbauer på att föreläsa om varumärkesbyggande med hjälp av medier och om employment branding. Hon skriver också på en uppföljare till boken och tar konsultuppdrag.

BLI "SÄRSKILT INTRESSANT"

Jacqueline Kothbauer **är** en mediababe, men för dig som inte är hemtam i dessa sammanhang och som vill byta jobb måste grunden läggas. Hur gör man för att hamna i högen ”särskilt intressant” hos drömarbetsgivaren?

- Det handlar om matchning; du ska vara svaret på frågan ”Vem är det vi söker?”. Det handlar om att göra research om företaget så att du kan väva in det. Det handlar om företagskulturen; visa att du är en i laget som lätt smälter in. Det handlar om att sticka ut; gör en enkel video vid din dator och lägg ut den på Youtube som du sedan länkar till i ditt CV.

SNART ÄR ALLA HÄR

Jacqueline menar att det inte finns ett val att vara på Facebook och LinkedIn eller inte. Alla är eller kommer att vara här, även rekryterarna och HR-avdelningarna. I genomsnitt spenderar vi (över fyra miljoner svenskar är med i Facebook) 23 minuter om dagen på Facebook.

Att synas på rätt sätt här är som att stå i ett skyltfönster och du visar att du hänger med i teknikutvecklingen. Det handlar om din trovärdighet.

- Statusuppdatera ofta. Helst ett inlägg om dagen. Att vårda sin profil på Facebook och LinkedIn är ett hygienkrav. De är de nya arbetsförmedlingarna. Sedan är det helt okej att vara privat på Fejan, men ha ett offentligt CV som alla kan se. Och glöm inte foton. 70 procent av tiden på Facebook tittar folk på foton och profiler.

REKRYTERA VIA KONTAKTER

Det ligger något i vad Jacqueline Kothbauer säger. Rekrytering via platsannonser blir allt ovanligare. SCB:s bakgrundsfakta till arbetsmarknadsstatistiken visar att 7 av 10 externrekryteringar sker via ”vänner och bekanta”, arbetsgivaren kontaktade” eller ”arbetssökanden kontaktade”. Bara därför är det bra att synas i sociala medier.

Rekrytering av en ny medarbetare är ofta en dyr och riskfylld historia för arbetsgivaren. Finns det nya vägar att gå testar man dem. Ett konsultbolag med stor genomströmning av medarbetare annonserar numera på Facebook och LinkedIn och deras kostnader för rekryteringar har sjunkit till en tiondel.

ATT BLOGGA ELLER INTE BLOGGA

För att lyckas ska man vara social on-line: hänvisa till andra, kommentera, vara en resurs och tipsa. De som inte tycker att skriva är deras grej kanske tvekar inför att vara aktiva i sociala medier. Blogga till exempel, kan kännas långt ifrån naturligt. Det är synd, men det finns faktiskt andra sätt.

- Du blir synlig och mer levande om du är aktiv. Ett alternativ till att blogga kan vara Twitter, att skicka ett sms på 160 tecken, som automatiskt läggs upp på Facebook och LinkedIn. Du ska hursomhelst alltid knyta ihop dina kanaler. Du kan också kommentera artiklar och dela dina kommentarer på Twitter. Då behöver du inte hitta på något själv. Allt det här bygger din profil och det är precis vad det handlar om.

DE HITTAR DIG

Det finns smarta sätt att bli synlig för din drömarbetsgivare så att de kan hitta dig när de söker efter en ny medarbetare med din profil. Börja med att leta upp de bolag du är intresserad av och bli en av deras följare på Twitter. Gå med i grupper där de finns och var aktiv där. Det här tar inte lång tid, se det som en investering för framtida yrkesval.

Utnyttja också ditt nätverk. Kanske känner du någon som arbetar i företaget eller känner någon som känner någon. Sök upp dem och fråga om verksamheten. Fråga om de de vill vara referenser (och samtidigt arbeta på bolagen du följer), bättre kan det inte bli.

- Om du blir rekommenderad av en medarbetare på företaget ger det trygghet. Det är lite som att dejta. Om min vän gillar dig, gör jag kanske det också.

BLI KÄND I DE RÄTTA KRETSARNA

Tänk långsiktigt och sätt mål för din närvaro på nätet ”Om två år ska jag ha bytt jobb”. Du kanske redan nu vet var du skulle vilja jobba och med vad. Då gäller det att komma i kontakt med drömarbetsgivaren så att ni får en relation - för då behöver de inte ens starta en rekryteringsprocess. Det finns sätt att ta reda på din framtida chefs mediekonsumtion.

- Googla hans eller hennes namn eller sök på www.pipl.com. Det är en sökmotor som snyggt ställer upp all information om den person du skrivit in. Ta reda på vilka branschtidskrifter/-förbund/-organisationer han eller hon läser eller är med i. Kommentera artiklar där och följ deras Twitter.

Bevaka journalisterna och tipsa dem om nya vinklar. Det gör att du syns, kanske undrar de vem du är och börjar läsa din blogg. Det här är det få som gör.

- Om du ser att chefen är med i en grupp, gå med där och kommentera när han eller hon skrivit något. Se till att bli upptäckt. Ännu bättre är om du kan gå med i samma intressegrupp till exempel för båt- eller golfklubben. Be there, be square.

Kom ihåg att du är samma människa med samma drömmar. Det är bara paketeringen som blivit läckrare och du som blivit lättare att hitta.

Av: Helena Thorén, helena.thoren@ingenjorsamfundet.se
Ansvarig utgivare: Terje Andersson, terje.andersson@ingenjorsamfundet.se