

## Inhoudsopgave

Inleiding.....	1
Solliciteren is verkopen .....	1
Kwaliteiten.....	1
Tot slot .....	2
Solliciteren = Verkopen vormt de basis voor al jouw sollicitatieactiviteiten.....	3

## Inleiding

Een goed begin is het halve werk en dit geldt ook voor sollicitaties. Of je nu gericht op een advertentie schrijft, aan een werkgever kenbaar maakt dat je een andere functie zoekt of een baan hoopt te vinden via een uitzendbureau/werving- en selectiebureau, in alle gevallen is het slagen van je sollicitatie voor een groot deel afhankelijk van jouw voorbereiding en presentatie.

Pas door een gedegen voorbereiding en een goede presentatie ben je in staat een werkgever te overtuigen van het feit dat je de geschikte man of vrouw bent voor het bedrijf. Solliciteren is dan ook niets meer of minder dan het presenteren van jezelf, waarbij je die kennis en (werk)ervaring benadrukt, die voor het uitoefenen van de nieuwe baan van belang zijn.

## Solliciteren is verkopen

Het uitgangspunt van solliciteren is dat je jezelf 'verkoop'. Denk nou niet dat je jezelf op de borst moet kloppen, dat je jezelf beter moet voordoen dan je bent of moet proberen gebakken lucht te verkopen, want daar trapt geen enkele recruiter in. Wat je doet is vertellen wat jouw sterke kanten zijn voor de functie en wat jouw motivatie is om uitgerekend bij dat bedrijf te willen werken.

### Stap 1: Product kennen: Ken je aanbod!

Als je solliciteert, moet je eigenlijk hetzelfde doen als een goede verkoper. Een goede verkoper kent op de eerste plaats zijn producten, weet wat hij in huis heeft, wat de sterke kanten zijn van het ene product ten opzichte van het andere en weet in welke situatie welk product het beste past. Als sollicitant zul je dus op de eerste plaats moeten weten wat je allemaal in huis hebt; wat zijn jouw sterke en zwakke kanten, kortom; wat je te bieden hebt, wat jouw kwaliteiten zijn. Daarnaast moet je weten waar je wilt werken, welke omgeving en welke werkzaamheden bij je passen, wat je belangrijk vindt in jouw werk en waar je waarde aan hecht.

### Kwaliteiten

De sterke kanten worden ook wel kwaliteiten genoemd. Een kwaliteit is iets dat je **kunt** (vaardigheden), iets dat je **kent** (kennis) en iets dat je **bent** (persoonlijke eigenschappen).

- *Persoonlijke eigenschappen* kunnen 'aangeboren' zijn. Van nature werk je precies en nauwkeurig of van nature kun je goed met mensen omgaan. Deze kwaliteiten kun je prima inzetten in sollicitatiegesprekken. Ook al ben je ermee geboren en kost het je geen moeite om ze in te zetten, het blijven kwaliteiten die van belang kunnen zijn in de uitoefening van jouw werk. Het zijn waardevolle kwaliteiten om te benoemen.
- Met *vaardigheden* worden veelal vaardigheden bedoeld die je je eigen hebt gemaakt door ervaring. Dit kan zijn door werkervaring (goed met excel leren werken), door vrijwilligerswerk (voorzitten van vergadering), door vaardigheden tijdens studie geleerd (presenteren) of andere praktijkervaring, zoals het op kleine schaal verkopen van 2<sup>e</sup> hands auto's of het

verzorgen van een ouder (organiseren, commerciële vaardigheden, verzorgen en plannen). Ook vaardigheden kunnen aangeboren zijn, denk maar aan sociale en contactuele vaardigheden. Vaardigheden hoeven dus niet alleen door betaalde werkervaring aangeleerd te zijn. Het gaat erom dat je over bepaalde gewenste vaardigheden beschikt en dat aan kunt tonen.

- Kwaliteiten op het gebied van *kennis* heb je veelal opgedaan op school, tijdens jouw studie(s), bijscholingen, etc. Maar kennis kun je je ook in de praktijk hebben eigen gemaakt (kennis van software).

Vind je het lastig om je eigen kwaliteiten te benoemen dan vind je op de website van career services diverse zelfanalyse oefeningen die meer zicht kunnen geven op wie jij bent, wat je wilt en wat je kunt ([www.eur.nl/careerservices](http://www.eur.nl/careerservices)). Met behulp van de loopbaanadviseur van de Erasmus Universiteit Rotterdam kun je op systematische wijze jouw kwaliteiten in kaart brengen.

### **Stap 2: Vraag kennen: Wat zoekt het bedrijf?**

Terug naar de verkoper, met zijn productkennis, maar productkennis alleen is niet genoeg om een goede verkoper te zijn. Want welk product moet hij aan welke klant verkopen? De verkoper zal zich op de tweede plaats moeten verdiepen in de klant om er achter te komen wat de klant zoekt. Dit doet hij door vragen te stellen. Pas als de verkoper een goed beeld heeft van wat de klant zoekt, zal hij gericht zijn verkoopverhaal doen. De verkoper zal de klant dus niet zijn gehele assortiment voorschotelen. Nee, hij presenteert alleen die producten die benaderen waarnaar de klant op zoek is. Dit vergroot de kans dat de klant echt iets van zijn gading vindt en dat de verkoper daadwerkelijk zijn product verkoopt.

Met solliciteren is dat niet anders. Op de eerste plaats weet je wat je in huis hebt en wat je te bieden hebt (productkennis). Op de tweede plaats verdiep je je in de klant (in de werkgever, in het bedrijf). Wat zoekt het bedrijf precies, wat vindt het bedrijf belangrijk. Een personeelsadvertentie biedt enig inzicht in wat het bedrijf zoekt, maar is alleen al door de beperkte ruimte nooit volledig. Telefoneren is dan ook een 'must' als je gaat solliciteren. In deze fase zijn het maken van een vacatureanalyse en telefoonscript handige hulpmiddelen.

In het telefoongesprek ga je in op wat de werkgever nu precies zoekt (ter voorbereiding hierop vraag je informatie aan over het bedrijf en kijk je op internet wat er over het bedrijf te vinden is). Pas als je helder hebt wat de werkgever zoekt, kun je beoordelen of je voldoende te bieden hebt en of het je nog steeds aantrekkelijk lijkt om bij dat het bedrijf te werken, kortom; beslis je of het zinvol voor je is om te solliciteren. Als dit allemaal positief is, pas dan kun je een sollicitatiebrief schrijven.

### **Stap 3: Sollicitatiebrief: Breng vraag en aanbod bij elkaar.**

De brief die je dan schrijft noemen we een gerichte sollicitatiebrief, gericht op deze vacature en dit bedrijf. De kunst van het solliciteren is om in je brief naadloos aan te sluiten bij de wensen van de werkgever. Vermoei de lezer dus niet met informatie waar hij niet om vraagt. Geef gericht antwoord op wat de werkgever vraagt (dus niet je volledige loopbaan in de brief aanhalen, maar slechts die ervaringen waarin de werkgever geïnteresseerd zal zijn), net zoals je als klant ook graag antwoord krijgt op jouw vragen en geen genoegen neemt met een standaard verkoopverhaal en evenmin geïnteresseerd bent in details over het product waar je niet om vraagt. Het moge duidelijk zijn dat standaard sollicitatiebrieven of sollicitatiemailings om bovenstaande redenen niet gewaardeerd worden en ook niet succesvol zijn.

### **Tot slot**

Solliciteren = Verkopen is niet alleen van toepassing als het gaat om het solliciteren naar aanleiding van een advertentie. Je past het ook toe bij open solliciteren, als je gaat netwerken, bij het opstellen van een CV (een standaard CV werkt dus ook niet) en ter voorbereiding op een sollicitatiegesprek

en/of een psychologische test/assessment centre.

Solliciteren = Verkopen vormt de basis voor al jouw sollicitatieactiviteiten.