

Whitepaper

# De weg naar jouw droombaan

Hoe personal branding jou op de juiste weg naar jouw dreambaan helpt.

Door Laura Kuiper



**Laura Kuiper**  
student communicatie

# 1 Inleiding

En daar zit je dan, met je mooie diploma, achter het bureau. Druk aan het solliciteren, maar het lukt je maar niet om jouw droombaan te bemachtigen. Wees niet bang, jij bent niet de enige die dit meemaakt. En het ligt, waarschijnlijk, ook niet aan jou als persoon. Een Feit is dat het aantal vacatures voor communicatie- en marketingcommunicatiespecialisten het afgelopen jaar flink gedaald is. Communicatie online concludeerde uit onderzoek dat het aantal vacatures voor communicatiespecialisten met achtentwintig procent gedaald en het aantal voor marketingcommunicatie specialisten zelfs met achtenveertig procent (Hell, 2012).

Om nog maar eens te benadrukken dat je niet alleen bent in deze situatie, in augustus van dit jaar stond het werkloosheidspercentage voor mensen tussen de vijftien en vijfentwintig jaar op elf komma zes procent (Statline, 2012).

Natuurlijk was jij er allang achter dat het solliciteren niet gemakkelijk is. Heb je eindelijk een leuke vacature gevonden, vragen ze vijf jaar ervaring. Dat heb jij helaas nog niet. Bedrijven zoeken tegenwoordig jonge mensen met minimaal vijf jaar ervaring, onrealistisch maar zo is het helaas. Natuurlijk laat jij je hier niet door tegenhouden en stuur je alsnog jouw brief en cv op. Een tijdje later krijg je antwoord, je wordt niet uitgenodigd op gesprek. Er waren meer dan honderdvijftig andere kandidaten en daar zaten helaas een aantal tussen die iets meer werkervaring hebben en dus uitgenodigd zijn voor een eerste gesprek.

En dat is de zoveelste afwijzing. Wat doe jij verkeerd? Wat moet je doen om op te vallen tussen alle andere sollicitanten, zodat je wel uitgenodigd wordt en jouw

droombaan kunt bemachtigen. Het antwoord op al deze vragen is Personal Branding. Met personal branding kan je opvallen zonder jezelf te verliezen.

# 2 Personal branding

Personal Branding om op te vallen tussen alle sollicitanten. Klinkt goed. Maar wat is het precies? Er zijn ontzettend veel definities te vinden, persoonlijk vind ik de onderstaande de beste.

“Personal branding is het jezelf als merk presenteren aan anderen, waarbij je positieve beelden en associaties oproept. Je gebruikt je persoonlijkheid, kennis en ervaring om je te onderscheiden van anderen. Je laat je werkgever en je klanten zien wie je bent en waar je voor staat (Ligtvoet, 2012).”

Personal branding is in principe bekijken wie jij bent en hoe jij jezelf het beste in de markt kan zetten. De bovenstaande definitie is meer gericht op mensen die al een baan hebben, maar dit kan makkelijk aangepast worden. Verander de laatste zin naar, “Je laat je potentiële werkgever zien wie je bent en waar je voor staat”.

Goed, we weten wat het betekent maar hoe moet je het gebruiken? Er zijn een aantal stappen die gevolgd moeten worden. Het begint ermee dat je jezelf moet leren kennen, wie ben jij? Als je dit weet kun je jouw merk vaststellen. Daarna ga je aan de slag met de middelen die je wilt gebruiken om het merk naar buiten te brengen. Deze stappen worden hieronder uitgebreider uitgelegd.

# 3

## Begin bij jezelf

Het belangrijkste bij personal branding is dat je goed weet wie jij bent. Niet alleen wat je graag doet, maar ook hoe je bent. Hoe zit je in elkaar als persoon? Wat kun je goed, wat kun je minder goed? Het is niet dat je een andere rol moet gaan spelen, absoluut niet. Het gaat erom dat je goed kijkt naar wie jij bent en wat jij wilt dat de wereld van jou ziet. Wat maakt jou anders dan andere mensen? Hieronder vind je een aantal vragen die je aan jezelf kunt stellen:

- Wie ben ik?
  - ✓ Wat is belangrijk voor mij?
  - ✓ Welke normen en waarden zijn belangrijk voor mij?
  - ✓ Wat beschrijft mij als persoon?
- Waar ben ik goed in? wat vind ik leuk om te doen?
- Wat zijn mijn sterke en zwakke punten?
- Wat is mijn ultieme doel, op het gebied van een carrière? Wat is mijn droombaan?
- Hoe zien andere mensen mij? Hoe beschrijven zij mij als persoon.

Deze vragen zijn niet altijd makkelijk te beantwoorden, maar zijn wel erg belangrijk. Het geeft een inzicht in jouw eigen merk. Mocht je de vragen niet goed kunnen beantwoorden, dan zijn er natuurlijk een heleboel testen die kunnen helpen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de persoonlijkheidstest van Jung en een competentietest om jouw sterke punten te ontdekken. Naast een test zijn er ook oefeningen die goed kunnen helpen bij het ontdekken wie jij bent. Eén daarvan is een week lang opschrijven wat je doet, en aangeven of jij dit leuk vond en wat er goed en slecht ging. Het bekende gezegde binnen de communicatie is: "binnen beginnen is buiten winnen", deze uitspraak komt ook bij personal branding zeker van pas. In

feite maak je bij deze stap een soort 'Me Map'. Een kaart met alles wat op jou van toepassing is (Honaman, 2008).

### Peerz

Een hele handige website bij Personal Branding is peerz.nl. Op de website begin je met een self review, vervolgens ga je mensen uitnodigen om jou te beschrijven. Aan het einde ben je erachter wat jouw sterke punten zijn. Als je weet wie jij bent en wat je wilt, ben je in feite al bij de essentie van je eigen merk (Peerz, 2012).

*"Knowing others is intelligence;  
knowing yourself is true wisdom.  
Mastering others is strength;  
mastering yourself is true power."*

- Tao Te Ching

# 4

## Jouw merk

Je weet wie je bent? Dan is het nu tijd om jouw merk vast te stellen. Een handige methode hiervoor is de ABC methode (apart, betrouwbaar en congruent)(Ligtvoet, 2012).

Om op te vallen is het van belang om *apart* te zijn, om niet met dingen te komen die werkgevers al veel vaker hebben gezien. Gebruik niet kwaliteiten waarvan jij denkt dat een bedrijf ze wil zien, gebruik jouw eigen kwaliteiten want deze onderscheiden jou veel meer van de andere kandidaten.

Het is wel van belang dat je dicht bij jezelf blijft. Zoek die unieke en constante factor die jou onderscheidt maar ook *betrouwbaar* maakt. Gebruik je eigenschappen om te laten zien dat je kennis in huis hebt en een werkethiek

kortom, dat je iemand bent waar bedrijven op kunnen bouwen.

Last but not least, *congruentie*. Zorg dat alles wat je doet, om je personal brand in de markt te zetten, ook bij je merk past. Als jij zegt dat je erg creatief bent, kom dan niet aan met een standaard CV. Als je zegt veel kennis te hebben van social media, zorg dan dat deze ook up to date zijn en je ze goed gebruikt. Alles moet in het plaatje van jouw merk passen.

Handig om te doen, bij het vaststellen van jouw merk, is het opstellen van jouw missie en visie. Deze geven goed weer wat jij wilt in het leven en hoe je dat wilt bereiken. Het zijn als het ware de starters van jouw merk.

## 5 De markt

Nu heb je je merk vastgesteld, hoe ga je het in de markt zetten?

Het is natuurlijk belangrijk om jouw merk herkenbaar te maken. Een van de dingen die hierbij kan helpen is het ontwerpen van een logo. Deze kan je op alle platformen die je wilt gebruiken plaatsen, zodat ze een congruente uitstraling krijgen.

Vervolgens ga je aan de slag met de Personal Branding Toolkit (Schawbel, 2009). Dit is een set van middelen die essentieel zijn voor een eigen merk.

### **CV**

Waarschijnlijk heb jij er al één, maar past deze nog bij je merk en logo? Zorg ervoor dat je CV helemaal up-to-date is en jouw merk goed uitdraagt. Bedenk wel dat sommige bedrijven gewoon een lijstje met feiten willen, waar andere een creatief CV waarderen. Zoek dit van tevoren goed uit.

### **Visite kaartje**

Niet iedereen is het eens over het nut van een visitekaartje, het is dan ook aan jezelf of je het bij jouw merk vindt passen om er één te ontwerpen.

### **Portfolio**

Voor sommige banen is het erg belangrijk om een portfolio bij te houden. Ben je schrijver? Stel dan een portfolio op van stukken die jij eerder geschreven hebt. Ben je designer? Dan is een portfolio noodzakelijk, verzamel al je mooie designs in een portfolio. Een portfolio kan je ook makkelijk online zetten, bijvoorbeeld op een eigen website of speciale portfolio website, zodat het nog toegankelijker is voor toekomstige werkgevers.

### **Social media**

Indien het bij je merk past kan het handig zijn om profielen op social media aan te maken. LinkedIn is vooral erg nuttig voor het banennetwerk. Ook Twitter en Facebook kunnen nuttig zijn. Let wel op met wat je op deze sites plaatst. Een profielfoto van jou met een glaasje teveel op, geeft niet een goede indruk. Houd deze sites goed up-to-date zodat mensen kunnen zien dat je er actief mee bezig bent.

Is jouw toolkit klaar? Dan kun je aan de slag gaan. Zoek naar vacatures die jou aanspreken en sla je slag. Denk er wel aan, ook in je sollicitatiebrief moet je merk goed herkenbaar zijn. Pas het echter wel aan het bedrijf aan. Solliciteer je bij een bedrijf met een professionele cultuur, dan is het handig om de tone of voice van je brief hier goed op aan te passen. Kortom, blijf jezelf maar pas je wel aan de cultuur van het bedrijf aan.

# 6

## Trends

Uiteraard zijn er een aantal media waar recruiters veel naar geschikte kandidaten zoeken. Een aantal trends zijn erg goed zichtbaar.

### LinkedIn

LinkedIn is een erg belangrijk medium voor zowel recruiters als sollicitanten. Wanneer jij solliciteert op een vacature wordt er vaak eerst gezocht naar je LinkedIn profiel. Maar het gaat nog verder, soms zetten bedrijven niet eens een vacature online, maar zoeken ze zelf op LinkedIn naar een geschikte kandidaat. Dit scheelt ze een hoop tijd wat normaal besteed wordt aan het lezen van alle sollicitaties. LinkedIn gebruiken als werving en selectie tool is een trend die al vanaf 2008 aanwezig is maar nog steeds veelgebruikt is (Selles, 2008).

### Pinterest

Pinterest is niet alleen populair om foto's te pinnen, tegenwoordig is het een trend om ook je CV te visualiseren op Pinterest. Het is dus geen vervanging voor een 'traditioneel' CV, maar een aanvulling daarop. Ook hierbij moet je er wel opletten dat het bij jouw merk past. (Catsman, 2012).

Uiteraard zijn er nog een heleboel andere manieren om jouw merk naar buiten te brengen, maar over bovenstaande trends wordt op het moment het meest gesproken.

# 7

## Succes case

In het geval van personal branding zijn er een hoop mensen waar we een voorbeeld aan kunnen nemen. Denk hierbij aan Usain Bolt, Donald Trump of Obama. Hier is erg veel over te vinden. De case die ik hier ga bespreken is

echter eentje van een afgestudeerde student communicatie.

Haar naam is Barbara. En zoals ze zelf zegt een communicatieadviseur met een vlotte pen en gespecialiseerd in sociale en interactieve media(Kuiper,2012).

Nadat Barbara was afgestudeerd is ze hard aan de slag gegaan met haar merk. Ze wist dat ze graag wilde schrijven, en vooral creatief bezig zijn op het gebied van communicatie. Ze heeft goed op een rijtje gezet wat ze kan, wat ze wil en hoe ze zichzelf als merk ziet. Toen ze dit heeft gedaan is ze begonnen aan haar personal branding toolkit.

Het begon allemaal met haar logo, vervolgens kwam daar ook nog een website bij(Kuiper, 2012). LinkedIn, Twitter en Facebook had ze al maar is ze anders gaan gebruiken.



Figuur 1 logo Barbara Kuiper

Op haar website schreef ze blogs en deze promoveerde ze weer via de social media. En alsof dit nog niet genoeg was werd ze ook nog geselecteerd als columnist voor Monsterboard. Zes weken lang mocht ze elke week een column schrijven over de zoektocht naar een baan (Kuiper, 2011).

Al deze moeite bleef niet onopgemerkt. Na twee en een halve maand hard werken is het haar gelukt om een baan te bemachtigen. Ze werd communicatiemedewerker bij Eskes Media. Helaas kon ze hier niet lang werken, de financiële crisis zorgde ervoor dat het bedrijf haar niet meer kon

aanhouden. Na twee maanden bij Eskes Media gewerkt te hebben moest Barbara weer op zoek naar een nieuwe baan. Echter is er geen afbreuk aan haar merk gedaan. Barbara heeft ervoor kunnen zorgen dat haar werkgever een recommendation op LinkedIn heeft gezet, om haar merk juist te versterken.

Na een tijd rust, om te bedenken wat de volgende stap moest zijn, is Barbara weer aan de slag gegaan met haar merk. Ze ging weer meer schrijven voor haar blog, paste haar CV aan en zorgde ervoor dat haar personal brand weer helemaal up to date was.

Deze moeite bleef niet onopgemerkt. De oprichter van Amacoo heeft haar via LinkedIn, en vervolgens haar website, gevonden. Haar schrijfstijl sprak hem erg aan en dus heeft hij contact opgenomen. Barbara had weer een baan. Ditmaal als commercieel medewerker binnendienst. Barbara met veel plezier gewerkt.

Na zeven maanden was deze baan helaas ook weer afgelopen. Het bedrijf wordt overgenomen door een externe partij.

Op het moment is Barbara weer druk bezig met het promoten van haar merk. Ze is druk aan de slag gegaan met alle netwerken waarop haar merk vertegenwoordigd is, om deze weer up to date te krijgen. Vooral op LinkedIn probeert ze actief te zijn, en goed mee te doen aan de discussies. Dit zorgt er voor dat ze goed opvalt op dit enorme netwerk. Daarnaast is ze weer druk bezig met het schrijven van blogs voor haar website en opvallen tussen alle andere sollicitanten.

Barbara is haar merk weer opnieuw aan het ontdekken. Ze wil het nog persoonlijker in de markt zetten, echt laten zien wie zij nou is. Dit laat ze zien door een CV op Pinterest te creëren maar ook door haar blog persoonlijker te

schrijven. Ze wil niet alleen maar berichten over haar vakgebied schrijven maar recensies over boeken die ze leest en blogs over recepten die zij uitprobeert.

Hierdoor probeert ze meer op te vallen tussen alle sollicitanten. Apart zijn, maar toch jezelf.

## 8 Conclusie

De moraal van dit verhaal? Blijf jezelf. Kom erachter wat bij je past en wat jij wilt. Hieronder in het kort nog even de stappen die je hierbij kunnen helpen:

1. Ontdek wie je bent, wat je wilt.
2. Stel je merk vast.
3. Werk aan je personal branding toolkit.
4. Laat je merk aan de wereld zien.
5. Solliciteer naar jouw droombaan!

*"Nothing is impossible, the word says I'm Possible"*

- Audrey Hepburn

### Bronnen

Catsman, W. (2012, augustus 30). *Een pinterest cv in 5 stappen met 5 tips*. Opgeroepen op november 2, 2012, van Frankwatching: <http://www.frankwatching.com/archieve/2012/08/30/een-pinterest-cv-in-5-stappen-met-5-tips/>

Hell, L. (2012, Juni 25). *Forse daling communicatie en marcom vacatures, vraag naar marketeers daalt amper*. Opgeroepen op Oktober 24, 2012, van Communicatie Online: <http://www.communicatieonline.nl/ni>

- euws/bericht/forse-daling-communicatie-en-marcom-vacatures-vraag-naar-marketeers-daalt-a/
- Honaman, J. (2008). The "Your name here" Brand. In J. Honaman, *Make it Happen! Live out your personal brand* (pp. 1-6). Bloomington: iUniverse.
- Kuiper, B. (2011). *Monster Column Barbara Kuiper*. Opgeroepen op november 5, 2012, van Scribd: <http://www.scribd.com/doc/62971103/Monster-Column-Barbara-Kuiper>
- Kuiper, B. (2012, november 5). *Barbara Kuiper*. Opgeroepen op november 5, 2012, van LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/barbarakuiper>
- Kuiper, B. (2012). *Curriculum Vitae*. Opgeroepen op november 6, 2012, van Barbarakuiper: <http://barbarakuiper.nl/cv.php#>
- Kuiper, B. (2012). *Home*. Opgeroepen op november 5, 2012, van [barbarakuiper.nl](http://barbarakuiper.nl): [www.barbarakuiper.nl](http://www.barbarakuiper.nl)
- Ligtvoet, A. (2012). *Personal Branding*. Opgeroepen op oktober 24, 2012, van Carrière tijger: <http://www.carrieretijger.nl/carriere/zelfmarketing/personal-branding>
- Ligtvoet, A. (2012). *Personal Branding*. Opgeroepen op november 6, 2012, van Carrière tijger: <http://www.carrieretijger.nl/carriere/zelfmarketing/personal-branding>
- Peerz. (2012). *Peerz*. Opgeroepen op november 2, 2012, van Peerz.net: <https://peerz.net/>
- Schawbel, D. (2009, februari 5). *Personal Branding 101: How to Discover and Create Your Brand*. Opgeroepen op november 6, 2012, van Mashable: <http://mashable.com/2009/02/05/personal-branding-101/>
- Selles, P. (2008, juni 23). *Werven via social communities*. Opgeroepen op november 6, 2012, van Frankwatching: <http://www.frankwatching.com/archiv/2008/06/23/werven-via-social-communities/>
- Statline, C. (2012, oktober 18). *Werkloze en werkzame beroepsbevolking per maand*. Opgeroepen op oktober 25, 2012, van CBS Statline: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80479NED&D1=10,13&D2=1&D3=a&D4=91-102,117-124&HDR=T&STB=G1,G2,G3&VW=T>