

INHOUDSOPGAVE

Inleiding	13
1 De 50/50-methode	17
1.1 Niet langer het braafste meisje van de klas	17
1.2 Je persoonlijk plan trekken	22
DEEL 1 EEN GOED BEGIN	27
<i>Goed beginnen begint al ver voor je eerste werkdag. Dat doe je door de juiste baan en de juiste organisatie met de juiste werkcultuur uit te kiezen. Die moeten immers naadloos bij jou passen. Je eerste honderd dagen gebruik je om een vliegende start te maken. Je nieuwe organisatie goed doorgronden maakt succesvol zijn gemakkelijker.</i>	
2 Een nieuwe baan kiezen	29
2.1 De juiste werkcultuur opzoeken	29
2.2 Oppassen met compromissen	30
2.3 Je oogkleppen afzetten	31
3 Je eerste honderd dagen	34
3.1 De euforie wegslikken	34
3.2 Goed afscheid nemen	35
3.3 Verwachtingen managen	37
3.4 Doorgaan binnen dezelfde organisatie	39
3.5 De issues en de spelers in kaart brengen	40
3.6 De werkcultuur doorgronden	41
3.7 Leren en afleren	42
3.8 Dag 101 en daarna	44

DEEL 2	EEN GOEDE MINDSET	47
	<i>Een goede mindset is een voorwaarde voor goed functioneren. Je hoofd moet de goede kant op staan. Strategisch opereren hoort daarbij. Net zoals het verschil willen maken. Niet blijven steken in wenselijkheid, maar dealen met de werkelijkheid – hoe beroerd die ook is – maakt dat je lastige kwesties sneller en beter oplost.</i>	
4	<i>De overstap van kennis- naar strategisch werker</i>	49
4.1	Moeite met de overgang	49
4.2	In de grijze groeizone	50
4.3	De knop omzetten	52
4.4	Naar een nieuwe comfortzone	54
4.5	Niet meer alles zelf doen	56
5	<i>Verskil willen maken</i>	58
5.1	Je motivatie is jouw belang	58
5.2	Verandering: de nieuwe norm	60
5.3	Non-incrementeel bezig zijn	60
5.4	Leiden in plaats van managen	64
5.5	Optimistisch zijn	65
5.6	Veranderingen leiden	66
6	<i>Wenselijkheid en werkelijkheid onderscheiden</i>	69
6.1	Moralisme: een slechte raadgever	69
6.2	Machteloosheid vermijden	70
6.3	Dealen met de werkelijkheid	71

DEEL 3 EEN GOEDE AANPAK 75

Bij een goede aanpak hoort veel geploeter om die te leren. Dat geldt voor het maken van een goed werkplan, voor de manier waarop je beslissingen neemt, prioriteiten stelt en onderhandelingen voert. Maar ook het naar je hand zetten van de ongeschreven regels is reuze belangrijk. Net zoals het uitoefenen van je gezag. Je gezag is de graadmeter voor je succes.

7 Een goed werkplan maken	77
7.1 Weten wat je wilt	77
7.2 Hoog inzetten	79
7.3 Risico's nemen	80
7.4 Scherpe analyses maken	81
7.5 Je werkplan opstellen	83
7.6 Puntjes op de i zetten	84
8 Beslissingen, prioriteiten en onderhandelingen	86
8.1 Beslissingen durven nemen	86
8.2 Belangrijke en onbelangrijke beslissingen	87
8.3 Een geslaagde uitvoering organiseren	90
8.4 Prioriteiten stellen	91
8.5 Slim onderhandelen	93
9 Het spel en de ongeschreven regels	96
9.1 Meespelen is de enige optie	96
9.2 Het glazen plafond: een loos begrip	97
9.3 Je geloofwaardigheid behouden	99
9.4 De ongeschreven regels gebruiken	101
10 Gezag vervangt macht	107
10.1 Alles draait om gezag	107
10.2 De leider zijn	110
10.3 Met een team werken	111
10.4 Omgaan met je baas	114
10.5 Als het lastig wordt	116

DEEL 4 GOED VOOR JEZELF ZORGEN 119

Goed voor jezelf zorgen vormt de basis onder je succes. Voorwaarde daarvoor is goed omgaan met je energie en met je tijd. Zichtbaarheid organiseren is cruciaal. Net als het soepel kunnen omgaan met tegenvallers. Beide zijn een belangrijke maatstaf voor goed functioneren. Als het met jou goed gaat, gaat je werk beter.

11 Energie en tijd	121
11.1 Energievreters opruimen	121
11.2 Fit zijn	123
11.3 Tophulp regelen	124
11.4 Je tijd koesteren	126
11.5 Je tijd plannen	127
12 Zichtbaarheid en succes	134
12.1 Zichtbaarheid is cruciaal	134
12.2 Problemen opzoeken en oplossen	135
12.3 Overreden en verkopen	137
12.4 Vergaderingen en presentaties	140
12.5 Steun vergaren	141
13 Tegenvallers	143
13.1 Tegenvallers oplossen	143
13.2 Fouten en falen erkennen	144
13.3 Beperkingen en weerstanden managen	146
13.4 Als je op de verkeerde plek zit	147
13.5 Angst voor ontslag	149
13.6 Uit de verdringing komen	150

DEEL 5 GOED LEIDERSCHAP 153

*Leiderschap is leuk, maar het komt niemand zomaar aangewaaid.
Goed leiderschap betekent steeds maar weer opnieuw willen leren.
Voor goed leiderschap moet je een aantal zaken in huis hebben.
En je moet er niet bang voor zijn dat leiderschap onder een vergroot-
glas ligt. Inclusief leiderschap, waarbij je veel samenwerkt, heeft de
toekomst. Dat is toevallig iets waar vrouwen goed in zijn.*

14 Leren 155

- 14.1 De drie N's: nieuwsgierig, nederig en nuchter 155
- 14.2 Jouw favoriete manier van leren 156
- 14.3 Leren van narigheid 158
- 14.4 Mensen om van te leren 160
- 14.5 Je organisatie lerend maken 161

15 Leiderschap 164

- 15.1 Leiderschap is een relationele kwestie 164
- 15.2 Jouw leiderschapsrol goed invullen 165
- 15.3 Kiezen voor inclusief leiderschap 170

DEEL 6 EEN GOEDE TOEKOMST **173**

Een goede toekomst bouw je zelf. Dat begint met uit te vinden hoe jouw droombaan eruit zou moeten zien. Om vervolgens natuurlijk te zorgen dat je die droombaan ook te pakken krijgt. Daar hoort bij dat je jezelf nadrukkelijk profileert en leert om verticaal te netwerken. Je reputatie heb je dan ook helemaal zelf in de hand.

16 Je droombaan **175**

- 16.1 Carrières met gebroken lijnen **175**
- 16.2 Je droombaan formuleren **176**
- 16.3 Je droombaan realiseren **180**

17 Jezelf profileren op de arbeidsmarkt **184**

- 17.1 Een reputatie bouwen **184**
- 17.2 Een netwerk creëren **186**
- 17.3 Verticaal netwerken **187**
- 17.4 Online aanwezig zijn **189**
- 17.5 Headhunters gebruiken **191**
- 17.6 Je c.v. op orde hebben **192**

18 Tot slot: succes! **194**

- 18.1 Blijf de 50/50-methode gebruiken **194**
- 18.2 De wereld ligt voor je open **196**

Noten **199**

Literatuur **205**

Over de auteur **208**

INLEIDING

Bij mij gaat het altijd mis als ik toch weer eens probeer het braafste meisje van de klas te zijn. Neem die keer dat ik net een half jaar als directeur bij een energiebedrijf werkte. Ik had een nieuwe afdeling uit de grond gestampt en was druk bezig mensen aan te nemen. Op dat moment bleken de jaarcijfers van het bedrijf tegen te vallen en volgde er een bezuinigingsoekaze. Die werd overigens niet in een teambijeenkomst met alle directeuren besproken, maar één voor één kregen we van de voorzitter van de Raad van Bestuur te horen dat we 15% moesten bezuinigen op onze afdelingen. Dat kwam me natuurlijk slecht uit op een moment dat ik net in een opbouwfase zat met mijn club. Maar wat moet dat moet. Zo calvinistisch ben ik wel.

En dan ook gelijk maar voortvarend. Zoet toog ik naar de afdeling financiën voor overleg over mijn voorstellen om een en ander te schrappen uit mijn budget. Daar waren ze blij verrast. Maar al snel kreeg ik de ene na de andere collega-directeur aan mijn bureau: 'Of ik wel wist dat het helemaal niet de bedoeling was om zo'n bezuiniging ook echt door te voeren?' Uit die gesprekken bleek dat er regelmatig dit soort bezuinigingen werden aangekondigd, maar dat iedereen ze vervolgens op de lange baan schoof. Wist ik veel. Ik had nagelaten bij collega-directeuren te informeren hoe er binnen de werkcultuur van dit bedrijf met dit soort zaken werd omgegaan. Niet zo handig dus. Intussen was ik – als enige – wel 15% van mijn pas verworven budget kwijt.

Iets soortgelijks maakte ik mee toen ik net een eigen consultancy-bedrijf was begonnen. Mijn tweede klant was een grote multinational in farmaceutische producten. Ik werkte rechtstreeks met een lid van de Raad van Bestuur. Een betere start voor mijn bedrijf had ik niet

kunnen treffen. Nadat ik de situatie in een aantal landen in kaart had gebracht, werd het tijd voor een rapportage. Daarin gaf ik duidelijk en confronterend – met pittige plaatjes en al – aan dat veel tijd en geld van dit bedrijf ging zitten in het beïnvloeden van mensen die in de zorg niets meer te vertellen hadden. Terwijl het bedrijf tegelijkertijd totaal afwezig was op die plekken waar de beslissingen wél werden genomen. Aan de vooravond van mijn presentatie voor deze klant liet ik mijn slides zien aan een collega-consultant die al veel langer mee-liep. Zij vond mijn verhaal veel te heftig en dacht dat het daarom wel eens niet aan zou kunnen slaan.

Natuurlijk paste ik onmiddellijk mijn presentatie aan. Ik had veel werk verricht en wilde dat de resultaten daarvan aan zouden komen. En stiekem wilde ik natuurlijk ook wel dat ze me aardig zouden blijven vinden en dan is al te confronterend ook niet fijn. Maar tijdens de dry-run met een aantal medewerkers uit het bedrijf werd ik glazig aangekeken. Het enthousiasme waar ik op had gehoopt bleef helemaal uit. Terwijl ik me in bochten stond te wringen om alles zo diplomatiek en vriendelijk mogelijk voor het voetlicht te brengen. Gelukkig heb ik toen naar mijn intuïtie geluisterd en de oude presentatie weer opgepakt. Die werd een succes en er rolde ook nog een mooie vervolgoopdracht uit. Sindsdien heb ik van duidelijk en confronterend zijn mijn handelsmerk gemaakt.

In nieuwe situaties in ons werk zijn we vanzelfsprekend onzeker. Geloof me, iedereen is dat. Ik tenminste wel. We krijgen dan de neiging om terug te vallen op oude reflexen, die veilig lijken. We gedragen ons als het braafste meisje van de klas en stellen het belang van de organisatie voorop. Ook bij de vrouwen die mij als coach inhuurden ben ik dat veel tegengekomen. Zowel bij jonge als bij oudere vrouwen, zowel bij vrouwen die net aan hun loopbaan begonnen zijn als bij vrouwen die al jarenlang in de top van het bedrijfsleven werken. Dat dat incidenteel voorkomt is al tot daaraan toe, maar veel vrouwen blijven het ook nog eens jarenlang akelig consequent volhouden. Terwijl ze tegelijkertijd vinden dat ze voor al hun harde werken te weinig erkenning krijgen en ze daarom niet altijd even gelukkig zijn met hun werk.

Vrouwen blijken vaak veel harder te werken voor de organisatie waar ze in dienst zijn dan voor zichzelf. Daarbij wordt uitgegaan van de misvatting dat als je maar keihard voor de organisatie bezig bent, je vanzelf in je carrière vooruitkomt. Net zo hard werken om jezelf vooruit te helpen op je werk is voor de meeste vrouwen zeker geen vanzelfsprekendheid. Terwijl zaken als het zichtbaar maken van je eigen successen juist een voorwaarde zijn om hogerop te kunnen komen. Als je vooruit wilt komen in je werk, zul je zelf stappen moeten zetten.

Maar ook het feit dat de arbeidsmarkt in hoog tempo aan het veranderen is, maakt het noodzakelijk dat jij net zo hard in beweging blijft. Zekerheid bestaat niet meer. Mensen werken zelden nog hun hele leven bij één organisatie. Iedere vijf jaar van werkgever veranderen is gemeengoed geworden. Bedrijven worden sneller opgedoekt en tegelijkertijd duiken er weer heel nieuwe organisaties op die diensten en producten leveren die we tot dan toe gewoon niet kenden. Wie had er tien jaar geleden gedacht dat we veel van onze kleren nu gewoon in webwinkels kopen? Bovendien zijn arbeidsrelaties ook aan het veranderen. Soms werk je in vaste dienst, soms als zzp'er en soms ga je bewust een tijdelijk contract aan. Als je zelf niet meegroeit met wat de arbeidsmarkt steeds aan nieuwe eisen stelt, zet je jezelf buiten spel. Braaf zijn betekent dan in het beste geval stilstand, maar kan ook heel goed tot achteruitgang leiden. Jij bent de enige die daar wat aan kan doen!

Uit de talloze gesprekken met vrouwelijke klanten, uit de verschillen die ik constateerde tussen vrouwelijke en mannelijke klanten in de wijze waarop ze met hun werk omgaan en uit mijn eigen ervaringen is de 50/50-methode ontstaan. Ik zocht naar een aansprekende manier om duidelijk te maken wat er misgaat als vrouwen zichzelf te veel wegcijferen op hun werk. Gecombineerd uiteraard met een simpel te hanteren aanpak om dat patroon te doorbreken. Het begon met wat pijlen tekenen op een flipover. Vervolgens ben ik daar oefeningen bij gaan bedenken en gingen mijn klanten daarmee aan het werk. En nu ligt er dus een heel boek waar de 50/50-methode als rode draad doorheen loopt. In het boek komt de complete carriërecyclus van vrouwen aan bod: van beginnen in een nieuwe baan tot het realiseren van jouw

droombaan. De 50/50-methode helpt je om de weg daarnaartoe succesvol te bewandelen.

De 50/50-methode doorbreekt op een eenvoudige wijze het negatieve patroon waarbij vrouwen veel meer hun best doen voor de organisatie dan voor zichzelf. De 50/50-methode zorgt ervoor dat je net zo hard werkt voor jezelf als voor je organisatie. Met als resultaat: meer zichtbaarheid, meer successen, meer ruimte voor je eigen ontwikkeling en snellere vervolgstappen. Door de 50/50-methode ontstaat er een duidelijke en vanzelfsprekende balans tussen wat jij betekent voor de organisatie waar je werkt én wat deze organisatie ook voor jou kan betekenen.



JEZELF PROFILEREN OP DE ARBEIDSMARKT

Mensen moeten weten wat jij te bieden hebt als je je droombaan te pakken wilt krijgen. Vanzelf gaat dat niet. Je zult daarvoor bewust moeten werken aan je professionele profilering. Kort en goed, je moet een reputatie opbouwen. Netwerken is daarvoor een zeer geschikt middel. Goede en betrouwbare contacten kunnen goud waard zijn om je vooruit te helpen. Daarbij helpt het als je ook een verticaal netwerk hebt: een netwerk dat bestaat uit mensen die jou op een leuke positie kunnen benoemen. Tegelijkertijd begint iedereen tegenwoordig zodra er ergens een nieuwe naam valt deze persoon op internet op te zoeken. Online professioneel zichtbaar zijn is dan ook een belangrijke vereiste geworden.

17.1 Een reputatie bouwen

Je reputatie kun je bewust zélf gaan vormgeven. Dat betekent dat mensen niet alleen moeten weten wat voor werk je doet, maar vooral ook wat voor resultaten je hebt behaald, waar jouw sterke kanten zitten én wat ze van jou als professionele persoon kunnen verwachten. Dat is nodig, omdat beelden van mensen nou eenmaal lang blijven hangen. Of ze terecht zijn of niet doet er niet toe. Ze zijn nou eenmaal lastig uit te bannen of bij te stellen. Vandaar dat het geen kwaad kan nadrukkelijk te werken aan je eigen beeldvorming. Je reputatie snelt je immers vaak vooruit en maakt meer indruk dan je cv.

Bij het bouwen aan een reputatie gaat het erom een samenhangend beeld van jezelf te creëren. Met ellenlange lijsten over wat je allemaal wel niet kunt of ooit wel eens gedaan hebt, bereik je helemaal niets. Iemand pikt daar óf een vaag geheel uit óf de dingen die haar het beste

aanstaan of uitkomen. In beide gevallen heb je geen grip op de reputatie die daardoor ontstaat. Als je die grip wél wilt hebben, komt het aan op het maken van keuzes en het jezelf opleggen van beperkingen. Breng zelf een duidelijke focus aan. Dat wat je kunt én dat wat je wilt (zie hoofdstuk 16) moeten daarin terugkomen. Hoe scherper je daarin opereert, des te duidelijker je reputatie kan zijn.

OEFENING

Reputatie Bouwen

Beschrijf in onderstaande tabel jouw reputatie zoals jij deze zou willen zien, door de drie belangrijkste kenmerken van je werk, je successen en je eigenschappen aan te geven.

	Belangrijkste soort werk	Belangrijkste successen	Belangrijkste eigenschappen
1			
2			
3			

Hoewel bij deze oefening wordt aangegeven dat het gaat om het maken van keuzes en dus het zelf aanbrengen van een focus, komt het toch herhaaldelijk voor dat vrouwen bij mij terugkomen met een lange lijst. Het is geen probleem om als je dat prettig vindt eerst zo'n lange lijst te maken, maar vervolgens moeten daar toch echt drie dingen per categorie worden uitgepikt. Zorg er ook voor dat je lijst geen platitudes bevat, zoals 'integer' of 'betrouwbaar' zijn. Dat zijn eigenschappen die veel mensen hebben of aan zichzelf toeschrijven. Een nieuwe werkgever zal zelden expliciet op zoek gaan naar dat soort universele eigenschappen, die iedereen geacht wordt te hebben. Op jouw lijst moeten echt dingen staan die over jouw eigenheid gaan en die jou daarom onderscheiden van anderen.

17.2 Een netwerk creëren

Je reputatie kun je uitventen in je netwerk. Voor het opbouwen van een netwerk is een balans essentieel. Jij moet wat aan het netwerk hebben en het netwerk moet wat aan jou hebben. Vrouwen zijn niet altijd even goed in die balans, omdat zij anders tegen werkrelaties aan kijken dan mannen.¹²⁷ Vrouwen zijn vaak meer bezig met wat zij voor de andere persoon kunnen betekenen, terwijl mannen vooral kijken hoe de ander hen kan helpen vooruit te komen.

Een goed netwerk hebben is een goede investering in je toekomst. Netwerken is een langetermijninvestering en niet gericht op 'quick wins'. Zowel voor een netwerk als voor een reputatie bouwen geldt trouwens dat ze heel geschikt zijn als doelen in je persoonlijk plan uit de 50/50-methode. Begin met het opbouwen van een netwerk voordat je het nodig hebt.¹²⁸ Anders kom je nogal opportunistisch over. Een essentieel kenmerk van een netwerk is juist de wederkerigheid die er tussen de mensen in het netwerk bestaat. Het eerst hebben van een persoonlijke klik is daarbij een essentiële drijfveer. Daarna kan die klik pas worden ingezet om zakelijk succes te verwezenlijken. In zakelijke netwerken wordt veel goodwill gecreëerd door diegenen die attent met anderen in het netwerk omgaan en de persoonlijke klik centraal blijven stellen.¹²⁹ Zij kunnen vervolgens met het grootste gemak op die goodwill terugvallen op het moment dat zij dat nodig hebben.

Houd bij het opbouwen van een netwerk rekening met de volgende punten:

- *Onderscheid informele en formele netwerken.* Beide zijn belangrijk voor jouw loopbaan. Formele netwerken zijn doorgaans ook formeel georganiseerd. Soms kun je jezelf er gewoon voor aanmelden, soms moet je ervoor worden gevraagd. Het is meestal lastiger om in een informeel netwerk terecht te komen. Terwijl daar wel informatie wordt uitgewisseld of besluiten worden voorgekookt die voor jou van belang kunnen zijn. Als er in of om jouw organisatie of beroepsgroep een of meer informele netwerken bestaan, is het van groot belang dat jij daarbij hoort.¹³⁰ Jezelf daarvan uitsluiten kan je

behoorlijk hinderen bij het zetten van vervolgstappen in je loopbaan.

- *Zorg voor diversiteit in je netwerk.*¹³¹ Mensen die verder van jouw organisatie of beroepsgroep afstaan brengen vaak een frissere blik met zich mee en kunnen je helpen je non-incrementele aanpak te verstevigen. De meeste professionals hebben bovendien verschillende netwerken. Zo kan een netwerk meer gericht zijn op strategische toekomstvragen waar je met je organisatie tegenaan loopt óf bijvoorbeeld juist veel meer op je eigen ontwikkeling.¹³²
- *Ga zuinig met je netwerk om.* Wees kritisch op wie je in je netwerk wilt hebben. Je moet het leuk vinden om met de persoon in kwestie tijd door te brengen, je moet het gevoel hebben dat de persoon inspirerend is, dat je iets van haar kunt leren en je moet de persoon kunnen vertrouwen.¹³³ Zet je netwerk daarom ook niet te snel in ten behoeve van anderen die niet aan deze criteria voldoen, ook al heb je nog zo'n goede zakelijke reden om iemand een plezier te doen door het contact te leggen. Het slaat op jou terug als iemand niet zorgvuldig omgaat met jouw netwerk. Onderhoud ten slotte de contacten in je netwerk zorgvuldig. Doe dat altijd op een persoonlijke manier. Zet bijvoorbeeld altijd iets persoonlijks op je jaarlijkse kerstkaart en laat de contacten niet aan je secretaresse over. En stuur altijd een bedankje als daarvoor ook maar enigerlei aanleiding is.

17.3 Verticaal netwerken

Vooraf bij vrouwen bestaat de neiging om een horizontaal netwerk op te bouwen. Dan gaat het om een netwerk van mensen die in soortgelijke posities zitten. Daarmee kun je elkaar ondersteunen en kun je ervaringen uitwisselen. Zo'n netwerk helpt je in je bestaande situatie. Je hebt echter niets aan een horizontaal netwerk als je een nieuwe stap in je loopbaan wilt zetten. Daarvoor heb je mensen nodig die zelf in een positie zijn om jou in een nieuwe rol te kunnen benoemen. Of

mensen die een zodanig gewicht in de schaal leggen dat zij een zwaarwegend advies kunnen uitbrengen om jou in te huren.

Houd daarom altijd contact met je oude bazen en oud-collega's uit senior posities, juist ook als zij de organisatie hebben verlaten om elders iets te gaan doen. Grijp gelegenheden aan waar je op een natuurlijke wijze contact kunt leggen met mensen die een senior positie bekleden. Ook hier geldt weer: de kost gaat voor de baat uit. Investeer eerst in het contact, ga na wat jij de andere persoon te bieden hebt en val terug op de ontstane goodwill als je op zoek gaat naar een nieuwe baan.

OEFENING

Verticaal Netwerken

- Hoeveel mensen ken je die in een zodanige positie zijn dat ze jou morgen in een nieuwe baan kunnen benoemen?*

a

b

c

d

etc.
- Hoeveel mensen ken je die in een zodanige positie zijn dat ze een zwaarwegend advies kunnen geven om jou in een nieuwe baan aan te nemen?*

a

b

c

d

etc.

Als de uitkomst van deze oefening mager blijkt te zijn, ga dan bewust aan de slag met het bouwen van een verticaal netwerk.

Cathy werkt als directeur marketing bij een luchtvaartmaatschappij. Het bedrijf wordt echter overgenomen door een veel grotere concurrent. Haar afdeling valt voortaan onder het nieuwe hoofdkantoor in een ander land en haar functie vervalt. Cathy moet dus op zoek naar een nieuwe baan. Ze besluit eerst op vakantie te gaan en daarna een serieuze zoektocht te starten. Op de tweede dag van haar vakantie wordt ze gebeld door een van haar oude bazen, die al een paar jaar elders in de transportsector een bedrijf leidt. Cathy heeft altijd contact met hem gehouden. Hij heeft gehoord dat ze op de markt is en wil haar graag snel na terugkeer van haar vakantie spreken.

Drie dagen later krijgt ze een soortgelijk telefoontje. Dit keer van een voormalig commissaris die haar graag wil introduceren bij een bedrijf waar hij nu commissaris is. Cathy keert na twee weken opgewekt terug van vakantie. Ze stort zich enthousiast op een aantal oriënterende gesprekken die via haar netwerk tot stand zijn gekomen. Binnen drie maanden heeft ze een fantastische nieuwe baan.

17.4 Online aanwezig zijn

Het hebben van een duidelijk onlineprofiel is reuze belangrijk. Niet alleen je netwerk kijkt daarnaar, maar de rest van de wereld ook. Als de buitenwereld immers niet weet welke successen jij hebt behaald, zal niemand uit de buitenwereld bij je aankloppen als ze op zoek zijn naar iemand met jouw talenten. Zorg er dan ook voor dat je ook online zichtbaar bent. Daarbij gaat het er niet om zo veel mogelijk online aanwezig te zijn, maar juist om zo goed mogelijk online aanwezig te zijn. Een lange opsomming als inleiding bij je LinkedIn-profiel helpt niet. Dat geldt ook voor een lange lijst van vaardigheden. Wie jij bent en wat je kunt moet voor de lezer in één oogopslag duidelijk zijn. Je reputatie moet zichtbaar worden en niet een ellenlang cv. Zorg ook dat je hoofd-functie bovenaan staat en niet je laatste nevenfunctie. LinkedIn plaatst je laatste toevoeging altijd automatisch bovenaan, maar kent wel dege-

lijk de mogelijkheid om die volgorde aan te passen. Plaats bij je profiel een professionele foto en niet eentje uit je vrije tijd.

LinkedIn heeft de mogelijkheid geopend om een groot virtueel netwerk te organiseren. Realiseer je daarbij wel dat het een netwerk met beperkingen is. Van veel wederkerigheid en contact is nauwelijks sprake. Dat moet toch weer in de echte wereld plaatsvinden. Tegelijkertijd biedt LinkedIn wel een etalage om via updates belangrijke gebeurtenissen rondom je werk aan te kondigen en successen te delen. Of om naar passende vacatures te zoeken. Voor het bouwen van een verticaal netwerk is LinkedIn bovendien heel handig bij het zetten van de eerste stappen. Het is immers akelig eenvoudig om iemand een uitnodiging te sturen. Maar er is vervolgens echt meer contact nodig om zo'n verticale netwerkrelatie te bestendigen.

Twitter is nog een categorie apart. Bedenk voordat je gaat twitteren, waarover je gaat twitteren. Zijn dat privé zaken, werkzaken of beide? Veel professionals zetten Twitter juist in om hun werk te etaleren. In dat geval kan het goed helpen je reputatie uit te venten. Maar dan moet je wel consequent blijven en het niet of nauwelijks over andere zaken hebben, laat staan allerlei opvattingen over actuele onderwerpen ventileren die niets met je werk te maken hebben. Het ventileren van dat soort opvattingen, zeker als ze wat extreem zijn, kan toekomstige werkgevers tegen je innemen en zelfs je huidige baas beïnvloeden. Maar als je Twitter goed en consequent gebruikt, kun je er zeker je professionele voordeel mee doen. Zo lukte het een pas afgestudeerde studente – die werd geconfronteerd met een tegenzittende arbeidsmarkt – om via haar Twitter-netwerk een mooie baan te bemachtigen door exact aan te geven waar ze naar op zoek was.¹³⁴

Wees je er ten slotte van bewust dat veel dingen die je online doet ook voor een toekomstige werkgever zichtbaar zijn. Als je privé zaken deelt via Facebook, is het dan ook zaak dat goed af te schermen. Laat ook aan andere gebruikers weten dat jij het niet op prijs stelt dat jouw privé zaken voor iedereen te volgen zijn. Datzelfde geldt voor je privé foto's op Instagram. Natuurlijk gaat het een mogelijke toekomstige werkgever niets aan wat jij in je privé tijd doet, maar tegelijkertijd zet het wel

een bepaald beeld van je neer, dat toch altijd kan blijven hangen en een beslissing om je in te huren bewust of onbewust kan beïnvloeden.

17.5 Headhunters gebruiken

Als je op zoek bent naar je droombaan, zul je daarvoor zowel online als offline stappen moeten zetten. Hoewel de manier waarop organisaties nieuwe medewerkers werven sterk aan het veranderen is, is het toch nuttig om bij een aantal headhunters bekend te zijn. Je kunt daar gaan kennismaken op het moment dat je op zoek bent naar een nieuwe baan, maar het is veel beter wanneer ze je al kennen uit je huidige rol. Een ideale manier daarvoor is om als je een vacature hebt vier of vijf headhunters voor een gesprek uit te nodigen. Jij kunt dan van die gelegenheid gebruikmaken om over jouw organisatie, jouw aanpak en jouw successen te vertellen. Als het meezit houd je er ook nog iemand aan over die jou een aantal goede kandidaten voor de vacature bezorgt. Als je zo'n situatie niet gemakkelijk kunt creëren, probeer dan in ieder geval plaats te nemen in benoemingscommissies waarbij de zoektocht door een headhunter wordt verricht. Zo iemand leert jou dan toch kennen en kan in de toekomst voor jou van belang kan zijn.

Vroeger zaten de meeste topfuncties bij headhunters in portefeuille. Tegenwoordig doen organisaties veel meer zelf, ook in het topsegment. Ze zetten hun vacatures gemakkelijker online, bijvoorbeeld op LinkedIn, én ze gaan zelf online en in hun netwerk op zoek naar geschikte kandidaten. Verticaal netwerken en online met een duidelijk profiel aanwezig zijn, is daarom stukken belangrijker geworden als je graag wilt dat toekomstige werkgevers jou ook weten te vinden.

Het is altijd vleiend als je benaderd wordt voor een nieuwe functie. In eerste instantie zal ook worden geprobeerd jou over de streep te trekken. Maar de valkuil ontstaat direct daarna, als je serieuze vervolgsprekken gaat voeren. Je zit ernaast als je dan nog steeds in de veronderstelling verkeert dat ze jou proberen te verleiden tot de functie. Voor de vervolgfase moet je dan ook een stevige mentale omslag

maken. Het is in die fase aan jou om je gesprekspartners te overtuigen van jouw motivatie en jouw geschiktheid voor de vacature.

Realiseer je tot slot dat naarmate je hogerop komt de functies waarvoor jij in aanmerking komt schaarser worden. Dat is heel anders dan aan het begin van je carrière. Aan de voet van de piramide lijken de keuzes oneindig. Maar in de top van de piramide zijn er letterlijk maar een paar functies te verdelen. Dat kan frustrerend zijn als je juist hebt besloten om een nieuwe stap te zetten. Ga er in die situatie van uit dat je twaalf tot achttien maanden nodig hebt om je droombaan te realiseren.

17.6 Je cv op orde hebben

Op welke manier het contact met een toekomstige werkgever ook tot stand komt, een goed cv blijft altijd nodig. Je cv moet altijd up-to-date en overzichtelijk zijn. Als je nog een nieuw cv moet gaan opstellen terwijl je al benaderd bent voor een nieuwe functie, sta je eigenlijk al op achterstand. Je cv vormt immers een weerslag van je successen en de meest actuele zijn meestal ook de belangrijkste. Door er een gewoonte van te maken je cv daar steeds tweemaal per jaar op aan te passen, zorg je ervoor dat je successen ook veel meer een onderdeel van je professionele identiteit worden. Als je nog moet gaan nadenken wat je successen de afgelopen jaren ook al weer geweest zijn en hoe je die in je cv gaat omschrijven, kun je er bijna gif op innemen dat een andere kandidaat haar successen beter weet te verkopen aan die potentiële werkgever waar jij zo graag aan de slag zou gaan.

Voor je cv geldt dat iemand in één oogopslag moet kunnen zien wat jij in huis hebt. Dat moet zodanig nieuwsgierig maken dat iemand het cv vervolgens ook echt gaat doorlezen. Begin je cv met een korte schets van waar je professioneel staat, wat je voornaamste successen zijn en welke eigenschappen jij meebrengt. Dit moet vooral geen opsomming zijn – die komt later in het cv – maar juist een mooi en duidelijk profiel van jezelf. Je kunt daarop oefenen door in twee minuten hardop te vertellen waar je staat en dat vervolgens beknopt op te schrijven.

Vervolgens besteed je veel aandacht aan je huidige functie. Maak daarbij onderscheid tussen je verantwoordelijkheden en je behaalde resultaten. Die verantwoordelijkheden en resultaten laat je ook bij vorige functies terugkomen. Echter, naarmate ze verder in het verleden liggen, moeten ze wel steeds beknopter worden. Dat wat je twintig jaar geleden in je eerste baan deed, is immers minder relevant geworden. Zorg ten slotte voor een rustige en overzichtelijke opmaak. Een cv dat er grafisch verzorgd uitziet, straalt uit dat jij beheerst waar je mee bezig bent.

TIPS

- Bouw bewust aan je eigen reputatie. Maak duidelijke keuzes. Focus daarbij op jouw eigenheid. Vermijd vaagheden en zaken die voor iedereen gelden.
- Creëer een netwerk met de juiste balans: jij moet wat aan het netwerk hebben en het netwerk moet wat aan jou hebben.
- Bouw ook een verticaal netwerk op met mensen die jou in nieuwe functies kunnen benoemen of je daarvoor kunnen aanbevelen.
- Profileer jezelf online op een professionele manier. Gebruik LinkedIn en Twitter om je werk te etaleren. Regel het zo dat privé-zaken niet voor iedereen online zichtbaar zijn.
- Zorg ervoor dat headhunters jou al kennen voordat je op zoek gaat naar een nieuwe baan.
- Pas je cv twee keer per jaar aan met je laatste successen. Zo heb je altijd een actuele versie bij de hand.