

Foden indenfor

– job i mindre og mellemstore virksomheder

**Foden indenfor
– job i mindre og mellemstore virksomheder**

©2012 Mike Wenøe og Jacob Høedt Larsen

Grafisk tilrettelæggelse, Louise Maj Hansen
ISBN: 978-87-92918-00-0

Talegaver Forlag

Inhold

1.0. Jobsøgningslogik – du er løsningen... ..	3
2.0. Hold kæft, hvor er du go'	8
2.1. Dine kompetencer	11
2.2. So far, so good.....	21
3.0. Arbejdsgiveren	22
3.1. 3 gode grunde til at gøre karriere i mindre virksomheder.....	23
3.2. De to veje til din top 5	25
3.3. Lidt mere research	28
3.4. Kontakt til arbejdsgiveren	31
4.0. Udfordringerne og løsningerne	36
5.0. Din præsentation	40
6.0 Den ultrakorte version	45

1.0. Jobsøgningslogik – du er løsningen...

Du skal lade være med at søge job, når du søger job.

Det kan lyde som et lidt mærkeligt råd, især hvis man er uden job og har været det længe. Så er virkeligheden jo, at man "bare godt vil have noget at rive i".

Men jobsøgning er faktisk helt utroligt simpelt. Du får jobbet, hvis:

Du kan præsentere dig selv som løsningen på arbejdsgiverens udfordring.

Det betyder også, at inden du søger jobbet, skal du vide hvem arbejdsgiver er, hvilke udfordringer han står over for, hvad du kan byde ind med af kompetencer, og hvordan du kan bringe dem i anvendelse hos lige netop denne arbejdsgiver. Når du ved det, kan du begynde at søge jobbet. Indtil da, skal du søge informationer – ikke job.

Virkeligheden på den anden side af bordet er faktisk ligeså simpel. Der er aldrig nogensinde en arbejdsgiver, der har ansat en ledig. Det kan godt være, at han har ansat én – som tilfældigvis ikke havde noget job – til at udføre en opgave. Men han har helt sikkert ikke ansat en ledig. Eller en jobsøgende. Eller for den sags skyld en arbejdsløs.

En lille historie fra det virkelige liv. For nogle år siden stod en af denne bogs forfattere med en udfordring. Han havde landet en ordre på en jubilæumsavis i den kommunikationsvirksomhed, han arbejdede i. Der skal fyldes ganske mange ord og artikler i sådan en avis, og i det her tilfælde skulle det ske på kort tid. De fleste kollegaer på bureauet havde travlt med andre ting. Men så kom der en ansøgning fra en pige, som kunne skrive. Dagen efter var hun i gang med artiklerne.

Fordi:

Hun præsenterede sig selv som løsningen på kommunikationsbureauets udfordring.

Du kan lære flere ting af den lille historie:

- 1.** Først og fremmest. Arbejdsgiverne leder efter én, der kan løse deres aktuelle udfordring, lige her og nu. Det gælder alle virksomheder, men det gælder i meget høj grad de mindre og mellemstore virksomheder, som hele tiden er presset til at levere resultater fra måned til måned.
- 2.** Konkurrencen er stor. Og konkurrencen er meget lille. Det er rigtigt, at der er mange ledige, der går og drømmer om et job. Det er også rigtigt, at der er nogle stillinger, hvor man får flere hundrede ansøgere. Men det er også sådan, at hvis du rammer arbejdsgiveren med det rigtige tilbud på det rigtige tidspunkt, så er konkurrencen meget lille. Kommunikationsbureauet kunne sikkert godt have fundet én, der var endnu bedre til at skrive end hende, de valgte. Men hvorfor skulle de det? Hun klarede jo jobbet. De mindre og mellemstore virksomheder leder ikke efter den absolut bedste kandidat. De leder efter den kandidat, som kan klare jobbet - uden at de selv skal bruge alt for mange ressourcer på at finde ham eller hende.
- 3.** Information er nøglen. Dem, der ansætter i de mindre og mellemstore virksomheder, er ligeglade med alt det, du kan. De er interesseret i det, du kan, som de kan bruge. Pigen på kommunikationsbureauet havde også læst en masse om kommunikationsstrategi og krisestyring. Men det, der fik hende ind over dørtærsklen var, at hun kunne skrive artikler. For det var den helt konkrete udfordring, og det var det, hun tilbød i sin ansøgning.

Det er så nemt – og det er så svært

Det er det, denne bog handler om. Vi tager de enkelte dele af processen med at præsentere sig som en løsning på arbejdsgivers problem ét for ét. Vi teoretiserer ikke særligt meget. Det er primært en stribe råd, som du kan vælge et bruge eller lade være.

Men det er først og fremmest en metode, som fungerer. Man hører ofte om ledige, der har sendt 100 ansøgninger, 200 ansøgninger, 300 ansøgninger. Hvis du har gjort det, og det ikke virkede, så er tiden kommet til at prøve noget andet.

Men lad os lige i første omgang vende os mod arbejdsgiveren og hans joblogik. Hvad er det egentlig, han har på spil, når han skal ansætte en ny medarbejder?

Det koster at ansætte den forkerte medarbejder. Det mest præcise bud på, hvor meget det koster, er mellem 75% og 150% af den nye medarbejders årsløn. Det løber hurtigt op.

Selve lønnen er kun en lille del af omkostningen ved at ansætte dig, og derfor er det heller ikke lønnen, der er afgørende for, om du bliver ansat. Der er nogle medarbejdere i virksomheden, der skal bruge tid på at formulere jobopslag, finde kandidater, læse ansøgninger, interviewe og udvælge den rette kandidat. Det tager tid, lang tid, siger vi af erfaring.

Når så du har fået jobbet og starter, går der nogle måneder med at finde ud af, om du rent faktisk er den rettet til jobbet. Måneder, hvor virksomheden er gået glip af en produktiv medarbejder, som kunne skabe overskud. Måneder, hvor en uproduktiv medarbejder har kostet virksomheden løn. Hvis det altså viser sig, at du ikke var den rette.

Om det koster en kvart eller en halv million er i den sammenhæng ligegyldigt.

Pointen er, at arbejdsgiveren tager en stor økonomisk risiko, når han ansætter dig. En lille virksomhed skal ikke foretage mange fejlansættelser, før det kan ses på bundlinjen, en bundlinje som ofte er den, ham der ansætter dig køber julegaver for til sine børn.

Der er meget på spil for arbejdsgiveren, og mange af dem vil gøre næsten hvad som helst for at undgå at begå fejl.

Hvad betyder det for dig?

Det betyder, at arbejdsgiveren leder efter grunde til ikke at ansætte dig. Det er vel egentlig det - lidt negativt formuleret - hele ansættelsesprocessen går ud på. Hele tiden at finde en grund til ikke at ansætte dem, der har søgt, så man til sidst står tilbage med ham eller hende, der er bedst - eller mindst risikabel - at ansætte.

Det er omvendt godt for dig, hvis det ikke er risikabelt at ansætte dig. Og det er det ikke, hvis du kan løse arbejdsgiverens udfordring og derudover passer godt sammen med de mennesker, du skal arbejde sammen med.

Virkeligheden er, at du ikke ved, hvilke personlige egenskaber arbejdsgiveren leder efter. Det, du til gengæld ved, er, at hvis I ikke passer sammen efter de tre måneders prøvetid, som mange har i deres kontrakt, så er det dig, ikke arbejdsgiver, der ryger ud på røv og albuer. I det tilfælde har du spildt 3-4-5-6 måneder af dit liv, formentlig i stor frustration det meste af tiden. Du har med andre ord også en stor interesse i, at du rent faktisk er den rette, hvis du bliver ansat.

Det kan du kun sikre ved hele tiden at søge information om virksomheden, ejeren, produkterne og kollegaerne - og være ærlig, når du taler med arbejdsgiveren.

Det her med, at arbejdsgiveren har en stor økonomisk risiko ved at ansætte dig, betyder også, at det ikke er nogen fordel at tilbyde at arbejde gratis. Risikoen for arbejdsgiveren er der stadigvæk. For det første er selv en gratis, dårlig medarbejder en omkostning. Men det andet er, at gratis sjældent er et tilbud, der varer ved ret længe. På et eller andet tidspunkt kommer omkostningen alligevel. På et eller andet tidspunkt løber du tør for pastaskruer og Heinz og skal bruge en løn. For det tredje - og det er faktisk vigtigt - så sætter man ikke ligeså stor pris på gratis arbejde, som man gør på noget, der koster penge. Det er ren psykologi.

Det er faktisk langt bedre, og det kommer vi tilbage til, at du tilbyder arbejdsgiveren at arbejde i en kortere periode med et konkret projekt til en fast aftalt pris. Det er noget, der reelt har værdi for virksomheden.

For det første fordi det er en måde at få løst opgaver på, der ellers bare ligger og roder henne i hjørnet. For det andet fordi det er muligt at overskue omkostningen 100 %.

Men det har også værdi for dig at løse et konkret projekt. Den værdi har noget at gøre med den måde, som mindre og mellemstore virksomheder fungerer på. Når du først er kommet inden for døren og er begyndt på dit arbejde, vil du hurtigt opdage det næste projekt, du kan løse. Sådan er det nemlig i den type virksomheder. Der ligger utroligt mange uløste opgaver. Når du har løst et par stykker, er du uundværlig, og så har du et job.

Men det er alt sammen i virkeligheden meget enkelt.

Du skal præsentere dig selv som løsningen på arbejdsgivers udfordring.

Og nu begynder vi på, hvordan du helt konkret arbejder med det.



2.0. Hold kæft, hvor er du go'

Du skal præsentere dig selv som løsningen på arbejdsgivers udfordring. Ok. Nu har du vist luret den, så vi holder op med at skrive det med fed.

Det starter med dig selv. Du kommer aldrig til at kunne præsentere dig selv som løsningen på nogens problem, hvis du ikke kender dig selv og dine kompetencer. Du kan heller ikke skabe dig et godt arbejdsliv, hvis du ikke ved – sådan nogenlunde – hvilke udfordringer, du gerne vil løse.

Det her handler altså om: *Hvad kan jeg? Hvad vil jeg?*

Du kender jo godt dig selv og dine kompetencer? Eller gør du?

Carina var blevet afskediget fra sit job og skulle coaches i processen med at søge et nyt. Hun havde en drøm om at arbejde på et reklamebureau eller "noget i den stil," fordi hun syntes det kunne være sjovt også at arbejde kreativt. Carina havde en meget administrativ baggrund, men hendes problem var, at hun ikke havde kreativitet på sit CV, hun havde aldrig arbejdet kreativt. Mente hun. Det viste sig imidlertid hurtigt, at Carina rent faktisk, siden hun var helt lille havde skrevet digte og sange. Hun havde bare ikke set det som en CV-kompetence. Men det var alligevel noget, hun (og måske det lokale reklamebureau) kunne bruge.

Så hvad er egentlig kompetencer? Gode IT-kundskaber er alle formentlig enige om, er en kompetence. Bogføring – nok også. At være udadvendt, ja. Men hvad med evnen til at drikke rigtigt meget vodka uden at blive fuld? Den sidste vender vi tilbage til.

OECD definerer kompetencer som "den demonstrerede – og individuelle – kapacitet til at anvende knowhow, færdigheder, kvalifikationer eller viden med henblik på at handle i kendte eller ændrede situationer i arbejdslivet."

Du læste nok hurtigt forbi, da lixtallet steg, og definitioner er jo egentlig også som udgangspunkt uinteressante. Men det er vigtigt at forstå, hvad en kompetence er.

Der er to led i definitionen, som du skal være opmærksom på. Den ene er viden. Det er vigtigt. Men det er også evnen til rent faktisk at benytte den viden til at gøre noget på sit arbejde.

Du ved måske rigtigt meget om at bruge Excel. Du kan lave formler, pivottabeller og makroer, så Excel-englen ind imellem synger en lille sang. Det er en kompetence, hvis du hurtigt og effektivt udfører opgaven i Excel, når din chef beder dig om et budget for introduktionen af det nye produkt på det kroatiske marked. Men det er ikke en kompetence, hvis du i stedet bruger 14 dage på at beregne Kroatiens bruttonationalprodukt gennem de seneste to århundreder.

Du er udadvendt. Det er en kompetence, hvis du som sælger bruger dine sociale kompetencer til at få et personligt forhold til dine kunder, så de oftere køber hos dig. Det er til gengæld ikke en kompetence, hvis din chef har inviteret dig og tre japanske kunder på Waterloo, og du – meget udadvendt – bruger tiden i baren på at tale med en estisk stripper.

Kompetencer er altså viden og evner brugt konkret. Nogle er medfødte og nogle er tillærte. Men de er alle sammen afhængige af, at du kan bruge dem til at løse konkrete udfordringer i arbejdslivet. Ellers er det bare evner og viden – ikke kompetencer.

Når en sprogofficer tolker i Rusland, sker det ofte i festlige sociale rammer. I Rusland handler det ofte om fed mad og vodka. Sådan en tolk skal også kunne tolke kl. 2 om natten, og derfor kan det være en kompetence at have evnen – og viden – til at drikke vodka uden at blive voldsomt beruset. Det er en evne, som kan bruges konstruktivt i arbejdslivet. Det er en kompetence.

Man kan underopdele kompetencer. Du har nok allerede lagt mærke til, at vi har brugt faglige kompetencer som IT-kundskaber og personlige kompetencer, som det at være udadvendt.

En faglig kompetence er altså en kunnen. Du kortlægger dem bedst ved at tænke tilbage på den mere formelle del af dit liv. Dine jobs. Dit studie. De fritidsaktiviteter, hvor du har haft en leder- eller trænerrolle. Her kan du kortlægge den kunnen, som du har tillagt dig. Når det gælder dine jobs, vil din kunnen næsten altid være lig med en kompetence. Når det gælder studier, er det ikke nødvendigvis sådan. Du har ikke altid vist, at du rent faktisk kan bruge din viden til noget, men skriv det alligevel op, når du lige om lidt skal liste dine kompetencer.

De personlige kompetencer handler om kunnen i mellem menneskelige relationer og er langt vanskeligere at arbejde med. Dels er de lidt sværere at få øje på. De er faktisk også ofte lidt vanskeligere at "bevise", men blot fordi noget er svært, skal man jo ikke lade være med at gøre det.

Nu har vi skrevet nok. Nu skal du på arbejde. Her først kommer det nemlig til at handle om, at du skal identificere dine kompetencer.

2.1. Dine kompetencer

De fleste er ret gode til at fortælle, hvad de ikke kan. At de ikke er så dygtige til tal. Eller, at de ikke formulerer sig så godt, at de ikke kan lide at stå foran en forsamling eller har svært at læse et regnskab.

De samme mennesker har ofte svært ved at identificere deres kompetencer – det de er gode til. Når du skal sælge dig selv, er det som regel godt primært at fortælle om det, du er god til.

Derfor skal du opbygge en rådatabase med dine kompetencer. Du skal få skrevet dem ned. Start med det samme.

Øvelse 1 – Rådatabase med kompetencer

12

Du har måske allerede en LinkedIn-profil. Hvis du ikke har, er den nemmeste måde at komme i gang på, at du opretter og udfylder sådan én. I den gratis e-bog "Fundet! Synliggør dine kompetencer" kan du læse, hvordan du udfylder din LinkedIn-profil. Du kan finde den på www.dinonlineprofil.dk.

Du kan også bare svinge ind omkring www.linkedin.com, det er ikke så svært. Det hele giver sig selv, når man opretter en konto, og når du har udfyldt den, er du godt i gang.

Når du har en opdateret LinkedIn-profil, kan du gå videre. Hvis du af en eller anden grund ikke vil have en LinkedIn-profil, skal du i stedet have fat i dit fuldt opdaterede CV.

Kig på hvert af punkterne. Start med din uddannelse. Skriv mindst tre (gerne flere) faglige kompetencer ned, som du har opnået i hver af dine uddannelser og hvert af dine jobs. Gå dem derefter igennem igen og skriv mindst 3 (igen gerne flere) personlige kompetencer, du har opnået i hver af dine uddannelser og hvert af dine jobs.

Så er du godt i gang og har vel mindst 20 faglige kompetencer og 20 personlige kompetencer på din bruttoliste. Kig lige på dem og glæd dig over, hvor mange ting du kan.

Og gå så videre. Har du nogen fritidsinteresser? Skriv dem ned. Det er løbeturene. Det er hundetræning, fodbold-klubben og medlemskabet af lejerforeningsbestyrelsen. Når du har skrevet dem alle sammen ned, så skal du igen finde 3 faglige og 3 personlige kompetencer, som hver af dem har hjulpet dig med at opbygge.

Igen synes vi, du skal bruge et øjeblik på at glæde dig over, hvor meget du kan.

Vi sagde, at en kompetence er noget, man ikke bare ved, men som man kan. Altså, noget man har prøvet af på den ene eller den anden måde. Derfor er næste skridt at skrive nogle ord ud for hver enkelt kompetence om, hvor og hvordan du har lært den, og hvor og hvordan du har gjort brug af den.

Du tænker: Det er lidt af et arbejde, så jeg lader være og læser videre i stedet for. Det er selvfølgelig ok. Du må bruge materialet her, som du vil. Men først skal du lige høre, hvorfor det er en god ide, at du bruger lidt tid på at skrive ned.

Når vi som rekrutteringsfolk afholder samtaler, så spørger vi naturligvis ind til folks kompetencer. Så når du fortæller, at du er rigtigt dygtig til at skrive pressemeddelelser, så spørger vi: "Kan du fortælle om en gang, hvor det virkelig lykkedes for dig? Hvad gjorde du, og hvilken effekt havde det?"

Når du siger; "jeg er meget struktureret og får altid mine ting gjort?" så spørger vi: "Kan du fortælle mig om en opgave, du har løst struktureret? Hvad gjorde du?"

Når du lige nu og her bruger noget tid på at skrive ned, hvor og hvordan du har benyttet den kompetence, du har opnået, så ligger den allerforrest i hjernen, når vi spørger. Vi oplever, at mange ansøgere har svært ved at blive konkrete, når de taler om deres kompetencer. Hvis du ikke læser videre, men laver øvelsen, så bliver det ikke dig, der snubler i den del af samtalen.

Du bliver en af dem, der kan fortælle positive historier om sig selv. Som afslutning kan du med fordel overveje, om og hvordan du vil udvikle den enkelte kompetence i fremtiden. Du har måske fået lederkompetencer som spejderleder, og i fremtiden vil du gerne tage et egentligt lederkursus. Arbejdsgivere kan nemlig også godt lide folk, der vil noget med deres fremtid.

Kompetence	Som jeg har lært ved, at...	Og brugt i forbindelse med...	Fremtiden

Kompetencedatabase

Øvelse 2 – 360 grader

Kender du dig selv? Ja, det gør du vel – og så alligevel ikke. De to psykologer Joseph Luft og Harry Ingham skabte i 50'erne et psykologisk værktøj, som de kaldte Joharis vindue. Her arbejdede de med et såkaldt blindt felt.

I deres definition er det det, som du ikke selv ved og er bevidst om i dit liv, men som andre ved om dig. I vores sammenhæng de kompetencer, som andre kan få øje på hos dig, men som du ikke selv kan få øje på.

Derfor skal du nu i gang med at inddrage andre i at finde dine kompetencer. Øvelsen er egentlig helt enkel. Du skal spørge nogle mennesker, der kender dig, om hvilke kompetencer de mener, du har.

Du skal stille dem fire spørgsmål:

1. Hvilke gode personlige egenskaber synes du, jeg har?
2. Hvordan kommer de konkret til udtryk?
3. Hvilke gode faglige egenskaber synes du, jeg har?
4. Hvordan kommer de til udtryk?

Husk virkelig at slå ørene ud og få skrevet ned. Hvis du aldrig har spurgt nogen konkret om, hvordan de ser dine kompetencer, kan du få nogle overraskelser – formentlig gode overraskelser. Måske er du god til noget, du slet ikke vidste, du var god til.

Hvem skal du spørge? Ja, i virkeligheden kan du jo spørge alle, der kender dig. Det kan godt være, at din mor ikke kan svare på, hvilke faglige kompetencer, du har. Til gengæld kan hun helt sikkert mere end 3 personlige. Så spørg endelig hende, hvis du synes.

Det vil selvfølgelig være endnu bedre at tale med mennesker, der kender dig fra en faglig sammenhæng. I erhvervslivet taler man om 360-graders undersøgelser, hvor man spørger en chef, en sideordnet og en underordnet. Derudover kunne man efter behov tale med kunder, samarbejdspartnere, studiekammerater osv. osv.

Et godt trick kan være at bede om lov til at stille de her fire spørgs-

mål med den klausul, at den man spørger altid må komme og få 10 minutters gratis ros hos dig en anden dag.

Slut af med at føje de nye kompetencer til din database.

Spørgsmål	Svar	Hvordan kommer de til udtryk?
Hvilke gode personlige egenskaber synes du, jeg har?		
Hvilke gode faglige egenskaber synes du, jeg har?		

360 graders skema

Øvelse 3 – Juletræet

Hvis du har mod på at gå et skridt videre i din kompetenceafklaring, skal du nu prøve at samle seks eller flere personer til en øvelse, der varer en time eller to. Hvis det er muligt for dig, kommer her opskriften på intet mindre end verdens bedste kompetenceafklaringsøvelse.

Det hele tager udgangspunkt i en god oplevelse.

I starter med hver især at finde frem til en god oplevelse. Vi ved godt, at det lige nu er dit første kys og Allans polterabend, der ligger længst fremme i hukommelsen. Det er derfor, du skal bruge 2-3 minutter på at finde oplevelsen frem.

Det kan være en oplevelse, som du er stolt af eller glad for at have været igennem. Det skal være en konkret situation, hvor din indsats har gjort en forskel, så her taler vi ikke om at du har været en god søster eller bror gennem et langt liv. Det skal være en kort periode, som klart er afgrænset i tid, og som gerne har en eller to nøglesituationer, som definerer oplevelsen.

Og ja, hvis du styrede logistikken omkring Allans polterabend med hård, men kyndig hånd, så kunne det naturligvis godt være lige præcis den oplevelse, du skal arbejde videre med.

Under alle omstændigheder skal du lige bruge lidt tid på at tænke detaljerne i situationen godt igennem.

Sæt jer sammen 2 og 2 og interview hinanden efter tur. Vær opmærksom på at formålet, med interviewet er, at interviewerens skal kunne genfortælle interviewpersonens historie.

Når du interviewer, skal du fokusere på hovedpersonens motivation, handlinger, resultater, styrker og erfaring – eksempelvis med spørgsmål som:

- Hvad skete der?
- Hvem var med?
- Hvad kunne du særlig godt lide?
- Hvad gjorde du?
- Hvordan gjorde du det?
- Hvad har du lært?
- Hvad tager du med dig fra oplevelsen?

Brug 3-5 min. per person og byt så roller.

Nu skal I i plenum (som dansklæreren altid kaldte det i folkeskolen, da vi var børn). Stil jer op med jeres interviewmakker og fordel jer i grupper af maksimalt 8 personer og stil op i en rundkreds. Udvælg 1 person.

Denne person er nu hovedpersonen, og skal stå midt i rundkredsen. Han, der interviewede hovedpersonen, genfortæller nu hovedpersonens historie. Mens han fortæller, tænker alle andre over, hvilke kompetencer hovedpersonen viste i situationen. Når man spotter en kompetence, skriver man den på et post-it og klistrer den på hovedpersonen med det samme. Deraf navnet på øvelsen, juletræet.

Brug 1 minut på en kort evaluering af indtryk, og gentag øvelsen indtil alle er hørt.

Efter den sidste runde, er det en god ide med en evaluering. Hvordan var det? Hvad kan I bruge det til? Hvordan fungerer historiefortællingen som kompetenceformidler? Kunne I forestille jer at bruge en historie til at fortælle om jeres kompetencer, frem for at nævne 3 styrker og 3 svagheder, som man ellers ofte bliver bedt om til en ansættelsessamtale?

Igen skal du selvfølgelig fylde de nye kompetencer og historier ind i din kompetencedatabase.

Øvelse 4 – Hvad drømmer du om?

Det handler selvfølgelig ikke alt sammen om personlige og faglige kompetencer, tidligere erfaringer og uddannelser. Det handler også om, hvad du drømmer om. Her til slut skal du give dig selv lov til at drømme lidt.

Luk øjnene og forestil dig dine tre drømmejobs. Et ad gangen, og levende. Forestil dig, hvordan virksomheden ser ud, hvad du laver, når du kommer om morgenen, og i løbet af dagen. Er frokostordningen god? Hvordan med kollegaerne – er de søde og rare? Eller måske udfordrende og kreative? De tre jobs må godt være forskellige. Det kan være, at du vil være kriminalforfatter, PR-rådgiver eller webredaktør. Så forestil dig dem: Ét for ét.

Er der fællesnævnerne i de tre jobs? Der er garanteret nogle værdier i virksomhederne, omkring det sociale eller i arbejdsopgaverne, som går igen. Det skyldes formentlig, at de ting betyder en masse for dig.

Skriv dem op på nogle stykker papir (en værdi på hver) og læg dem foran på gulvet. Prøv at stå på hver af dem med lukkede øjne og fornem, hvor meget lige præcis den værdi eller udfordring betyder for dig (ja, det lyder mærkeligt, og nogen synes det er grænseoverskridende, men det virker). Der er sikkert nogle af dem, der betyder mere for dig end andre. Prøv at rangordne dem på gulvet foran dig. Så det allervigtigste ligger først, efterfulgt af det, der er næst vigtigst og så videre.

Hvorfor nu det? Det er hårdt på arbejdsmarkedet, så det handler vel bare om at gøre sig så lækker som overhovedet muligt. Det kan da være lige meget, hvilke værdier man har som jobsøger, når bare man ender med et job.

Nej. Det kan godt være, at det ville være nemt at finde et job, hvis du var fuldstændig ligeglad med, om du skulle feje gade, bruge din Ph.d. i kvantefysik eller sælge hash fra en bod på Christiania. Men du skal bruge rigtigt meget af dit liv på jobbet. Det kan godt være, at du kommer til at gå på kompromis med nogen ting. Ja, der er nok i virkeligheden en ret stor sandsynlighed for, at du kommer til at gå på kompromis. Sådan er det bare. Men hvis du ved, hvad der virkelig

betyder noget for dig, så kan du i det mindste sørge for at få dét.

Nogle mennesker kan slet ikke fungere i deres dagligdag, hvis de ikke har kollegaer, som de kan tale med. Hvis det er tilfældet, skal du nok ikke være kriminalforfatter eller arbejde på en arbejdsplads med en masse sure kollegaer.

Andre burer sig inde i sig selv og bliver helt opslugt af deres arbejdsopgaver. De skal ikke hele tiden forstyrres af glade kollegaer, der inviterer i fredagsbar.

Det betyder noget, at du finder et job, som i hvert fald ikke kommer på tværs af de ting, som er allermest vigtige for dig.

Ting, der betyder meget for mig i et job

1

2

3

4

Øvelse 5 – Sæt et mål

Det kan være en god ide at overveje, hvad dit mål med jobsøgningen er, så du bruger krudtet mest optimalt. Dit mål kan sagtens ændre sig undervejs, men lige nu synes vi, du skal bruge 10 minutter på at formulere et mål og besvare de nedenstående spørgsmål om målet:

Målet skal være:	Mit mål
Specifikt: <i>Hvad vil du gerne?</i>	
Målbart <i>Hvordan ved du, at du er kommet i mål?</i>	
Attraktivt: <i>Hvad betyder det for dig at nå i mål? Hvor motiveret er du for at nå målet?</i>	
Realistisk: <i>Hvor realistisk er målet? Hvad kræver det for dig at nå målet? Er der noget, du skal have på plads, før du kan nå målet?</i>	
Tid: <i>Hvornår når du dit mål? Hvornår når du eventuelle delmål? Kan du rykke nogle af målene tættere på?</i>	
Effekt: <i>Hvilken effekt vil det have for dig at nå målet? Hvad kan (eller får) du, når du har nået målet, som du ikke allerede kan (eller har)?</i>	

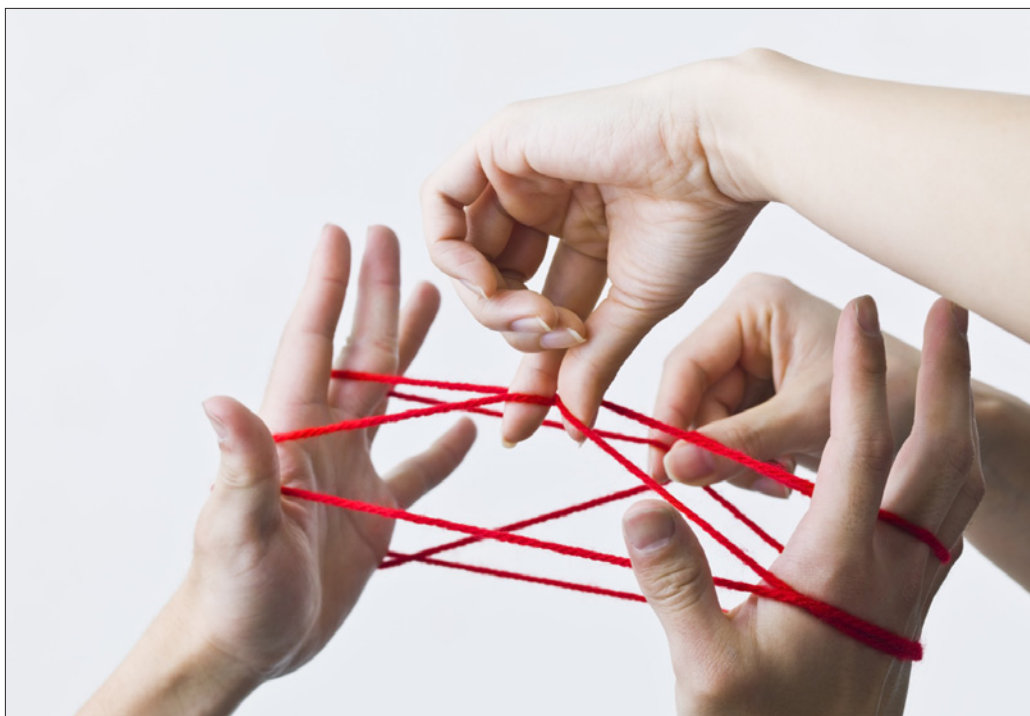
2.2. So far, so good

Nu har du et godt overblik over to vigtige ting i din jobsøgning: Hvad du kan. Og hvad der virkelig betyder noget for dig.

Du har et stort arkiv over kompetencer. Faglige såvel som personlige. Dem skal du bruge aktivt senere.

Du ved også, hvad der betyder meget for dig i et nyt job.

De to ting skal du hele tiden holde dig for øje i det følgende.



3.0. Arbejdsgiveren

Nu vender vi os nemlig mod det næste vigtige: Arbejdsgiveren. Ham, der skal give dig et job... nej stop! Hvordan var det nu, det var?

Ham, du skal løse en udfordring for

Din Top 5

Når folk, der ansætter, evaluerer ansøgerne i fredagsbaren, så brokker de sig normalt over, at mange ansøgninger er alt for generelle. At ansøgeren hverken i sin ansøgning eller til samtalen har gjort sig nogen tanker om virksomheden, og hvordan han eller hun passer ind. Det gælder især mindre virksomheder. Det er som om, det er ok, at man som ansøger ikke har sat sig ind i, hvad Ferrodan eller Brdr. Christensen laver. Som ansøger kan man altid undskylde sig med, at virksomhederne jo ikke er kendte, og at der er ganske mange små virksomheder at holde styr på.

Den undskyldning gælder ikke mere.

Det er også derfor, vi siger: Du skal have en top 5-liste (eller en top 10 liste måske) over virksomheder, du rigtigt gerne vil ansættes i. Hvis du som jobsøgende virkelig vil have kant til dine konkurrenter, så skal du kende virksomheden bedre, end de gør. Det kræver arbejde, og derfor skal du målrette dit arbejde mod din top 5 eller 10 – eller hvor mange du nu synes, du kan arbejde seriøst med.

Du har sikkert allerede nogle arbejdsgivere i hovedet. Der er også en ganske stor chance for, at du er forholdsvis uopfindsom, når du skal nævne, hvem de er. Hvert år laves der undersøgelser over, hvor danske studerende helst vil ansættes, og listerne består som regel af Vestas, Maersk, Novo, Carlsberg og Lego. Måske sniger B&O sig med, sammen med Danske Bank og Nordea.

Med andre ord; de store danske virksomheder. Men hvad med de små virksomheder?

3.1. 3 gode grunde til at gøre karriere i mindre virksomheder

Du ser måske sådan på det, at et job i en mindre virksomhed er en nødløsning, hvis Maersk sender et afslag.

Nej. En karriere i mindre virksomheder er en fantastisk mulighed.

Og der er mindst 3 gode grunde:

- 1.** Indflydelse: I en lille virksomhed får du hurtigt indflydelse på tingene. Ofte er du den eneste, eller i hvert fald en af de få, der kan lige præcis det, du kan. Det betyder, at ledelsen hurtigt begynder at lytte til dig.
- 2.** Bredde: Du bliver ikke ansat som intranet-redaktør i en lille virksomhed. Hvis du kan noget med kommunikation, kommer du formentlig til at arbejde med alt fra pressen over internettet til ledelsens kommunikation med de ansatte. I en lille virksomhed har man ikke super-specialiserede mennesker ansat. Så du ender med at få rigtigt mange nye kompetencer, og lige så mange vildt spændende opgaver.
- 3.** Det betyder noget: Hvis du ikke får lavet undersøgelsen af rentabiliteten i virksomhedens produkter - så er der ikke nogen, der gør. Hvis din web-kampagne går godt, så kan virksomheden mærke det på bundlinjen. I en lille virksomhed har det stor betydning, hvad du gør. Dine kollegaer bliver glade, når det lykkes for dig, og du kan straks se det, hvis noget ikke lykkes.

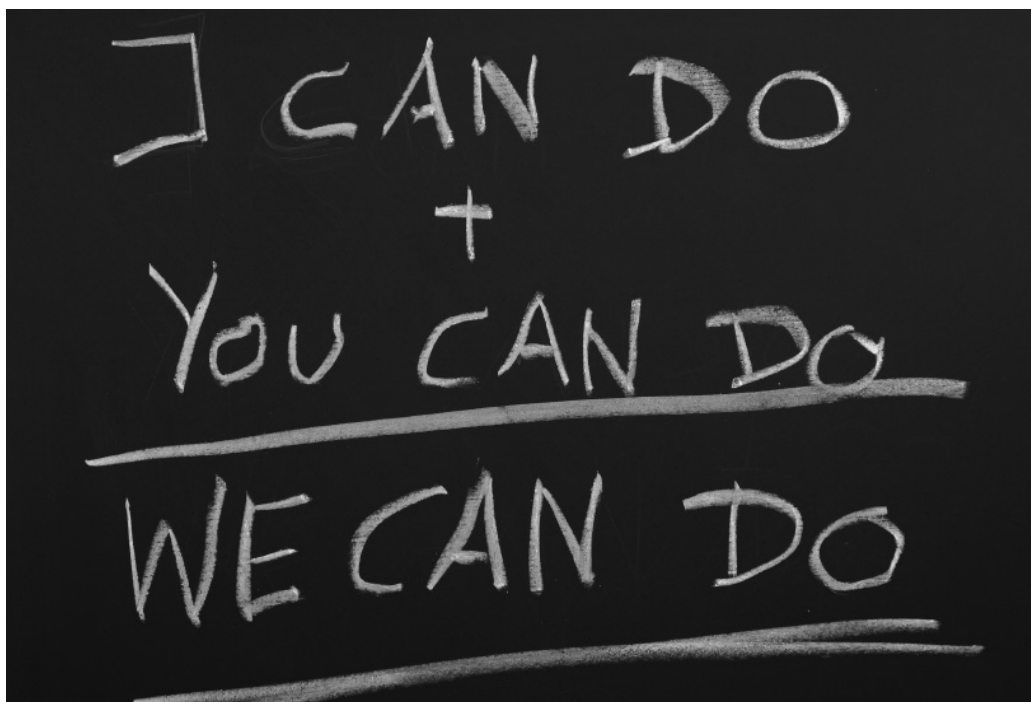
Med andre ord; opgaverne er mere spændende, du kommer hurtigt til tops, og din indsats betyder noget i en mindre virksomhed.

Det er, efter vores opfattelse, opskriften på et fantastisk arbejdsliv.

Hvis du tager det her med at se på jobmarkedet blandt de små og mellemstore virksomheder alvorligt, er du nødt til at tænke ud af boksen. Du er nok nødt til at gribe det lidt anderledes an. Du kan

– desværre – ikke forlade dig på at skrive en liste med de virksomheder, som står på børslisten bag i Dagbladet Børsen.

Så du må gøre noget andet, og der er to veje; den systematiske og den opsøgende.



3.2. De to veje til din top 5

Den systematiske

Hvis du går systematisk til værks, overvejer du, hvordan den ideelle virksomhed skal se ud for dig. Lad os tage et eksempel fra den virkelige verden.

Bettina var blevet arbejdsløs. Hun var uddannet sygeplejerske, og i omkring et års tid havde hun kørt som lægemiddelkonsulent for en virksomhed, der solgte diabetesmedicin. Hun havde primært besøgt læger på Fyn.

Hun havde altså nogle kompetencer, hun godt ville bruge:

- Kendskab til lægerne på Fyn,
- Sin salgserfaring og
- Viden og erfaring om diabetesbehandling

Bettina hentede en liste over lægemiddelvirksomheder i Danmark fra Experians Web-Direct-database. Hun kendte allerede nogle af dem, der handlede med diabetes midler, og derudover undersøgte hun hjemmesider for at afdække, om nogle af dem solgte produkter, der lignede, og om de havde lægemiddelkonsulenter, der kørte til lægerne. Det gav en god liste – og iblandt dem et job en måned senere.

Sådan kan man i virkeligheden gøre på alle mulige områder. Fremgangsmåden er oven i købet simpel:

- Sæt nogle kriterier,
- Søg og sortér

Kriterierne kan være mange:

- Geografi er som regel oplagt, fordi de færreste ønsker at flytte alt for langt for at få et job,
- For mange er branchen også relevant. HR-folk som os er nok ligeglade med, hvilken branche vi lander i, men hvis man er uddannet elektriker, giver det mening at kigge på elektriker-virksomheder,
- Produkter er der også mange, der vil synes, er et vigtigt kriterium,
- Eksport, kan være et kriterium, hvis man gerne vil arbejde med udlandet, eller man har specielle sprogfærdigheder
- Kompetencer,

osv. osv.

Her sætter kun fantasien i virkeligheden grænsen.

Og når det gælder om at søge og sortere, skal kreativiteten også i spil. Man kan altid benytte nogle af de gængse databaser, som man ofte finder på biblioteket. Vi har nævnt Experians Web-Direct. Du kan også bruge NN Markedsdata.

Brancheforeningerne er ofte en god indgang. Bettina kunne have fundet sin kommende arbejdsgiver hos Lægemiddelindustriforeningen, som har en fin liste over deres medlemmer.

Efter en masse søgen og sorteren står du forhåbentligt tilbage med en håndfuld eller to rigtigt spændende virksomheder, som du vil arbejde hos.

Den opsøgende

Den anden – mindre systematiske metode – kan være rigtigt god for dem, der har lidt sværere ved at opstille kriterier. Det kunne være HR-folk, som nævnt tidligere. Eller regnskabsmedarbejdere, receptionister og kommunikationsspecialister.

Her gælder det om at følge med i aviserne og på nettet – specielt steder, som omtaler mindre virksomheder. Det kan være Børsen, men

det kan også være business.dk, epn.dk, LinkedIn eller et helt andet sted.

Her kan det være smart at følge pengene: Læs artikler for at finde frem til hvor pengene strømmer hen? Hvem har vundet store ordrer? Hvem har skabt ny udvikling? Det er altid interessant at tage kontakt til virksomheder, som det går godt. Så har man også en god indgangsvinkel, fordi man kan tale om det, virksomheden har præsteret.

Du kan finde masser af gode databaser på biblioteket – ikke mindst Infomedia, som er en database med artikler fra en række danske medier. Her kan du søge efter nøgleord og finde de virksomheder, hvor det går godt.



3.3. Lidt mere research

På det her tidspunkt er der mange, der kigger på deres liste med 5-10 virksomheder og siger: "Jamen, der er ingen af dem, der har slået et job op, som passer til mig."

Det er selvfølgelig fantastisk, hvis din drømmearbejdsgiver har slået din drømmestilling op. Hvis det er tilfældet, så drop alt om at læse videre i den her bog og ring til ham. Så kan du hurtigt komme i gang.

Men det er formentlig ikke tilfældet, og det gør heller ikke noget. Vi lagde jo ud med mantraet: "Du skal lade være med at søge job, når du søger job." Vi fortsætter lidt i det spor, for nu skal du til at finde ud af lidt mere om din kommende arbejdsgiver.

29

Hvad har han tidligere præsteret?

Når du går til din kommende arbejdsgiver, er det vigtigt, at du opfatter dig selv som hans ligemand. Du har noget at tilbyde lige præcis dén arbejdsgiver.

Det kræver i første række, at du kender arbejdsgiveren og de udfordringer, han står overfor. Så nu skal du i gang med din research. Du vil gerne finde ud af:

- Hvilke resultater arbejdsgiveren har skabt,
- Hvilke udfordringer de er stødt på,
- Hvordan de løste dem, og
- Ikke mindst hvad de nu står over for

I det hele taget skal du gå til arbejdsgiveren, som mænd går til biler. Du skal med stor interesse æde al den information, du overhovedet kan skrabe sammen, så du er godt klædt på.

Hjemmeside

Start på virksomhedens hjemmeside. Her finder du den officielle

historie om virksomheden. Du kan godt regne med, at de er stolte af det, der står lige netop her. Læs også mellem linjerne og prøv at forestille dig, hvad de har måttet gå igennem.

Google

Søg på Google og find informationen. Det er selvfølgelig oplagt at søge på virksomhedens navn, men prøv også at slå ledende medarbejdere, produkter og serviceydelser op.

Det er også en god ide at finde konkurrenter i markedet og læse om dem. Har de måske en branche forening? Og hvad arbejder de med i øjeblikket?

Husk; du er i markedet for alle mulige og umulige stykker information, som du kan bruge i dit videre arbejde. Vær nysgerrig.

Netværk

Danmark er et lille land. Der er faktisk en god chance for, at du kender en, der kender en, der arbejder eller har arbejdet i virksomheden. Snak med ham eller hende.

Du er garanteret på LinkedIn. Lav en søgning på virksomhedens navn. Det kan godt være, at der ikke lige dukker én op, du kender. Men der dukker måske en op, der kan vise dig vej.

Gå på biblioteket, få adgang til infomedia, slå virksomheden op og find artikler som de har optrådt i. Brug også gerne Infomedia til at udvide din top 5 liste med virksomheder, der ligner dem på din liste, og som optræder i medierne.

Husk igen: Du er interesseret i at få at vide, hvad virksomheden har opnået, og hvilke udfordringer virksomheden (og / eller branchen) står over for.

Øvelse 6 – Arbejdsgiverens kommende udfordringer

Du har samlet en masse information om branchen og virksomheden. Nu skal du i tænkeboks. Målet er, at du skal formulere fem bud på udfordringer, som virksomheden står over for.

Det er her, du for alvor opdager, om du har gjort dit hjemmearbejde godt. Virkeligheden er nemlig, at alle (ja, alle) virksomheder står over for mindst fem udfordringer. Desværre – eller heldigvis måske – ofte flere.

Udfordring

1

2

3

4

3.4. Kontakt til arbejdsgiveren

Nu har du gjort dit hjemmearbejde. Du kender virksomheden og dens udfordringer. Du kender dig selv og ved, hvad du står for, og hvilke kompetencer du kan tilføre en virksomhed. Du er klar til at tage kontakt til arbejdsgiveren.

Her vil vi fortælle en lille historie fra virkeligheden som rekrutteringsansvarlig. De udspiller sig hos Habro & Finansgruppen, hvor Jacob Høedt Larsen er underdirektør.

En dag tikker en mail ind med et CV og følgende besked: "Hej, jeg er jobsøgende. Vil du ikke kigge på mit CV og se, om I kan bruge mig til noget?"

Cirka samtidig ringer telefonen, og en stemme i den anden ende af røret siger: "Hej, jeg har set, at I har købt en portefølje af tyske ejendomme. Jeg har i nogle år arbejdet med ejendomsadministration i Tyskland og tænkte, om jeg ikke måtte kigge forbi til en kop kaffe en dag og høre om jeres planer i den forbindelse? Måske kan jeg også komme med et godt indspark eller to."

Det her er en *no-brainer*, det ved vi godt. Men overvej alligevel svaret på spørgsmålet: "Hvem kom til samtale?"

Nemlig.

Og hvorfor kom nummer to ind til en snak?

Fordi:

1. Han hackede sig ind i hjertet af virksomheden. Vi havde lige overtaget en tysk portefølje, og meget af vores tid gik med at overveje og arbejde med, hvordan vi skulle indarbejde den i vores organisation,

2. Han havde relevant erfaring som potentielt set kunne hjælpe os, og
3. Han søgte ikke job direkte. I første omgang ville han blot vende vores tanker og måske byde ind med de erfaringer, han havde

Det er så enkelt.

Nu skal du altså ud og tale med virksomhedsejere og –ledere i de mindre virksomheder. Men hvor møder man sådan nogen? Hvordan får man skabt kontakten?

Telefonen

Den simple løsning er naturligvis at gribe knoglen og ringe til dem, sådan som vi har beskrevet det oven for. Men det er klart, at det kræver mod og knofedt.

Mod, fordi det for langt de fleste mennesker er lidt angstprovokerende at ringe til fremmede.

Knofedt, fordi der nok skal kyskes en del frøer, før man finder chefprinsen på den hvide ønskejobs-hingst.

Vi kan lige så godt være helt ærlige. Når man ringer "koldt", som sælgere kalder det, når man ringer til nogen, man ikke kender, så er der mange, der siger nej tak. Det gode er, at de ikke gør det, fordi de ikke kan lide dig. De gør det, fordi de har travlt. De gør det, fordi de bare aldrig siger ja til noget. De gør det, fordi de i dårligt humør. Eller af en helt fjerde grund. Men de gør det ikke, fordi de ikke kan lide dig... for de kender dig ikke.

Hvis du på den anden side har gjort dit hjemmearbejde og kender lidt til virksomheden, så kan du formentlig lande et kaffemøde engang imellem. Og det er jo sådan set fint, hvis du aftaler et møde, hver gang du ringer til 10 mennesker.

En anden lille tanke som måske kan give dig modet til at ringe op. Rigtigt mange vil vide, at Jon Dahl Tomasson scorede 52 mål i de 112 landskampe, han nåede at spille. Hvis du ikke vidste det, kan

du slå det op på nettet. Men hvor mange gange brændte han? Det er der ingen, der ved, men et godt bud er: Flere gange end han scorede. Sådan vil det også være for dig. Når du lander en samtale med én af dem, du allerhelst vil tale med, så er der næppe nogen, der overvejer, hvor mange der sagde nej.

Netværk

Men det er selvfølgelig altid bedre, hvis man har én eller anden indgang til de folk, man ringer til. Brug dit netværk. Du har allerede identificeret, om du kender nogen, der kender nogen i virksomheden. Du har måske endda allerede talt med dem.

Brug dem til at hjælpe dig ind ad døren. Det er ulig nemmere at få et kaffemøde, hvis man ringer og siger: "Karl sagde, at han mente, det var ok at ringe til dig. Jeg synes din virksomhed er rigtigt spændende og har nogle indgangsvinkler..."

Men husk, at netværksarbejde først og fremmest handler om at give – ikke at tage. Dit udgangspunkt i netværket skal altid være; "hvad kan jeg gøre for dig?" Den måde at arbejde på kan du læse mere om i bøger, der specifikt omhandler netværk. Her er det nok at vide, at du altid i første omgang skal fokusere på, hvad du kan gøre for dit netværk. Det er god netværkskarma.

Konferencer, netværksgrupper og andre steder ude i virkeligheden

Det er også godt at møde mennesker til fysiske begivenheder. Det kan være en konference om dit fagområde, en netværksgruppe eller andre muligheder. Vær åben over for at komme ud til forskellige begivenheder og tal med folk. Der møder du muligvis ikke lige din favoritvirksomhed, men man skal naturligvis også være åben over for andre muligheder.

Det kræver i virkeligheden bare et minimum af forberedelse at finde en god indgangsvinkel til en samtale med de mest interessante deltagere. De fleste konferencer sender en deltagerliste ud på forhånd. Hvis du ikke modtager én, så ring og spørg efter den.

LinkedIn, e-mail og andre steder på nettet

Man kan også opspøge folk via LinkedIn, sende dem en e-mail eller en

SMS – eller noget i den stil. Her er det godt at være opmærksom på, at det er meget, meget nemmere at afvise folk online, end hvis man taler med dem i telefonen eller ansigt-til-ansigt. Det er ikke et argument for aldrig at række ud til folk online, men det er en advarsel om at tænke sig godt om først.

Men nettet rummer også andre, lidt mere indirekte måder at udvide og pleje sit netværk på. Kommentarsporene på blogs. Grupper eller spørgsmål og svar på LinkedIn, for eksempel. Prøv nogle forskellige ting af og se, hvad der virker for dig. Målet er kontakt med mennesker, som er interessante for dig at tale med i forbindelse med din karriere.

Hvad skal vi tale om?

Lad os antage, at du har fået fat i ham eller hende, du gerne vil tale med. Du har booket et kaffemøde, mødt hende til en konference, eller taler med ham fordi han også henter pizza i det lokale pizzeria.

Hvad skal I så tale om?

Der er to situationer.

1. Den, hvor du har forberedt dig og kender virksomheden og branchen rigtigt godt, og
2. Det tilfældige møde med en spændende person

Tilgangen er faktisk den samme i begge situationer. Din opgave er at spørge fagligt nysgerrigt ind til virksomheden og dens udfordringer. Hvis du har researchet virksomheden kender du allerede problemstillingerne lidt, og har du ikke, så ved du jo heldigvis, hvor virksomheder typisk har udfordringer på dit faglige område.

Din anden opgave er at lytte efter mislydene. Der, hvor virksomheden enten har problemer, som den ikke får løst. Eller der, hvor virksomheden har potentialer, som den ikke udnytter. Tag dem alle sammen ad notam. Det kan godt være, at du ikke selv kan løse et specifikt problem, men så kan du måske hjælpe én fra dit netværk

(og samtidig virksomheden). Det skader aldrig at sprede lidt god karma.

Gode spørgsmål er:

- Hvilke mål vil I nå?
- Hvordan håndterer I X område?
- Hvad gør I bedre end konkurrenterne på X område?
- Hvor halter det lidt i processerne?

Det kan også være en fordel at spørge detaljeret ind til disse spørgsmål (som man har undersøgt inden samtalen):

- Hvilke resultater arbejdsgiveren har skabt,
- Hvilke udfordringer de er stødt på,
- Hvordan de løste dem, og,
- Ikke mindst hvad de nu står over for nu?

Hvis samtalen går godt, kan man spørge yderligere ind til:

- Hvilke opgaver glæder I jer til at tage fat på?
- Hvilke mål vil I gerne nå?
- Er der nogen af de opgaver I gerne vil nå, men som I ender med ikke at prioritere?
- Hvad ville det betyde at nå disse opgaver alligevel?

Men i det hele taget skal du gå lidt med din mavefornemmelse, faglighed og nysgerrighed – så står du lige pludselig med en lille håndfuld udfordringer, som du måske kan hjælpe virksomheden med.

4.0. Udfordringerne og løsningerne

En udfordring er altså en eller anden opgave, som det har værdi for arbejdsgiveren at få udført. Arbejdsgiveren har måske ikke den samme faglighed som dig, og han udtrykker sig derfor formentlig mere i mål end i konkrete opgaver. Men du kan sagtens oversætte.

Han siger nok, at det ville være rart at bruge færre penge på lageret, ikke at han gerne vil indføre lagerstyring.

Eller han siger, at virksomheden godt vil have flere kunder, ikke at han gerne vil arbejde med PR, eller at han vil implementere et kundestyringsystem.

Du skal med andre ord være den, der oversætter virksomhedens mål til de midler, som du kan levere. Heldigvis er der ofte flere forskellige løsninger på det samme problem, og du kan garanteret levere én af løsningerne. Det er altså nu, du skal i maskinrummet og overveje den perfekte løsning på ét eller flere af de problemer, som arbejdsgiveren har.

Det ved du mere om, end vi gør. Så her vil vi ikke give mange gode råd. Det er dog vigtigt, at arbejdsgiveren kan se løsningerne for sig. Forsøg at gøre det hele så konkret som overhovedet muligt. Det er langt lettere i første omgang at sælge arbejdsgiveren ideen om at gennemgå det nuværende lagersystem og finde 5 mindre optimeringsmuligheder, end det er at overbevise ham om, at du skal bruge lang tid på et strategiprojekt, der skal nedbringe lageromkostningerne i løbet af de kommende tre år. Det er muligvis der, det ender. Men det er altid godt at blive så konkret som mulig, så hurtigt som mulig.

Vi vil altså lade dig om at finde løsningen på arbejdsgiverens udfordring. Det, vi vil koncentrere os om her, er at give nogle ideer til, hvordan en løsning kan skrues sammen på ansættelsessiden.

Er det en fuldtidsstilling?

Kan du huske, hvad vi sagde i starten? Det er dyrt for en arbejdsgiver at foretage en fejlsansættelse. Allerede når du har været ansat i 6 måneder, vil du – hvis du ellers er funktionær – have 3 måneders opsigelse. Derfor kan det godt være vanskeligt at overbevise en arbejdsgiver om en fuldtidsansættelse.

Vi har også lige været rundt om, at konkrete opgaver er nemmere at gå til end de mere abstrakte. Det er nemmere at få lov til at lave en enkelt PR-kampagne end at blive ansat som kommunikationschef.

Omvendt er det sådan i mange mindre virksomheder, at når man er kommet ind og har vist sit værd, så slipper de ikke en igen. Mange af dem, der har været i en eller anden form for praktik eller løntilskud i det offentlige vil vide, at man meget sjældent bliver ansat efterfølgende. Sådan er det ikke i de mindre virksomheder. Når man sidder på kontoret hver dag og er dygtig, så får man flere og flere opgaver. Man bliver heldigvis meget hurtigt meget uundværlig, når man sidder med 10, 20, eller måske 50 kollegaer.

Det taler alt sammen for at satse på en kortere ansættelse eller en projektansættelse til at starte med.

Kortere ansættelse

De fleste kan dog godt lide at være fuldtidsansat, så det vil nok under alle omstændigheder være nemmest for dig, hvis du går efter en fuldtidsstilling i en eller anden periode. Det kunne for eksempel være en 3-måneders periode, hvor du løser den konkrete opgave.

Du skal altid insistere på at sidde i virksomheden. Ikke noget med at få dig et hjemmekontor, hvor du kan løse opgaven. Når du sidder ude i virksomheden, kan vi næsten garantere dig, at du vil opdage – eller måske endda bare få – nye opgaver. Du kommer til at høre om dem ved frokostbordet, eller når du holder møde med andre medarbejdere i virksomheden. Du kommer ikke til at tale med Gerda fra salg om mulighederne i Kroatien, hvis du sidder hjemme i kælderens.

Du har i virkeligheden to hovedmål- og opgaver i sådan en kort ansættelse. Du skal fokusere fuldt på opgaven, så du viser dit værd

for virksomheden. Og derudover skal du opsøge nye mulige opgaver, så du enten kan forlænge opholdet eller blive enig med chefen om, at det er nemmere at ansætte dig på fuld tid.

Vi har - heldigvis - set det ske masser af gange i de små virksomheder. Du kommer ind ad døren i en tre-måneders ansættelse med et konkret projekt. Og lige pludselig er der gået 5 år.

Projektaftale

Det kan godt være svært for nogle virksomheder at skride til ansættelse, også selvom den er kort. En projektaftale kan være den eneste udvej. Sådan en handler basalt set om:

1. Jeg løser denne helt konkrete opgave, og
2. Du betaler denne pris for det

Den sidste del er vigtig. Der er sikkert nogen ledige, som godt gratis vil vise, hvad de kan med henblik på et job. Man ser i hvert fald som rekrutteringsansvarlige ind imellem ansøgninger med ordet gratis.

Det er bare psykologisk noget skidt, at arbejdsgiveren værner sig til, at ydelsen er gratis. Der er langt mere *commitment* fra en arbejdsgiver, som betaler et eller andet. Og det er langt lettere at blive fast-ansat, når arbejdsgiveren i forvejen betaler for ydelsen. Du behøver ikke nødvendigvis forlange konsulenthonorar på 2.000 kr. i timen, men det er vigtigt, at der bliver betalt for det arbejde, du udfører.

Ligesom når du bliver korttidsansat, skal du forsøge at komme til at sidde i virksomheden. Vi ville selv hellere sidde i et mødelokale eller på gangen end derhjemme. Mulighederne åbner sig først og fremmest i samspejlet med kollegaerne og cheferne på arbejdspladsen.

Studerende

Hvis du er så heldig at være studerende, har du en masse muligheder for at komme i kontakt med mindre virksomheder ved at lave konkrete opgaver for dem. Det kan være i forbindelse med projekter eller som et specialesamarbejde – eller måske i forbindelse med praktikophold.

Her gælder fuldstændigt det samme som, når du søger en helt almin-

delig stilling. Der er tryk på i virksomhederne, så du skal levere et eller andet til virksomheden, som den kan bruge.

Men så får du også en fantastisk mulighed for at udvide dit netværk og ikke mindst vise en eller flere virksomheder, hvad du kan.

Ledige

Vi har faktisk ikke nogen specielle råd til ledige. En ledig er jo egentlig bare en iværksætter, som ikke er kommet i gang med sin nye virksomhed endnu.

Som ledig skal du arbejde med tingene fuldstændig, som var du i job. Du har bare lidt mere frihed og tid til at gøre arbejdet.

Vi oplever imidlertid nogle gange ting fra ledige, som vi vil advare lidt imod.

For det første er det indholdet, ikke formen, der er vigtig. Engang imellem oplever man, at ledige tilbyder én, at de kan arbejde gratis som noget af det aller første, de siger. Nogle gange før man overhovedet ved, hvad de kan. Det er en rigtigt dårlig ide. Det er langt bedre at blive enige om, at den ledige kan løse en udfordring, og så aftale hvordan formen på kontrakten skal være. Husk igen på, at gratis arbejdskraft langt fra er gratis.

Man skal også passe rigtigt meget på, at man ikke får påtaget sig en rolle som ledig. I de senere år er der opstået en del netværk omkring jobsøgning og ledighed – både online og i den virkelige verden. Deltagelse i sådanne netværk er en fantastisk mulighed for at holde hinanden til ilden. Men man skal passe rigtigt meget på, at andre ledige ikke kommer til at udgøre hele ens netværk, og at ens faglighed ikke lige pludselig er jobsøgning. Brug mindst ligeså meget netværkstid sammen med folk, der er i job rundt omkring, som du bruger på netværk med ledige. Og hvis du vælger et netværk med andre ledige, vil vi opfordre dig til, at du hele tiden holder fokus på, at netværket arbejder mod, at du kommer i arbejde.

5.0. Din præsentation

På et eller andet tidspunkt skal du selvfølgelig have præsenteret over for arbejdsgiveren, at du er løsningen på hans udfordring. Og her er der kun én regel. Gør det på den måde, der giver mest mening i situationen.

Skal jeg stadig ikke søge job?

Det kan faktisk være en god ide stadig ikke at søge job på traditionel vis, selv forholdsvis sent i processen. Det kan være det nemmeste, at du bliver enig med direktøren om, at du det næste halve år får styr på hans lagerstyring, og det skal du have 30.000 kr. for om måneden. Håndslag - så må I finde ud af det formelle bagefter.

Der er jo som udgangspunkt ingen grund til at skrive en ansøgning, udfærdige et CV og gennemføre jobsamtaler, hvis I faktisk er enige. Det eneste, du opnår ved det, er nok at henlede arbejdsgiverens opmærksomhed på, at han er ved at ansætte dig ... og at han måske lige skal have to-tre kandidater mere på banen.

Ansøgning og CV

Så. Lad være med at lade dig binde af, at man normalt afleverer en ansøgning og et CV i forbindelse med en ansættelse. Tænk over, hvad der helt konkret i situationen giver mening i stedet for. Det kan være en rapport, som beskriver det, du vil gøre. Det kan være et håndslag nede på lageret. Eller måske en kontrakt på et stykke lokumpapir. Hvem ved?

Men lad os alligevel se på de mere traditionelle elementer: CV'et og ansøgningen.

Vi starter med nogle hurtige svar på spørgsmål, som vi ofte hører:

Skal der billede på CV'et?

Måske.

Jeg har hørt, at man ikke skal sætte sine fritidsinteresser på, for så virker man ikke seriøs. Er det rigtigt?

Det er formentlig ikke rigtigt, nej.

Må en ansøgning fylde mere end en side?

Ja. Der er ingen lovgivning, der regulerer papirforbrug i forbindelse med ansøgninger.

Folk, der stiller os den type spørgsmål bliver ofte rigtigt trætte af os, rigtigt hurtigt. Virkeligheden er: Der er sjældent helt generelt rigtige svar på de spørgsmål.

Eksempelvis det med billedet. Er det en god ide at sætte billede på sit CV? Svaret er, at det fuldstændig afhænger af situationen og af dig.

Situationen først. Hvis du søger et job som receptionist eller sælger, så betyder det noget, om du er et præsentabelt menneske. Derfor kan det være en fantastisk ide at sætte et godt billede øverst på ansøgningen. Ét hvor du viser, at du er smilende, udadvendt og ikke kommer til at skræmme kunderne væk.

Men hvis du skal ansættes som servicemedarbejder i et call-center, hvor du skal tage telefonen, så er det måske mere relevant, at dem der skal ansætte dig hører din fantastiske telefonstemme.

Og så det her med dig selv. Hvis du har det rigtigt skidt med at sætte billede på din ansøgning og helt ind i dit hjerte mener, at det er dumt, plat og tåbeligt - så skal du lade være.

Igen handler det om at tage udgangspunkt i dig selv og situationen og lave din ansøgning og dit CV, så det afspejler dig og passer til situationen. Der er én – og kun én – regel for billeder i CV'et. Hvis du sætter et billede på, skal det være et godt, professionelt billede.

Det er garanteret en god ide at skrive "De" i ansøgninger til Maersk,

men hvis du gør det i en ansøgning til et hipt ungt reklamebureau, så vil du blive grinet ud.

Hvis du skal være tekstforfatter, skal du guddødemig stave ordentligt og sætte kommaerne efter et eller andet system i din ansøgning. Mester på værkstedet kan nok se gennem fingre med, at modtage en "ansøgning" fra dig, hvis du til gengæld kan kende forskel på en karburator og en kardanaksel.

Derfor får du ikke ret mange andre råd fra os end: Gør det, der giver mening for dig i forhold til den arbejdsgiver, du søger hos. Det er da nemt.

Samtalen

Hvis du arbejder efter denne e-bog, kan du være heldig slet ikke at skulle til en formel samtale, hvor du skal svare på mere eller mindre tåbelige spørgsmål som; "hvad er dine tre svagheder."

Men lad os alligevel tage lidt om samtalen, fordi det giver os mulighed for at give et vigtigt tip, som du også kan bruge i alle andre samtaler med kommende arbejdsgivere (og mange andre for den sags skyld).

Tippet er: Fortæl historier.

Lige en lille omvej. Prøv at slå op i en avis af den mere seriøse slags. Du kan garanteret finde en eller anden historie, som bygger på noget statistik. Det kunne være noget i stil med; "antallet af dræbte i trafikken steg med 17% sidste år." Hvis journalisten har gjort sit arbejde godt, finder du en artikel ved siden af med en helt konkret historie om den 17-årig pige Tine, som blev dræbt i trafikken af en fuld nordmand i en Volvo.

Når du på et eller andet tidspunkt om ca. 5 minutter har glemt, at antallet af dræbte i trafikken steg med 17% sidste år, kan du stadig huske Tine og historien om hende, Volvoen og nordmanden.

Sagen er nemlig den, at vores hjerne er bedre til at forholde sig til gode historier end statistik. Det er muligvis også derfor, du hellere

vil i biografen og se en action film med Bruce Willis end til en højt-læsning af årbog fra Danmarks Statistik med bibliotekar Petersen på det lokale bibliotek.

Hvad betyder det så for dig, når du søger job?

Det betyder, at du hele tiden skal være klar til at sætte kød og blod på de kompetencer, som du forsøger at fremstille.

Hvis du er til samtale og vil fortælle, at du er dygtig til at skabe presseomtale af virksomheder, så kan du jo vælge at sige det. Altså: "Jeg er rigtigt dygtig til at skabe omtale af virksomheder i medierne."

Men du kan også fortælle om den lille virksomhed, der ville lancere tyverisikring af kældre, sådan nogle tremmer man kan sætte for vinduet. Med en helt simpel kampagne lykkedes det dig at få omtale til en annonceværdi på 120.000 kroner i en hel række lokale medier. Det førte til stor efterspørgsel efter tremmerne i Silvan. Så meget, at virksomheden ikke kunne følge med til at producere dem.

Vi vil godt love, at ejeren af virksomheden har nemmere ved at forholde sig til historien, end han har til det første udsagn, som ellers er helt rigtigt. Han kan simpelt hen bedre se historien for sig.

Øvelse 7 – fra ord til historie

Derfor skal du øve dig i at fortælle historier om dig selv. Du skal samle på dem. Man kan gøre det på mange måder. Én af dem er juletræsøvelsen, som du måske har prøvet nu. Den giver dig en masse erfaring med at fortælle historier, som fremhæver dine kompetencer.

En anden af dem, vi foretrækker, handler om at tage fat i en jobannonce. Tag alle de generiske ord: Omstillingsparat, forretningsorienteret og netværksorienteret er nogle af dem, du ofte vil støde på.

Find en helt konkret historie fra dit liv på hver af dem. Om dengang din virksomhed ikke havde råd til at have dig fuldtidsansat som bogholder, og du hurtigt lærte jobbet som salgssupporter. Det viser, at du er omstillingsparat.

Målet er simpelt hen, at du altid har en historie, du kan hæfte på, når du taler med en arbejdsgiver - eller enhver anden - om dig selv og dine kompetencer. Så sikrer du dig, at folk kan huske, hvad du kan. Før dem eventuelt i din kompetencedatabase.

Øvelse 8 – saml på historier

Når man ansætter en grafiker eller en anden kreativ, så kommer de ofte slæbende med en stor mappe under armen. I den har de nogle af de bedste ting, de har lavet – deres portfolio. Lækre reklamer, fotos og hjemmesider.

Lidt på samme måde skal du begynde at samle på historier om dig selv. Du kan gøre det helt simpelt. Ved siden af din seng, på natbordet, lægger du en lille notesbog. Hver aften, før du lægger hovedet på puden, skriver du tre gode ting ned, som er sket i løbet af dagen. På den måde får du stille og roligt skabt en portfolio af gode historier om ting, der er lykkedes for dig - store og små. At du så samtidig får et positivt kick hver aften, er blot en fantastisk bonus.

Lyt

Det er vigtigt, at du får fortalt gode historier om dig selv i forbindelse med en samtale. Men det er endnu vigtigere, at du lytter til, hvad der bliver sagt. En sælger vil sige, at du skal lytte efter købs-signaler. Du skal nemlig være klar til at slå til, når arbejdsgiveren fortæller om en udfordring, som du kan hjælpe ham med.

Det kan lyde svært. Men hvis du hele tiden tænker på, at du er der for at finde de udfordringer, som du kan hjælpe arbejdsgiveren med, så er det faktisk ikke så vanskeligt.

6.0 Den ultrakorte version

Hvis du har arbejdet med øvelserne i bogen, har du fået et bedre overblik over dine kompetencer, som du kan fortælle levende om. Der er garanteret også lidt mere klarhed over, hvor du gerne vil arbejde. Måske har du oven i købet prøvet dig lidt frem med at tage kontakt til virksomheder.

Det kan alt sammen godt virke lidt overvældende, så nu får du den ultrakorte version. Vi ved godt, at der er rigtigt mange (alt for mange), der vil give dig og andre gode råd om jobsøgning. Vi har også set flere, som er blevet så overvældet af alle de gode råd, at de aldrig får søgt job. Derfor får du lige den korte version. Hvis du glemmer alt det andet, er det ok.

Du skal ikke begynde med at søge jobbet. Det er det sidste du skal gøre - når du har gjort al forarbejdet.

En arbejdsgiver ansætter dig, hvis du kan løse et problem. Din opgave er at kende dig selv og dine kompetencer. Når du gør det, skal du på en eller anden måde kontakte nogle potentielle arbejdsgivere, tale med dem og lytte efter, om de har problemer, du kan løse. Når du kender problemerne, og du kan se et match til dig selv, så er du klar til at:

Du kan præsentere dig selv som løsningen på arbejdsgiverens udfordringer

Det er ikke sværere.

God vind.