

**SUCCESVOL
JE WERK CREËREN
DOOR ONLINE
PROFJLEREN**

ALLE BLOGS VAN 2012 – 2017

DOOR: WILLEMIJN LAU



Beste lezer,

Wat leuk dat je deze blogs hebt gedownload. Mijn dank daarvoor!

Deze blogs gaan allemaal over hoe je je kunt profileren op het internet in je zoektocht naar werk of klanten.

Ik heb ze geschreven in de periode van 2012, de start van mijn bedrijf "Creëer Je Eigen Werk", tot 2017.

In 2018 heb ik wegens ziekte mijn bedrijf opgeheven.

Ik stond op het punt om deze blogs te verwijderen van mijn website, omdat ik mij niet meer bezighoudt met het begeleiden van mensen die op zoek zijn naar werk. Bij nader inzien, toen ik ze zelf weer eens gelezen had, vond ik dat er nog steeds waardevolle informatie in stond, die jou wellicht weer wat verder op weg kan helpen.

Omdat er natuurlijk voortdurend nieuwe ontwikkelingen zijn, zijn sommige artikelen over "hoe" je iets kunt plaatsen op internet wat gedateerd. Instagram en TikTok noem ik in geen enkele blog, omdat die toen nog niet bestonden.

Mijn tip: haal er dus uit wat je kunt gebruiken en maak je niet te druk over de rest 😊

Ik wens je in ieder geval veel leesplezier.

Met warme groet,

Willemijn Lau



P.S. Als je wilt reageren kun je mij gerust een mailtje sturen via w.lau@xs4all.nl

Inhoud

De arbeidsmarkt, een markt in beweging.....	4
Werkzoekend? Gebruik de mogelijkheden van internet!.....	6
Hoe belangrijk vind jij een profielfoto?.....	9
Hoe bouw je een digitaal netwerk op?	11
Is het niet hoog tijd om je expertise in te gaan zetten?	13
Werkzoekend? Vrijwilligerswerk kan je verder helpen.....	15
Hoe promoot je jezelf effectief op LinkedIn?	18
Waarmee promoot je jezelf effectief op LinkedIn?	20
Hoe maak je een effectief promotieplaatje voor LinkedIn?	21
Hoe maak je een vlog?	23
Hoe schrijf je een blog?	25
Hoe maak je een digitaal tijdschrift om jezelf te promoten?.....	27
Het Curriculum Imaginaire – interview met bedenker Leo van den Berg.	29
Hoe automatisering en robotisering je helpen je eigen werk te creëren.....	34
Maak je wensen zichtbaar met een moodboard.....	38
Schrijf je ideale levensontwerp (en het zal je leven veranderen).....	40
Hoe je netwerk op LinkedIn je meer kan opleveren dan een handvol connecties.	43
De veranderende arbeidsmarkt.....	46

De arbeidsmarkt, een markt in beweging....

apr 9, 2015 |

De arbeidsmarkt, een markt in beweging....

De arbeidsmarkt is de afgelopen tijd behoorlijk veranderd. Nu is een arbeidsmarkt altijd in beweging, maar door de financiële crisis lijkt het erop alsof bepaalde ontwikkelingen versneld zijn.

Flexibilisering

Een trend die al langer gaande is, is de flexibilisering van de arbeidsmarkt. Vaste contracten worden niet zo snel meer gegeven. Organisaties zoeken naar allerlei vormen van flexibel werk.

Ook zie je dat onze persoonlijke ontwikkeling steeds belangrijker wordt, ook in werk. We willen graag werk dat ons boeit, we willen onze talenten inzetten en we willen invloed op het werk wat we doen. Een leven lang bij dezelfde baas, of hetzelfde werk doen, wordt niet meer zo aantrekkelijk gevonden.

En tenslotte, door de komst van internet, is veel werk veranderd of zelfs verdwenen. Er ontstaan andere manieren van werken, bijvoorbeeld thuis werken, en andere organisatievormen, zoals meerdere zzp'ers die aan een project werken.

Geschiedenis van werk

- Eeuwenlang was het hebben van een sterk en gezond lichaam bepalend. Immers de landbouw, en de ambachten vereisten veel lichamelijk arbeid. **Dit was het tijdperk van het "lichaam"**
- Met de opkomst van fabrieken, het industriële tijdperk, was uiteraard een gezond lichaam belangrijk, maar werd de **kennis** van machines gaandeweg ook belangrijk.
- In het tijdperk van de informatietechnologie werden steeds meer processen geautomatiseerd, en kwam er nog meer nadruk op kennis. Het ging niet meer om een gezond en sterk lichaam, maar om de hoeveelheid kennis wat je hebt. "Kennis is macht", hoe meer kennis je hebt, hoe hoger je op de ladder staat. **Dit is het tijdperk van het "hoofd"**.

- We staan nog volop in het informatietechnologie tijdperk. En toch is er iets aan het veranderen. Door de opkomst van internet, en het laagdrempelige karakter daarvan, immers iedereen kan toegang hebben tot internet, heeft kennis een ander karakter gekregen. En door de opkomst van de sociale media wordt het gemakkelijker je met gelijkgestemden en geïnteresseerden te verbinden.
- Waar we dus naar toegaan is het tijdperk van het **creëren**. Het gaat nu veel meer om “Wat doe je met die kennis?”. In dit tijdperk ligt de nadruk op het gebruiken van intuïtie en het inzetten van je missie. **Dit is het tijdperk van de “ziel”**. Jezelf ontwikkelen en stappen durven te nemen om datgene te creëren wat in je hart leeft. En dat te doen met behulp van, of door samenwerking met anderen.

Als je de geschetste ontwikkelingen bekijkt, zul je merken dat de arbeidsmarkt veranderd is. Het kan zijn dat je naar een baan of contractvorm zoekt die gewoonweg niet meer bestaan.

Het gaat er steeds meer om dat je jouw eigen idee te gaat verwezenlijken. Dat je gaat laten zien waar jij voor staat, wat jouw deskundigheid is en welk probleem jij kan oplossen.

Werkzoekend? Gebruik de mogelijkheden van internet!

apr 10, 2015

Of je nu werk zoekt in de vorm van een baan, klus of een klant, er zijn ontzettend veel mogelijkheden om je expertise te laten zien door gebruik te maken van het internet en de social media. Heel wat effectiever dan alleen een curriculum vitae uploaden.

Ter introductie een kort animatiefilmpje, met de 3 meest voorkomende manieren:

- **Blog (= een artikel schrijven)**
- **Vlog (= een video)**
- **Foto**



Klik op het plaatje om de animatie te bekijken.

Is het gemakkelijk om iets te delen op internet?

Ja en nee. Als je iets wilt delen op internet heb je een **link** nodig. Een verwijzing naar wáár datgene te vinden is op internet. In dit artikel noem ik verschillende mogelijkheden, de **link** die ik daarbij geef verwijst naar de manier waarop ik dat betreffende programma gebruik. Zo krijg je een indruk.

Dit is slechts een voorbeeld, het leuke van internet is dat je het helemaal kunt gebruiken zoals jij dat wilt.

Foto's

Foto's kun je heel gemakkelijk delen, daar heb je zelf geen link voor nodig. Alle sociale media hebben de mogelijkheid om een foto toe te voegen aan je bericht. Bijvoorbeeld; je zit op Facebook en je typt een berichtje in. Bij dat berichtje kun je ook een foto plaatsen. Zie de knop "Foto's/video toevoegen" Je voegt een foto, bijvoorbeeld van je computer, in bij je bericht. Die foto krijgt dan automatisch een link van Facebook.

Pinterest

Als je veel foto's gebruikt is het handig om deze bij elkaar te zetten op bijvoorbeeld **Pinterest**. Een sociaal medium speciaal ontwikkeld voor foto's.

Video

Een video kun je ook gemakkelijk uploaden, zoals je ziet in bovenstaande afbeelding. "Foto of Video toevoegen". Echter, bij video is er sprake van bewegend beeld én geluid.

Dat maakt het iets ingewikkelder. Een bewerkingsprogramma voor video's, meestal standaard aanwezig op je computer, biedt de mogelijkheid de film te comprimeren, waardoor het uploaden gemakkelijker wordt. Zo'n programma (bijvoorbeeld Moviemaker, meestal standaard geleverd bij Windows) zorgt er ook voor dat beeld en geluid synchroon lopen. Ook de lengte van een filmpje heeft invloed op de uploadsnelheid. 1 á 2 minuten kun je gemakkelijk plaatsen. 10 minuten vraagt al veel meer tijd!

Omdat een **video** op je computer veel capaciteit inneemt, is het handiger om je filmpje op bijvoorbeeld **YouTube** te plaatsen. Ook hier maak je eerst een account aan, net zoals op andere sociale media. Zodra je dit hebt gedaan, kun je jouw video's plaatsen. Je video's hoef je dan niet meer te bewaren op je computer, maar staan nu op de server van YouTube. Een video die je op YouTube plaatst krijgt een **link**. Deze link kun je gebruiken in al je berichten.

Ook een animatiefilmpje, zoals hierboven, is een video. En kun je plaatsen op YouTube. Om deze filmpjes te maken gebruik ik het programma [Videoscribe](#)

Blog

Een **artikel schrijven** en publiceren vraagt eigenlijk het meeste voorbereiding. Foto en video kun je al vrij snel plaatsen. Dit kan echter nog niet zo goed met tekst. Tenzij je uitsluitend korte berichtjes plaatst

via de sociale media, dan kan dat prima. Zie het voorbeeld hierboven bij Facebook. Voor een artikel heb je een web-log nodig. Zo'n artikel wordt een **blog** genoemd. Je hebt een programma nodig waarbij je jouw tekst kunt schrijven en achter de schermen wordt de tekst "vertaald" in een de codes die nodig zijn om je tekst leesbaar te maken op internet.

Je kunt daarvoor natuurlijk een website laten bouwen, maar dat is in het begin niet meteen nodig. Er zijn kant-en-klare blogprogramma's, die heel gemakkelijk aan te passen zijn aan je eigen wensen, zodanig dat het net een website lijkt. Ook Windows, Google, LinkedIn en Facebook en hebben een blog-mogelijkheid, hoewel deze veel minder uitgebreid zijn.

Ik ben begonnen met bloggen via [WordPress](#), omdat dat gratis was en een heel gebruiksvriendelijk. Sinds kort heb ik een website die gebaseerd is op WordPress.

Als je eenmaal een blog hebt geïnstalleerd, kun je gaan schrijven en je foto's en films toevoegen. Het grote voordeel van een web-log is, dat het veel op een website lijkt en je hier dus bezoekers naar kunt verwijzen. Met een web-log kun je jouw strategie gaan uitzetten. Je kunt er immers al je artikelen, foto's en video's bij elkaar zetten. Zodat de bezoeker van jouw web-log meteen de juiste indruk krijgt van jou, jouw kennis, kunde en bezieling. En, mocht je uiteindelijk toch een eigen website willen, dan is meestal het web-log gemakkelijk om te bouwen, zonder dat je gegevens verloren gaan.

Hoe belangrijk vind jij een profielfoto?

apr 13, 2015

De profielfoto.

Laten we het eens hebben over je profielfoto. De profielfoto is de allereerste indruk van jou, die je nalaat op internet. Niet alleen in de sociale media, maar ook als iemand jouw naam intypt via een zoekmachine. Je hoeft maar je naam te Googlen en er verschijnt een hele serie foto's. Gewoon op de eerste pagina. Beelden zijn indringender dan tekst. Automatisch zoeken onze ogen het beeld op een pagina. En dat is dan jouw profielfoto.



Er mensen die dit zo vervelend vinden dat ze een anonieme avatar nemen. Klopt, niemand ziet hoe jij er uit ziet. Eigenlijk is dit 'not done' op de sociale media. Doe je mee, dan ook met je foto! Het geeft een ongemakkelijk gevoel voor diegenen mét foto. Er is geen evenwicht; "Ik laat me zien, maar jij niet..."

"Ze moeten me maar nemen hoe ik ben"

Nu hoor ik ook wel eens "Ze moeten me maar nemen zoals ik ben". Ja, daar zit iets in. Natuurlijk willen we allemaal gezien worden zoals we zijn. Maar is de wereld niet ook een beetje een theater? Een spel, waarbij we ons presenteren en ons van onze beste kant laten zien? En soms moet je het spel een beetje meespelen.

LinkedIn

LinkedIn, bijvoorbeeld, is een zakelijk netwerk. Dus plaats je daar een 'zakelijke' foto, óók als je werkzoekend bent. En met een zakelijke foto kun je best iets van jezelf laten zien. Het gaat er vooral om dat de foto helder is en dat je duidelijk te herkennen bent. En waarbij anderen zich uitgenodigd voelen om contact met jou te leggen.

Professional

Waarom profileer je jezelf niet meteen als professional? Investeer in een paar goede foto's bij een vakfotograaf, daar heb je het meeste plezier van. Een vakfotograaf kan je de foto in de juiste grootte en juiste pixels aanleveren, waardoor je ze voor meerdere doeleinden kunt gebruiken.

Zelf doen

Wil je het toch zelf proberen? Ik heb vakfotograaf [Ronald de Jong](#) bereid gevonden een aantal tips te geven om een zelf een profielfoto te maken. “Echter”, zegt hij, “voor een echt goede en mooie foto komt er vooral ervaring kijken en kennis van licht. Maar dat leer je niet door een paar tips. Met deze tips heb je in ieder geval de basis te pakken. En als mensen er wat geld voor over hebben kunnen ze naar een professionele portretfotograaf gaan.”

Tips

- zorg ervoor dat er, liefst natuurlijk, licht op je gezicht valt. Dus buiten of bij een raam. Het is de eenvoudigste manier om goed licht te hebben. En buiten ga je in de schaduw staan, niet in de zon. De zon geeft harde schaduwen wat niet zo mooi is.
- kijk recht in de camera zodat mensen je ogen kunnen zien. Je ogen moeten in ieder geval scherp zijn.
- je gezicht moet een flink deel van de foto vullen. Een profielfoto, zeker bij Twitter, is niet zo groot, dus als je jezelf helemaal op de foto zet ziet niemand wie je bent. Ik zou zeggen een stukje van je schouders en je hele hoofd.
- let erop dat de achtergrond of je kleding niet teveel de aandacht afleiden van je gezicht. Houd het rustig.

Hoe bouw je een digitaal netwerk op?

apr 12, 2015

Sociale media bestaan nog niet zo lang. Het zijn digitale netwerken. En er helemaal op ingericht het je gemakkelijk te maken om een netwerk online op te bouwen.

Al vanaf het moment dat je een account aanmaakt, word je gevraagd je vrienden uit te nodigen. En met die paar vrienden begint je netwerk. Want die hebben ook weer vrienden.

Nu is het woord vriend natuurlijk niet wat we in het echte leven onder een vriend verstaan. Maar vriend betekent connectie. Elk sociale medium heeft hiervoor zijn eigen naam. LinkedIn noemt het connectie, Facebook een vriend, Twitter een volger.

De computer maakt het gemakkelijk voor je. Op basis van je werkverleden stelt het programma jou nieuwe connecties voor. Of op basis van de plaats waar je woont, je opleiding, functies, het soort contacten wat je al hebt etc.

Een netwerk opbouwen is eigenlijk niet zo moeilijk. Veel lastiger is het om al die connecties te onderhouden (en dan ook nog over al die verschillende media).

Wil je dat je digitale netwerk effectief voor je gaat werken, breng dan eerst je bestaande netwerk in kaart en ga dit ordenen. Laat ik me even beperken tot LinkedIn.

Tips:

1. Als je actief bent op veel verschillende media is het handig om zoveel mogelijk je connecties te verzamelen op één medium. Ben je werkzoekend of zelfstandige, dan lopen persoonlijke en zakelijke contacten nogal door elkaar. Nodig je je familieleden uit op LinkedIn? Of houd je ze op je privé Facebook?
2. Om je netwerk op te bouwen, begin met al jouw contacten (off-line) te inventariseren en nodig ze uit om te connecten op LinkedIn (bijvoorbeeld). Kijk visitekaartjes na, je telefoonboekje, netwerkgesprekken, etc.
3. Nodig je iemand uit om te linken, haal de standaardtekst weg uit je connectieverzoek en maak een persoonlijke tekst. Geef aan waarom die persoon als een connectie wilt. Er is altijd wel een reden.
4. Heeft iemand je contact geaccepteerd, stuur dan ook een berichtje waarin je die persoon bedankt voor het contact. En misschien heb je een

zoekvraag waarbij die persoon kan helpen. Of kan jij iets voor die ander betekenen. Vertel iets over jezelf, start een gesprek, kijk of je elkaar een beetje kan leren kennen.

5. De mailwisseling komt meteen in je postvak van LinkedIn terecht en worden ook gearchiveerd. Je kunt dus altijd jullie 'gesprek' terugvinden. In het betaalde systeem kun je ook met een soort je contacten kaartsysteem bijhouden.

Is het niet hoog tijd om je expertise in te gaan zetten?

apr 13, 2015

Wat wil je later worden?" is een veel gestelde vraag aan kinderen. Brandweerman, juf, verpleegster, politie, zijn vaak de antwoorden. Beroepen die een baan in loondienst vertegenwoordigen. Maar zullen zij nog een baan in loondienst hebben in hun toekomst?

Je ziet de arbeidsmarkt in snel tempo veranderen. Werk is de laatste jaren steeds flexibeler geworden. Organisaties slanken nog verder af en gaan door met een kleine, vast kern. Daaromheen ontstaat een flexibele schil van arbeidskrachten.

Niet alleen organisaties veranderen, de meeste mensen willen niet alleen werken voor inkomen, maar meer inbreng in het werk, plezier, vrijheid en ontplooiing.

De huidige situatie, waarbij er steeds meer zekerheden om je heen wegvallen, maakt het alleen maar urgenter om de tweede levenshelpt serieus ter hand te nemen. Wanneer er zoveel zekerheden verdwijnen, moet je eerder de zekerheid in jezelf vinden, en dan kom je vanzelf van alles tegen wat daarbij nog in de weg staat. Of we nu willen of niet, het leven zit zó in elkaar dat we worden uitgedaagd om:

- Te leren als voortdurend levensproces;
 - Te creëren wat de meeste liefde in ons wekt;
 - Onszelf te helen en daardoor wijsheid te verwerven;
 - Ons bewust te worden en dit bewustzijn te delen met anderen.
- (uit: "De tweede levenshelpt" van A. Hoogendijk)

Hoe ga jij om met deze veranderingen op de arbeidsmarkt? Geeft het je nieuwe kansen en nieuwe mogelijkheden? Of geeft het je alleen nog maar méér zorgen?

Werken in loondienst en werken als zelfstandig professional komt steeds dichterbij elkaar te liggen. In de toekomst zal het gewoner worden van klus naar klus te gaan, of loondienst en zelfstandig ondernemerschap af te wisselen. Kortom, méér flexibiliteit.

Als 45+ heb je ongetwijfeld ergens expertise in opgebouwd. Dit kan zijn in je werk, je scholing, in je vrijwilligerswerk, hobby's, of in het leven zelf. Misschien heb je wel een 'missie', wil je de wereld graag iets

vertellen of uitleggen. Op jouw leeftijd heb je immers genoeg levenservaring.

Internet bied je de kans deze expertise te gaan laten zien. Er zijn ontzettend veel mogelijkheden, het hebben van een computer met internetverbinding is voldoende. Heb je deze niet, dan is het echt aan te raden hierin te investeren.

De sociale media helpen je jouw verhaal te verspreiden. Waardoor méér mensen zien wat jij te bieden hebt. Geïnteresseerden zullen jou willen volgen en komen in je netwerk. Inspiratie boeit en interesse bindt.

Waar zou jij graag over willen vertellen? Kies de vorm die bij je past en begin. Door te beginnen kom je verder. Ontdek je hoe internet werkt, hoe je mensen kunt binden en dan zie je vanzelf welke kant je op gaat.

Dit is een nieuwe manier om werk te vinden. Een manier die je vraagt om jouw talenten te gaan inzetten. Om te creëren wat jouw liefde heeft. Want daarvoor is het hoog tijd. Ken jij een leukere manier om de tweede levenshelpt vorm te geven?

Werkzoekend? Vrijwilligerswerk kan je verder helpen.

apr 17, 2015



Klik op het plaatje om naar het animatiefilmpje behorend bij dit artikel te gaan.

Vrijwilligers kun je grofweg in twee groepen verdelen. De groep die het, compleet zonder zelfzucht, doet voor anderen. En de groep die het doet voor anderen én zichzelf.

Beiden groepen zijn het erover eens dat het doen van vrijwilligerswerk nuttig is, dat het je een gevoel van waardering geeft en zich in dankbaarheid betaald. Ondanks dat er enigszins een taboe rust op zelfdienende motieven bij vrijwilligerswerk, wil deze tweede groep vrijwilligerswerk ook voor zichzelf inzetten, namelijk als opstap naar een betaald werk.

Opstap naar betaald werk?

Vrijwilligerswerk kan, vooral in deze tijd van crisis en werkloosheid, *bewust* ingezet worden als een overbruggingsperiode, een activiteit om de kans op betaald werk te vergroten of zelfs als opstap naar een nieuwe baan. Het draagt bij aan het behouden van werkritme, opbouwen van een netwerk, opdoen van werkervaring en het ontwikkelen van nieuwe vaardigheden. Bovendien staat het doen van vrijwilligerswerk goed op het CV.

Vrijblijvendheid

Er is veel vrijblijvendheid in vrijwilligerswerk. Vrijwilligers worden niet afgerekend op het werk, de eisen zijn vaak niet hoog, er is geen werkdruk en er zijn geen prikkels om te ontwikkelen en “hogerop” te

komen. Reguliere vrijwilligers hebben doorgaans weinig ambities, iets dat bij betaald werk vaak wel een rol speelt. Dit heeft soms tot gevolg dat mensen jaren op dezelfde plek blijven “hangen”.

Wil je vrijwilligerswerk gaan inzetten als opstap naar betaald werk, voorkom dan deze vrijblijvendheid door pro-actief te zijn, jouw doel niet uit het oog te verliezen en een *stappenplante* maken.

Stappenplan

- **Wat wil je bereiken met vrijwilligerswerk?**
- **Wil je een betaalde baan vinden? Schrijf op waar je wilt werken, met wie en waarom?**
- **Wil je een daarvoor een netwerk opbouwen? Schrijf dan op welke mensen je wilt ontmoeten, en met welk doel.**
- **Wil je kennis nemen van/ervaring opdoen in een bepaalde branche? Schrijf dan op welke kennis en ervaring en in welke branche.**
- **Wil je (meer of bredere) werkervaring opdoen? Hoeveel tijd wil je hier dan aan besteden?**
- **Wil je vaardigheden leren? Schrijf op welke vaardigheden je wilt leren en met welk doel.**
- **Wil je oefenen in het werken met plezier of gewoon uitvinden wat bij je past? Schrijf dan op welke mogelijkheden je overweegt.**
- **En op welke termijn wil je dit alles bereiken? Zet een tijdpad voor jezelf uit.**

Vind je het moeilijk om je vast te leggen? Bedenk dan, dat een stappenplan aangepast kan worden. Door een doel, hoe vaag ook, voor ogen te hebben, kun je bewuster keuzes maken en jezelf (bij)sturen in de richting van een betaalde baan.

Maak dit kenbaar naar de organisatie

Maak dit stappenplan en de achterliggende motivatie ook kenbaar bij de organisatie waar je vrijwilligerswerk gaat doen. Bespreek wat jij wilt bereiken met dit werk en spreek een termijn af.

De organisatie vraagt van jou dat jij zonder financieel voordeel tijd en energie in hun organisatie steekt. Jij kunt met een persoonlijk stappenplan bij het bedrijf aangeven welke inzet je van hen verlangt. Organisaties investeren energie en tijd in het selecteren en inwerken van vrijwilligers (soms door middel van een opleiding). En financieel wordt er vaak geïnvesteerd in onkostenvergoedingen, verzekeringen, aanvragen

Verklaring Omtrent Gedrag, e.d. Ze hebben baat bij een goedgeмотiveerde vrijwilliger. Maak hen deelgenoot van jouw plannen, zodat ze met jou mee kunnen denken. Maak van de situatie een Win-Win situatie. Dan ben jij nuttig voor hen, en zij van nut voor jou.

En...naar de uitkerende instantie

En, niet onbelangrijk, als werkzoekende heb je meestal te maken met uitkerende instanties. Het doen van vrijwilligerswerk naast een uitkering is vaak gecompliceerd. Iedere instantie gaat hier weer anders mee om. Er heerst daarnaast ook het idee dat vrijwilligers op een oneigenlijke manier worden ingezet om wegbezuinigde betaalde plekken op te vullen. Het is inderdaad een feit dat in deze tijd van crisis en bezuinigingen de grenzen worden verlegd en opgezocht tussen betaald en vrijwillig werken. Natuurlijk moet er voor worden gewaakt dat er een te zware wissel wordt getrokken op vrijwilligers en dat met andere maten wordt gemeten voor betaalde en onbetaalde.

Feit blijft dat, in tijden van grote werkloosheid, vrijwilligerswerk de kans op betaald werk vergroot. Door het onderhouden van werkritme, vaardigheden, aangaan en onderhouden van sociale contacten en het weer opbouwen van zelfvertrouwen na ontslag, kan het een grote bijdrage leveren in de zoektocht naar betaald werk.

Ga in gesprek met je uitkerende instantie. Door het stappenplan te overleggen, geef je aan dat je doelbewust vrijwilligerswerk inzet om je kans op betaald werk te vergroten. Ook een uitkerende instantie is daarbij gebaat. Stel voor, op basis van dat stappenplan, afspraken hierover te maken. Dit vergroot de kans om toestemming te krijgen vrijwilligerswerk te mogen doen.

Vrijwilligerswerk als opstap voor een nieuwe baan? Een kwestie van geven en nemen!

Geschreven in samenwerking met [Nora Hoog](#), vrijwilliger.

Hoe promoot je jezelf effectief op LinkedIn?

feb 16, 2016

LinkedIn

Op LinkedIn (en alle sociale media) kun je allerlei berichten plaatsen en delen. Tenminste, als je actief met sociale media aan de slag wilt. Je kunt natuurlijk LinkedIn als een verlengde zien van je CV, je profiel invullen en verder er niets meer aan doen. Helaas laat je dan wel een grote kans lopen om gevonden te worden.

Waarom Sociale Media gebruiken?

Want, of je nu een werkgever, een opdrachtgever of een klant zoekt, je kunt sociale media heel goed inzetten om zichtbaar te worden en je netwerk te vergroten.

Er zijn allerlei manieren om jezelf te promoten, en daar vertel ik je de komende weken over. In deze blog vertel ik je iets over het promoten van jezelf op LinkedIn.

Wat is je doel van deze promotie?

Wat allereerst nodig is, is dat je bewust wordt van je doel: Waarom wil je gepromoot worden? En wat wil je bereiken met je promotie?

Ik ben zelfstandig ondernemer en ik heb nagedacht over hoe ik de sociale media gebruik. Een deel van de berichten is gewoon bedoeld als uitwisseling, contact met mijn volgers. Een ander deel van de berichten heeft als doel mensen naar mijn website te krijgen, om te laten zien wat ik te bieden heb. En maar een klein deel van de berichten is gericht op klanten.

Voor een werkzoekende is dat nog best een lastige vraag. Wat zou jouw doel zijn om jezelf te promoten?

Drie invalshoeken:

Je kunt zeggen: mijn doel met deze promotie is een baan. Dan moet je ervoor zorgen dat op je kaartje duidelijk is wát je precies zoekt. Welke regio, welke omgeving.

Je kunt ook zeggen: mijn doel is meer connecties. Dat je je netwerk wilt vergroten. Bijvoorbeeld uit een branche waarin jij werkzaam wilt zijn. Of een bepaalde beroepsgroep.

Een ander doel kan zijn: informeren. Bijvoorbeeld over jouw deskundigheid. Dat je een blog promoot. Over een bepaald initiatief waar je aan mee werkt. (en dat je daarmee ook je netwerk vergroot)

Je LinkedInprofiel is je website

Als je nog geen website hebt, kun je ook heel goed je LinkedInprofiel gebruiken.

Zorg dus, voordat je actief aan de slag gaat met je promotie, dat je LinkedInprofiel goed in orde is. Een duidelijke samenvatting waarin je beschrijft wat je te bieden hebt en hoe iemand contact met je op kan nemen. Opleiding en werkervaring volledig ingevuld. Vrijwilligerswerk. Aanvullende zaken. En dat je eventuele blogs of resultaten van projecten laat zien. Met plaatjes, video's etc.

Neem dus even de tijd voor jezelf om te bedenken wat jou doel is.

Waarmee promoot je jezelf effectief op LinkedIn?

feb 26, 2016

Op welke manier zou jij je willen promoten op LinkedIn? Nadat je hebt bepaald wat het doel is van je promotie, kun je ook eens kijken welke promotie daar het beste bij past. **Sociale media is vooral boeien&binden**, en niet de hele tijd reclame maken. Afwisseling boeit, met verschillende invalshoeken weet je méér mensen te bereiken die geïnteresseerd kunnen zijn in wat jij te bieden hebt.

Ik geef je hieronder 7 tips en mogelijkheden:

1. **Onderzoek bij jezelf waar jij je het prettigste bij voelt.** Hoe breng jij het liefst jouw kennis naar buiten? Ben je een schrijver, prater, bouwer, tekenaar, doener? Volg je eigen weg.
2. **Schrijf een blog.** Een artikel schrijven is een hele goede manier om te laten zien waar jij veel van af weet. Je kunt heel gemakkelijk een blog aanmaken, zonder dat je daarvoor een website nodig hebt. Dit kun je bijvoorbeeld doen op: [WordPress](#)
3. **Als je liever praat kun je een blog inspreken.** En daarna laten uitwerken door iemand. Er zijn ook spraakprogramma's. Of maak er een MP3 van. Dit kunnen geïnteresseerden beluisteren.
4. **Neem een video op.** Met een webcam en een computer kom je al een heel eind. In een video kun je goed laten zien hoe een bepaald product werkt, of hoe je iets maakt. Zet dit bijvoorbeeld op You Tube.
5. **Maak een animatiefilm.** Er bestaan ook mogelijkheden om animatiefilm te maken. Dit is momenteel erg "in". Ik gebruik een betaald programma [Videoscribe](#)
6. **Maak of bewerk foto's.** Als je goed bent in visualiseren van je boodschap. Maak een account op [Pinterest](#) als je veel met plaatjes werkt.
7. **Maak een website.** Er zijn veel gratis mogelijkheden, met kant en klare designs. Noodzakelijk is wel een domeinnaam te reserveren en een host. [Wix](#), [WordPress website](#), [Eigen website maken](#)

Hoe maak je een effectief promotieplaatje voor LinkedIn?

jul 1, 2016

Eén van de mogelijkheden om jezelf effectief te promoten op LinkedIn is het maken van een promotieplaatje. In deze blog leer je hoe je zo'n plaatje maakt.

Een promotieplaatje voor LinkedIn

Of je nu op zoek bent naar een baan, of als professional een opdracht of een klant zoekt, het gaat er om dat je jezelf zoveel mogelijk laat zien. Zodat je in een zo groot mogelijk netwerk zichtbaar wordt en daardoor het werk als het ware naar je toe trekt.

Voor een promotieplaatje zijn de volgende zaken belangrijk:

Doel

- Als je bijvoorbeeld een baan zoekt: heb voor jezelf duidelijk wat voor baan je wilt en in welke branche. Maak keuzes!
- Je doel kan ook zijn om meer connecties in een bepaalde branche te krijgen, of connecties te maken met mensen met dezelfde interesse.
- Je doel kan ook zijn om te informeren, je wilt iets specifiek vertellen over je kennis (boeien en binden)

Heldere structuur

- De bekijker moet snel kunnen zien wat de bedoeling is

Visueel verzorgd/aantrekkelijk

- Zorg voor een goede foto, duidelijk zichtbaar, professioneel/zakelijk
- Je naam moet duidelijk leesbaar zijn
- Vermeld je contactgegevens en eventueel de URL van je LinkedInprofiel/website/weblog

Wat komt er nog meer op je promotieplaatje?

Probeer kort en kernachtig te blijven op je plaatje. Beter voor meerdere functies verschillende plaatjes, dan alles op één kaartje te zetten.

(administratief medewerker, receptioniste, telefoniste)

Geef helder aan welk probleem jij kunt oplossen en/of wat jij te bieden hebt. Zet een eventuele functie die je zoekt helder en duidelijk bovenaan of in het midden.

Noem een paar **meetbare** resultaten, bijvoorbeeld aan hoeveel mensen je hebt leiding gegeven, voor hoeveel omzet je verantwoordelijk was, hoeveel klanten je hebt begeleid, of noem specifieke certificaten die relevant zijn voor de functie die je zoekt.

Onthoud dat het er om gaat om de kijker in één oogopslag te prikkelen om op je link te klikken, op zoek naar meer informatie. Zorg dus dat je LinkedInprofiel tip-top in orde is!

Hoe maak je een plaatje?

Er zijn veel programma's voor het maken van je een promotieplaatje. Gratis programma's zijn Powerpoint en Paint (op elke windowscomputer), Photoshop, Canva, Indesign. [Ik gebruik zelf Videoscribe. Hiermee kan ik animatiefilmpjes maken, maar ook plaatjes. Dit is een betaald programma, wat je 7 dagen gratis kunt uitproberen.](#)

Voorbeelden

Op mijn [Pinterestprofiel](#) kun je een aantal voorbeelden bekijken. Dit zijn plaatjes van deelnemers aan de Social Carrousel.

In het leerzame webinar "Hoe promoot je jezelf op LinkedIn met een plaatje?" vertelt gastspreker Hedzer Kooistra van Wekr.nl hoe je een promotieplaatje maakt met Powerpoint en bespreekt daarbij een aantal plaatjes die gebruikt worden bij de Social Carrousel. [Bekijk hier het webinar.](#)

Promoot jezelf op LinkedIn met behulp van anderen

Een promotie gaat werken als je te zien bent in veel netwerken. Daarom is het handig netwerken met elkaar te verbinden. Voor werkzoekenden en zelfstandig professional is er de Social Carrousel. De Social Carrousel is een netwerk van deelnemers die elkaar promoot via LinkedIn. Helaas bestaat deze groep niet meer. Inmiddels zijn er verschillende andere groepen ontstaan.

Hoe maak je een vlog?

jul 1, 2016 |

Eén van die manieren om jezelf effectief te profileren op LinkedIn is door het maken van een vlog. Het gebruiken van video om jezelf te promoten is nog redelijk nieuw, maar heeft wèl de toekomst. Trendwatchers wijzen ons er al op en als ik naar mijn kinderen kijk, nu 10 en 14 jaar, dan denk ik dat ze gelijk krijgen. Mijn kinderen kijken op internet vrijwel alleen nog maar naar filmpjes.

Een vlog maken

Wat is een vlog?

Je kunt video heel goed inzetten om je deskundigheid te laten zien. Want, om jezelf goed te promoten via LinkedIn, moet je vooral jezelf laten zien als professional met een onderwerp waar jij veel van af weet en waarover je graag vertelt. Dat doe je effectief door te gaan vloggen. Vloggen is hetzelfde als bloggen, het schrijven van artikelen, maar dan met video. De naam 'vloggen' is dan ook een samenvoeging van de woorden bloggen en video.

Videoboodschap

Op dit moment kun je zelfs nog opvallen met een videoboodschap omdat relatief weinig ondernemers dit doen. Je kunt een videofilmje maken waarin je iets over jezelf en je bedrijf vertelt en dat op je website en bij je profiel op LinkedIn zetten. En je kunt het natuurlijk ook heel goed gebruiken bij je acquisitie. Je kunt namelijk gemakkelijk iets laten zien of uitleggen over een product waar jij enthousiast over bent.

Dichter bij je volger

Door te vloggen kunnen kijkers iets te weten komen over jouw onderwerp. Maar nog belangrijker: je komt dichter bij de kijker. Omdat ze je bijna live zien, is het alsof men jou in het echt ontmoet. Ze leren je kennen en raken vertrouwd met je. En daar gaat het online om, het wekken van vertrouwen bij je kijkers.

Spannend?

Ja, ik vind van wel. Het heeft welgeteld 3 jaar geduurd voor ik mijn eerste vlog durfde te plaatsen. Ik was gedurende die tijd wel regelmatig bezig met opnames, maar ik vond het nooit goed genoeg. Voor de meeste mensen is het spannend om voor de camera te kruipen en zichzelf terug te zien op video. Maar...het is ook ontzettend leuk om te doen.

Tip: overwin je angst en oordelen over jezelf en ga aan de slag

Hoe maak je een vlog?

1. Schrijf een script
2. Print het en hang het naast je camera, zodat je voor de kijker lijkt alsof je in de camera kijkt of gebruik een auto-cue programma op je tablet o.i.d.
3. Neem het filmpje op. Dat kan met een vidoecamera, maar dat kan natuurlijk ook met een webcam, tablet of mobiele telefoon e.d.
4. Bewerk de video met Windows Movie Maker, Movavi, of een ander programma. Maak een intro en zet er wat teksten in
5. Upload het naar YouTube (maak daar een eigen kanaal als je dat nog niet hebt).

[Bekijk hier de vlog over het maken van een vlog. Hierin laat ik ook zien hoe mijn "opnamestudio" er uit ziet en vertel ik je welk materiaal ik gebruik \(vanaf ca. 5 minuten\).](#)

Hoe schrijf je een blog?

apr 1, 2016 |

Jezelf **online profileren** kan heel goed met een **blog**. In een blog kun je namelijk van alles vertellen over je vakgebied. Zo laat je zien dat je **deskundig** bent.

Een blog is een artikel wat je schrijft en op het internet zet. Meestal via een website of weblog.

Hoe schrijf je nu zo'n blog?

Voordat je gaat schrijven is het handig om **eerst een schema te maken** en dat in te vullen. Dan kun je daarna je inhoud verwerken tot hele zinnen en een goed geheel.

- **Maak eerst een werktitel**
- Hierdoor voorkom je dat je eerst uren zit te peinzen wat een goede titel is. Het helpt je meteen aan de slag te gaan
- **Waar gaat je blog over?**
- Schrijf in een paar zinnen op welk onderwerp je gaat bespreken en wat je de lezer gaat vertellen of leren
- **Voor wie is je blog bedoeld (wie is jouw lezer)?**
- Het is goed voor jezelf eens te definiëren wie jouw ideale lezer is. Wie zou geïnteresseerd kunnen zijn in het onderwerp wat jij bespreekt? Je zou kunnen denken aan organisaties in een bepaalde branche, moeders met kinderen in een bepaalde leeftijd, werkzoekenden, vrouwen, senioren etc.
- **Schrijf een kort intro waarin je eindigt met een vraag.**
- In deze inleiding schets je het probleem van de lezer. Daarom is het van belang om te weten voor wie jij schrijft. En leef je in.
- **Schrijf alvast 2-5 punten op die je wilt bespreken**
- Na je inleiding schrijf je een aantal punten op die je wilt bespreken in je artikel. Hou het overzichtelijk, liever iets minder dan uitgebreid alles bespreken. Schrijven is ook schrappen en lezers zijn op internet ongeduldig.
- Elk punt wordt een nieuw hoofdstuk
- Waarbij de laatste zin eventueel leidt naar het volgende punt
- Met deze punten ondersteun je wat je in je inleiding zegt
- **Noem tenslotte 3-5 punten die je lezer verder helpen**

- **Afsluiting**
- eindig met een slotargument of slotwoord
- of eindig met wat gedachten
- en/of eindig met een vraag waar de lezers over kunnen nadenken en/of op kunnen reageren
- **Call to action: Wat wil je dat de lezer na het lezen van je artikel doet?**
- Reactie geven
- Demo downloaden
- Inschrijven
- etc.

Als je dit schema hebt ingevuld met trefwoorden en korte zinnen ga je **het frame vullen met inhoud**. Hier ontstaat jouw blog. En neem er de tijd voor, je kunt gerust een paar dagen mijmeren over je blog en notities maken. Eenmaal geplaatst kun je je blog meerdere keren onder de aandacht brengen van je volgers.

Proeflezen & Publiceren

Laat je blog nog even **proeflezen** en vergeet niet om je **werktitel aan te passen!**

Tenslotte, een spannend moment: **Publiceer je blog!**

Hoe maak je een digitaal tijdschrift om jezelf te promoten?

jan 22, 2016

Een digitaal tijdschrift

Eén van de vele manieren om jezelf, of je bedrijf, te laten zien is door middel van een digitaal tijdschrift, oftewel een e-magazine.

Het tijdschrift Expert

Met de Linkedingroep “Creëer Je Eigen Werk” hebben we 3 tijdschriften gemaakt. Het doel daarvan was om iets met elkaar te laten ontstaan, digitaal (dat was de uitdaging). Een tweede doel was een platform te hebben waarin de leden iets van zichzelf konden laten zien en daardoor zichzelf konden promoten door verwijzing naar een website of linkedinprofiel.



Gepersonaliseerde tijdschriften

Je kunt ook een e-magazine over jezelf of je bedrijf maken. Dat lijkt een beetje op de tijdschriften die je de laatste jaren ziet, zoals de LINDA, MAARTEN, JAN, JOHAN (bestaat niet meer). Dit zijn gepersonaliseerde tijdschriften, waarbij “alles” draait om de persoon. Met de gedachte erachter dat wat Linda de Mol leuk vindt, haar volgers ook leuk en interessant zullen vinden.

Zover hoef jij natuurlijk helemaal niet te gaan, hoewel je volgers het vast heel leuk vinden om een tijdschrift van jouw hand te lezen. In zo'n e-magazine kun je namelijk van alles over jezelf en/of je produkt of dienstverlening kwijt. Uiteraard je opleiding en werkervaring, maar veel leuker wordt het als je er verhalen in plaatst van je successen, iets over je hobby of vrijwilligerswerk. Of een interessant interview met iemand die jij graag volgt. Natuurlijk kun je ook filmpjes en foto's plaatsen, de mogelijkheden zijn eindeloos.

Je kunt zo'n tijdschrift gebruiken als promotie, bijvoorbeeld als je een eigen onderneming hebt, maar ook heel goed bij het solliciteren. Zo'n e-magazine is dan een verlengstuk van je CV. Hiermee kun je veel meer over jezelf vertellen en laten zien én je valt geheid op.

Hoe maak je een e-magazine?

Een digitaal tijdschrift maken is helemaal niet moeilijk. Met Word kan je bijvoorbeeld al goed aan de slag. Je kunt natuurlijk ook een speciaal programma gebruiken voor de vormgeving, die zijn vaak wel wat ingewikkelder. Of is er iemand in je omgeving die jouw materiaal kan vormgeven. Zorg er wel voor dat je goede, scherpe foto's gebruikt. Liefst gemaakt met een spiegelreflexcamera.

Voor het tijdschrift Expert heb ik ISUU gebruikt. De voorbeelden die ik in het filmpje noem, gebruiken Jilster en Flipsnack. Dit zijn kant-en-klare systemen waarbij je jouw PDF bestand alleen maar hoeft te uploaden. Jouw bezoekers kunnen het bestand dan lezen in de vorm van een tijdschrift, heel gemakkelijk. Het voordeel is dat je tijdschrift meteen op internet staat en je dus een URL krijgt. En deze link kun je natuurlijk delen met je volgers op de sociale media. Meerder keren, als je dat wilt. En natuurlijk kun je de URL in je cv zetten of op je LinkedInprofiel of je website. Kortom, ook hier zijn er voldoende mogelijkheden.

Spannend?

Ja, de meesten vinden het erg spannend om zich zo te laten zien. En het is óók erg leuk, om te maken en om te lezen.

De voorbeelden van e-magazines bij het solliciteren die ik in het filmpje gebruik kun je vinden via deze link:

[Enjoyce](#) zie ook [artikel in Werkblad](#)

[Rein](#) zie ook [artikel op Vacatureluurs](#)

Het Curriculum Imaginaire – interview met bedenker Leo van den Berg.

okt 23, 2017

Onlangs ontmoette ik [Leo van den Berg](#), bedenker van het Curriculum Imaginaire. Niet alleen door het prachtige Franse woord (waar zien we dat nog), maar ook door de vernieuwende gedachte erachter werd mijn aandacht getrokken. Ik heb Leo bereid gevonden een aantal vragen te beantwoorden over het Curriculum Imaginaire (CI) voor deze blog, en te vertellen hoe je er zelf één kunt maken. Zoals hij in de laatste alinea aangeeft, is een CI één van de middelen die je kunt gebruiken om onderscheidend bezig te zijn. Ik wil daarbij aanvullen dat het, evenals een moodboard, of het schrijven van een ideaal levensontwerp, je aanzet tot het nadenken over wat je wilt in de toekomst. Ik wens jullie veel inspiratie hiermee.



[Leo van den Berg](#)

Een Curriculum Imaginaire, wat is dat?

Om een curriculum imaginaire te kunnen beschrijven is het interessant om in een hoofdlijn aan te geven wat **het verschil is tussen een Curriculum Imaginaire en een Curriculum Vitae**, de traditionele manier om jezelf te presenteren bij werkgevers.

Met een CV laat je zien wat je tot nu toe hebt gedaan, de functies die je hebt bekleed en waar je ervaring mee hebt. Helaas komt het beeld wat jij werkelijk te bieden hebt maar summier naar voren. Vaker is een CV een droge opsomming van feiten en zegt het niets over wat jou werkelijk drijft.

Het is belangrijk om vooruit te kijken, bijvoorbeeld door het schrijven van een Curriculum Imaginaire, een document waaruit blijkt wat jij met je toekomst wilt doen en welke competenties je daarbij wilt inzetten. **En niet onbelangrijk, je kunt een CI gebruiken in combinatie met een CV.**

Welke onderdelen komen daar in naar voren?

Steeds meer werkgevers zijn op zoek naar mensen die weten wat ze willen. Op zoek naar mensen die een *toekomstvisie* hebben. Mensen die weten in welke omgeving en voor welke organisatie ze willen werken, en hoe ze denken een bijdrage aan deze organisatie te kunnen leveren **Het is een beschrijving van jouw missie met betrekking tot werk.**

Hoe ben je zo op het idee gekomen?

Ik ben op het idee gekomen van het schrijven van een Curriculum Imaginaire **door goed te luisteren naar interviewers tijdens sollicitatiegesprekken.**

Het bleek in die gesprekken vaker te gaan **over welke bijdrage ik dacht te leveren aan een bedrijf** waar ik solliciteerde op een bepaalde functie. Het CV kwam uiteraard ook ter sprake in die gesprekken, maar dat was vooral nalopen en toelichten van opgedane ervaringen en opleidingen. **Maar vooral was men geïnteresseerd in mijn visie voor de toekomst**, hoe ik bepaalde geschetste problemen zou aanpakken, op welke wijze ik hun HR beleid zou toepassen en wat mijn ambities voor de toekomst waren.

Dat kun je uiteraard mondeling goed aangeven, maar beter leek het mij **om dat toch eens op papier te zetten.** Niet alleen voor een potentiële werkgever, maar ook zeker voor mijzelf. Tijdens het schrijven van een CI is het veel gemakkelijker om eens goed na te denken over wat je eigenlijk wilt, maar ook wat je niet wilt. En als je beschikt over een CI en deze gebruikt in combinatie met een CV ziet een werkgever niet alleen je opgedane ervaring maar ook waar je naar toe wilt.

Wat is de kracht van een Curriculum Imaginaire?

Een Curriculum Imaginaire is een document **waarin jij jouw visie op werk en jouw ideeën over jouw volgende stappen in je carrière uiteenzet.** Een document waaruit blijkt wat jij met jouw toekomst wilt en welke talenten jij wilt in zetten. En zo kun jij jouw doelstelling helder profileren. En vergroot je de kans om te realiseren wat jij voor ogen hebt. Daarin schuilt de kracht van een CI.

Wanneer gebruik je een Curriculum Imaginaire?

Allereerst **denk ik goed na of ik een CI meestuur of niet**, is het zinvol gezien de functie waar je op solliciteert en probeer daarnaast zoveel mogelijk informatie te verkrijgen van een potentiële werkgever. Haal

informatie naar je toe via een bedrijfswebsite, kijk of er connecties zijn die je meer kunnen vertellen over de functie in dat bedrijf of die instelling en probeer zoveel mogelijk te achterhalen over de missie en visie van het bedrijf waar je wilt solliciteren. Daarmee krijg je (mogelijk) inzicht in de zin van het wel of niet meesturen van een CI.

Mijn eigen ervaringen zijn nogal divers, er kwamen reacties die aangaven dat ze het interessant vonden, reacties dat het vernieuwend was en reacties die spraken over een uniek document. Maar ook kwamen er berichten die aangaven dat men het eigenlijk een soort van eisenpakket vond. Een eisenpakket met betrekking tot de (mogelijke) toekomstige werkomgeving, het soort collega's en zelfs vond iemand dat er een soort van verkapte salariseis in verscholen lag. Ik wijt dit aan de onbekendheid van sommige recruiters en Human Resource functionarissen met het fenomeen "onderscheidend" solliciteren. Zij zelf zitten vast aan "oude" methoden en procedures en hebben zich niet verdiept in de ontwikkelingen die gaande zijn op de arbeidsmarkt.

Wat komt er in een Curriculum Imaginaire?

Maak een lijstje van je kwaliteiten en competenties, vraag je af welke kwaliteiten je in wilt zetten in het werk dat je doet. **Beschrijf jouw missie met betrekking tot werk.** Zet eens op papier wat werk voor je betekent, is het een manier om jezelf te ontwikkelen? Welke rol wil je vervullen en welke bijdrage wil je leveren? Wat is jouw favoriete kennis- en vakgebied? En jouw favoriete werkveld? En voor wat voor organisatie zou je willen werken?

Een drietal korte voorbeelden uit mijn CI: [CI van Leo van den Berg](#)

"Ik wil mensen en organisaties ondersteunen om de strategische doelstellingen te realiseren op een People-management gebaseerde wijze met ruimte voor inbreng van alle betrokkenen. Ik wil hierin functioneren als luisterend oor, als begeleider in bedrijfsprocessen en als motiverende factor voor alle medewerkers".

"Mijn ideale werkomgeving is een omgeving waar mensen met respect samenwerken aan een van tevoren vastgesteld doel. Een haalbaar doel dat rekening houdt met de competenties van de betrokkenen. Een aanpak waar rekening wordt gehouden met de inbreng van alle medewerkers en waar zowel jongere als oudere medewerkers de kans krijgen om op hun wijze een bijdrage te leveren aan het uiteindelijke doel".

"De organisatie waar ik een bijdrage aan zou willen leveren c.q. voor zou willen werken is een open organisatie met een vlakke hiërarchie. Met korte verbindingen en resultaatgerichte instelling".

Onderstaand even wat korte stappen die te zetten zijn:

Maak een kort CI op van maximum 2 bladzijden. Indien je niet alles op 2 bladzijden krijgt, probeer dan een selectie te maken van hetgeen jij het belangrijkste vindt.

N

Zorg dat je CI volledig is. Neem zeker volgende delen op, je kan er gerust nog andere zaken aan toevoegen.

N

Persoonsgegevens: Naam, woonplaats, telefoonnummer, e-mail, geboortedatum en plaats.

N

Persoonlijke doelstelling / missie: In welke kwaliteiten, talenten en competenties toonde je in het verleden je bekwaamheid?

N

Welke van jouw kwaliteiten, talenten en competenties wens je verder in te zetten in een volgende functie?

N

Functies die je voor ogen hebt: In welke functies denk je dit te kunnen realiseren? Noem er meerdere.

N

Wanneer zie je jezelf die functie vervullen? Opleidingen die je in de toekomst wenst te volgen en welke opleiding kan je gebruiken om jezelf te ontwikkelen voor die functie?

Kunnen mensen jou inschakelen als ze een CI willen maken?

Een CI is een manier om je doelstellingen voor de toekomst helder en duidelijk te formuleren. En daarmee de kans te vergroten om te realiseren wat jij voor ogen hebt. Vaker is het lastig om in je eentje de juiste keuzes te maken tijdens het schrijven van een dergelijk document, weet je niet direct waar je competenties liggen en is een spiegel voorhouden door een ander een goede mogelijkheid om te komen tot een duidelijke formulering in een CI.

Ik heb inmiddels al ervaring kunnen opbouwen in het schrijven van een CI voor anderen door te luisteren naar hun wensen, verwachtingen voor de toekomst en het toepassen van een tool ter vaststelling van hun competenties.

Juist het beschrijven van competenties is naast het aangeven van werkervaring niet onbelangrijk. Naast dat anderen kunnen ontdekken waar hun missie nou eigenlijk uit bestaat is het voor ondergetekende ook een ontdekken van nieuwe richtingen. Als ik mijn kwaliteiten kan inzetten voor anderen werkt dat als een dynamo, ik laad er mijn accu mee op. En

dat is iets wat ik natuurlijk graag doe. Geïnteresseerden kunnen contact met me opnemen via mijn [Linkedinprofiel](#)

Is het schrijven van een CI nou de beste of enige manier om onderscheidend bezig te zijn?

Ik denk van niet, het op zoek gaan naar manieren om op te vallen tussen de honderden brieven en mailberichten vereist **dat je steeds nieuwsgierig bent naar vernieuwende wegen in je zoektocht naar een baan.**

Ik heb in de afgelopen jaren vele wegen bewandelt om op te vallen, denk aan een Elevator Pitch, een Prezi-presentatie, een websitepresentatie en diverse infographics. En natuurlijk een netwerk opbouwen in Nederland en eventueel daarbuiten. De tijd van het schrijven en versturen van brieven ligt echt achter ons, de meeste vacatures zijn al vervuld voordat ze naar buiten komen en juist iemand binnen een bedrijf ziet de functie eraan komen en kan je tippen of contact leggen. Daarnaast is het een kwestie van gunnen en dat gebeurt tussen mensen in je netwerk. Ik dank Leo van den Berg hartelijk voor zijn bijdrage.

Hoe automatisering en robotisering je helpen je eigen werk te creëren.

nov 19, 2017

Ben je ontslagen omdat je functie werd geautomatiseerd? Namen de robots het over? Geen paniek. Het enige wat jij hoeft te doen is je angst om je eigen werk te creëren aan de kant te zetten. Voor de creatieve mens blijft er altijd werk. Om je te helpen geef ik je in dit artikel 10 nieuwe mogelijkheden die je vanuit je huis kunt starten.

Onlangs zag ik de interessante documentaire over robotisering van Jelle Brandt Corstius. In de aflevering over “werk” reist hij naar China waar hij de gevolgen van deze robots in de industrie laat zien.

De industrie is misschien wel van oudsher de plek waar dit soort ontwikkelingen het verst zijn, maar dat wereldwijd **een groot deel van ons huidige werk zal verdwijnen** staat wel vast.

Als dit de toekomst is, **welke rol zou jij dan nog kunnen spelen?**

Laat ik je vertellen over één belangrijke kwaliteit van de mens, die ik een robot nog niet zo snel zie hebben.

Beroepen en functies verdwijnen aldoor.

Ik ben geboren in de jaren '60 en kan me nog goed herinneren dat de melkboer, de bakker, de groenteboer, de schillenboer en de voddeman (met paard) bij ons aan de deur kwamen. Inmiddels is dat allemaal verdwenen, zelfs de SRV, de rijdende supermarkt, komt niet meer langs. En zo kan iedereen wel beroepen opnoemen uit zijn/haar jeugd, die nu niet meer terug te vinden zijn. De komst van de telefoon, de komst van de auto, de komst van de computer, al deze technologische ontwikkelingen maken dat bepaalde werkzaamheden niet meer noodzakelijk zijn.

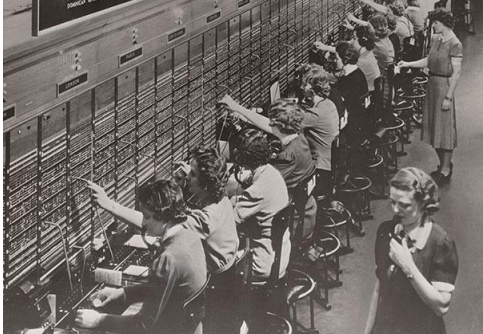
De laatste 20 jaar hebben we te maken met de digitalisering, die ervoor zorgt dat receptionistes, telefonistes, administratieve medewerkers, intake-medewerkers, service-medewerkers hun beroep niet meer kunnen uitoefenen, of in een hele andere vorm (bijvoorbeeld callcenters).

En misschien is jouw baan ook wel verdwenen door automatisering. Misschien werkte je in een magazijn waar nu inmiddels de robotarmen de goederen uit de schappen halen, misschien werkte je in een fabriek, waar niemand meer aan de lopende band staat omdat de robot het werk doet of werkte je aan een servicebalie bij de bank, waar inmiddels ook geen werk meer voor is omdat alles is verplaatst naar callcenters (waar een deel van het proces ook al geautomatiseerd is).

Toen ik die documentaire aan het bekijken was vond ik dat **best wel beangstigend**. Want waar blijft de mens in dit plaatje?

Maar, geen paniek.... **gelukkig beschikt de mens over een aantal kwaliteiten die ons nog uniek maken!**

Waarin kunnen wij ons onderscheiden van de robot?



Omslag in denken.

Allereerst is het hard nodig dat we anders gaan denken over werk. Dat we niet meer uitgaan van de beschikbare banen, functies of de bestaande beroepen.

Wat nodig is, is dat we uitgaan van “Werk”.

Functies, banen, beroepen zorgen ervoor dat we inflexibel zijn, dat we niet meer verder kijken dan ons neus lang is (en de nieuwe ontwikkelingen niet meer zien aankomen)

Het is goed mogelijk dat jouw werk ooit overgenomen gaat worden door een robot, hoewel we ons dat op dit moment misschien niet eens kunnen voorstellen (er zijn bijvoorbeeld al jaren experimenten met therapie door robots), wat je nu al wel kunt zien is dat veel werk een ander jasje krijgt door de digitalisering. Bijvoorbeeld een online intake, in plaats van een gesprek met een medewerker (op allerlei gebied), een online servicedesk, het afstempelen van boeken in de bibliotheek, zelfscankassa's etc.

Denkt dus niet te snel dat het jou niet zal overkomen, maar wees vooral alert op de ontwikkelingen.

Maar ja, als je niet meer kan uitgaan van de bestaande beroepen, **waar moet je dan op sturen?**

Zelfkennis.

Ik weet niet of een robot al kan reflecteren, maar een mens kan dat zeker. Nadenken over jezelf.

En dat is wat in de toekomst belangrijk wordt. **Zelfkennis.**

Dat betekent dat je weet:

- welke talenten je hebt en hoe je die kunt inzetten
- wat je graag zou willen realiseren in je leven
- wat jouw ‘gebruiksaanwijzing’ is

- van welke situaties je energie krijgt en welke situaties je leeg zuigen
- welke rol jij kunt hebben in een groep
- **welke kennis jij te bieden hebt**
- welke probleem jij kunt oplossen en wie dat probleem heeft
- in welke situatie je het beste floreert

Deze zelfkennis kan er toe leiden dat je niet meer naar baan zoekt, maar **dat je het werk van binnen uit laat ontstaan door je intuïtie te volgen.**

Ik noem dat creëren.

Met jouw **zelfkennis en creativiteit** (nog zo'n kwaliteit die robots niet bezitten, maar mensen wel) ben je in staat te voelen en ideeën te verzinnen over datgene wat je te bieden hebt. **En dat te gaan uitvoeren.**

Om je te helpen heb ik een aantal **nieuwe mogelijkheden** voor je op een rijtje gezet. Wat kenmerkend is voor deze mogelijkheden om inkomen te verdienen is dat het niet bij één werkgever is, maar uit gaat van zelfstandigheid en meerdere werkgevers/klanten. Dit soort "kleine zelfstandigen", tussen aanhalingstekens want de omzetten kunnen soms groot zijn, zorgen voor een heel nieuw soort werkgelegenheid door ook weer andere "kleine zelfstandigen" in te schakelen, bijvoorbeeld voor website-beheer, vormgeving of het doen van een aantal klussen.

Nieuw online werk.

Het nieuwe werk wat ik hieronder noem (deze voorbeelden komen allemaal uit de praktijk) zijn vooral zelfstandige beroepen, waarin je een bepaalde specialiteit ziet die aangeboden wordt aan meerdere werkgevers. Dit is de toekomst van werk, zelfstandig professionals die voor werkgelegenheid zorgen door andere zelfstandig professionals in te huren.

- Virtual Assistent (VA), een secretaresse die online beschikbaar is en bepaalde klussen uitwerkt voor meestal meerdere werkgevers
- Webdesigner/webtechnologie/webredacteur, alles wat te maken heeft met de website
- Social-Media voor bedrijven beheren
- Ontwikkelaar van apps
- Marketing voor Facebook/LinkedIn/Twitter/Instagram/YouTube/ etc.
- Videospecialist, die video's maakt voor anderen of anderen leert hoe ze zich voor de camera kunnen gedragen

- Blogger
- You-Tuber/vlogger
- Online coach/trainer op allerlei gebieden, vooral gezondheid, geluk, geld, voedsel.
- Vormgever (digitaal)
- Animaties maken
-

Dit zijn er 10... Welke nieuwe beroepen kun jij nog meer verzinnen?

Tenslotte.

Tenslotte, de robotisering en automatisering is in volle gang en is niet te stoppen. Wees daar alert op, vooral als je al uit een situatie komt waarin je weg- geautomatiseerd bent. Gebruik je **creativiteit en flexibiliteit** om je aan te passen aan de huidige tijd en onderzoek wat jouw talenten zijn. **Vraag jezelf af wat jij te bieden hebt voor wie.** Op die manier ben je in staat zélf je werk te creëren.

Maak je wensen zichtbaar met een moodboard.

apr 2017

Stel je zou dat graag willen, werken vanuit je hart. Dingen doen die jij leuk vindt. Maar je weet niet waar je zou moeten beginnen, want misschien vind jij wel heel veel dingen leuk. Of kan je niet verzinnen waar je nu je werk van zou moeten maken.

Wat je zou kunnen doen is het maken van een "moodboard". Een moodboard wordt vaak gebruikt door bijvoorbeeld stylisten of woninginrichters en geeft bijvoorbeeld de inrichting van een kamer weer, met daarop lapjes stof van de te gebruiken kleuren, het thema, en allerlei andere ideeën en gevoelens die opkomen bij dat ontwerp.

Zo kun je ook een ontwerp van jouw leven maken. Door een vel papier te pakken, liefst lekker groot, dat geeft veel ruimte en mogelijkheden. En daar ga je plaatjes bij zoeken. Of teksten. Of wellicht andere materialen. Alles kan. Lekker knippen en plakken. Dit kun je natuurlijk ook digitaal doen. Je plakt de dingen op die jou aanspreken, plaatjes die tot je verbeelding spreken. Je hoeft daar helemaal niet lang bij na te denken, volg gewoon je gevoel. En dan zal je zien dat er een geheel eigen beeld gaat ontstaan. Jouw moodboard maakt jouw wensen zichtbaar.

En als je klaar bent hang je het ergens op waar je het regelmatig kunt zien. Je hoeft er niets mee te doen, jouw onderbewuste gaat daarmee aan de slag. Dit heeft tijd nodig, wat soms frustrerend is, maar jij kunt gewoon doorgaan met de dingen die je al deed. Langzamerhand zal je zien dat er zaken gaan veranderen.



Mijn Moodboard

Hierboven mijn eerste moodboard, het zijn vooral teksten die voor mij toen (en nu nog steeds) mijn gevoel over werk aangaven. In het midden staat de liefde, en pas achteraf dacht ik, ja, dat klopt, ik wil graag mijn werk doen met liefde.

Schrijf je ideale levensontwerp (en het zal je leven veranderen)

jul 20, 2017

Hoe kan ik mijn wens realiseren? Wat is de beste techniek om verder te komen? Dit zijn vragen die mij regelmatig gesteld worden. Het antwoord is....begin met het schrijven van je ideale levensontwerp! Meer over deze krachtige techniek lees je in deze blog.

Waar wil jij naar toe met jouw leven?

Onlangs sprak ik met een klant over haar vorderingen. Zij gaf aan dat ze ontzettend goed in opruimen was (daar begint het creatieproces namelijk mee) maar dat ze eigenlijk niet goed wist hoe ze nu verder moest. De tweede stap is namelijk het bepalen van je wens en je wens glashelder krijgen.

Haar vraag was; hoe weet je nu met welke wens je aan de slag moet gaan?

Na daar even over gemijmerd te hebben, begreep ik dat het erom gaat in eerste instantie **een richting te vinden in je leven**.

Dus, in plaats van je te richten op de korte termijn (waar wil ik NU wonen, wat voor een werk wil ik NU doen), is het noodzakelijk dat **je je blik juist verruimt en naar jouw verre toekomst kijkt**. Naar bijvoorbeeld het moment dat je 80 jaar bent en kunt terugkijken op je leven.

Verrassend?

Ik zal je uitleggen waarom en hoe je dat doet.

Verruim je blik met een ideaal levensontwerp

Opnieuw leren wensen.

Waar we als kind nog boordevol ideeën en plannen zaten, zijn we gedurende ons leven al zo vaak **teleurgesteld** dat we het dromen uit ons volwassen leven hebben gebannen. Immers “dromen zijn bedrog”, en we hebben geleerd “normaal te doen, want dan doe je al gek genoeg”.

En dat is jammer (vind ik)

En niet alleen jammer als je je afvraagt welke stap je moet nemen in je loopbaan, welke richting je op wilt met je bedrijf, hoe je nieuwe huis er uit moet zien, wat je wilt in je relatie.....**dan zul je weer moeten leren ontdekken wat jouw wensen en verlangens zijn**.

En dat doe je het gemakkelijkst door te gaan schrijven (althans, dat is mijn favoriete methode).

Breder perspectief.

De vraag is wat je ten diepste toe met je leven wilt. Door jezelf die vraag te stellen en daar tijd voor te maken om het antwoord in je op te laten borrelen geef jezelf de ruimte om je leven in een breder perspectief te zien (dan alleen te kijken naar bijvoorbeeld die volgende baan) Door je wensen en verlangens in een breed perspectief te plaatsen wordt het voor je inzichtelijk wat jij belangrijk vindt in je leven, wat jij fijn vindt en wat jou energie geeft.

Het geeft je een toekomstperspectief. Een richting.

En zodra je die richting weet, weet je ook welke stap je op dit moment kunt nemen, in je loopbaan, je relatie of je woonomgeving. Kortom welke stap in je levensloop op dit moment het beste bij je past.

Zolang je je blik richt op de realiteit, op wat wel en niet mogelijk is, **zul je het gevoel behouden dat je niet goed weet wat je wilt.**

Het ideale levensontwerp.

Een hele mooie en krachtige techniek is het schrijven **van een ideaal levensontwerp.** Ontwikkeld door Ad Hoogendijk en terug te vinden in zijn boek Loopbaanzelfsturing, bezieling en vitaliteit.

Hoe schrijf je een ideaal levensontwerp?

Maak een uitgebreid levensontwerp van nu tot aan je 80ste jaar en beschrijf, louter op basis van je dromen, wensen, verlangens en idealen, in periodes van vijf of tien jaar (in verband met de afwisseling en de diversiteit).

- **hoe je woont,**
- **welke relaties je hebt**
- **(vooral) welke bezigheden je hebt**
-

Maak het zo detaillistisch mogelijk. Voel de zon op je huid als je in een ver land zit, proef de lekkernijen en voel het plezier dat je hebt als je echt helemaal doet waar je van houdt. En, overbodig om te zeggen....Houd daarbij geen enkele rekening met onmogelijkheden op het gebied van geld of een gebrek aan bepaalde diploma's of een gebrek aan moed om bijvoorbeeld een eigen onderneming te starten.

Leven met een visioen.

Niet alle fantasieën hoeven gerealiseerd te worden. Op de keper beschouwd willen we dat niet eens. Maar als je werkelijk al je wensen en

verlangens kunt uitschrijven, kun je **kiezen welke kant je op zou willen in je leven en werk.**

En realiseer je dat je ideale levensontwerp niet statisch is. **Je kunt elke dag opnieuw opschrijven wat jouw wensen zijn in het leven.** Probeer het eens! (en het zal je leven veranderen)

Leven met een toekomstvisie geeft richting en focus. En hierin kun je gemakkelijk de stap plaatsen die jij vandaag zou willen nemen. Zo is het geen los zand, of een losstaand iets, maar valt je actie binnen een richting.

Hoe je netwerk op LinkedIn je meer kan opleveren dan een handvol connecties.

feb 21, 2018

Een digitaal netwerk opbouwen is niet zo ingewikkeld, en inmiddels is er van alles op internet te vinden om je daarbij te helpen. Maar om je netwerk voor je te laten werken, zodat je jouw doelen bereikt, is een ander verhaal. In dit artikel geef ik je een aantal suggesties en een kijkje achter mijn schermen.

Netwerk

Al een aantal jaar geleden ben ik lid geworden van LinkedIn om mijzelf en mijn activiteiten onder de aandacht te brengen.

Al die jaren heb ik gestaag en vaak ook minder gestaag mijn connecties uitgebreid en inmiddels zijn het er 1400. Daar ben ik best trots op, maar heel veel inspanning heeft me dat eigenlijk niet gekost. Het ging in al die jaren vanzelf.

En ik realiseer me terdege dat die 1400 nog lang niet een aantal is waarmee je het verschil maakt. Kijk naar professionals met online bedrijven, dan komen de aantallen al snel in de 10.000-den contacten. Nu hoef je daar niet van te schrikken of moedeloos van te worden. Het is maar net wat je wilt bereiken met je digitale netwerk;

- Je kunt gaan voor de **macht van het getal** en elke dag 10 mensen (of meer) uitnodigen om te connecten.
- Je kunt gaan voor een **persoonlijk** netwerk en proberen dat netwerk voor je in te schakelen
- Het één hoeft het ander niet uit te sluiten natuurlijk. Hieronder geef ik je een aantal suggesties.

Hoe je netwerk meer oplevert dan een handvol connecties.

Iets over mijn promotie van de Droom-Je-Werk-Challenge (feb 2018)

Allereerst, realiseer je dat **heel veel connecties nooit iets van je zien op je tijdlijn** (net zoals dat jij nooit iets ziet van heel veel mensen uit je netwerk). LinkedIn heeft bepaalde berekeningen waardoor jouw post op bepaalde tijdlijnen zichtbaar wordt en bij anderen niet. Je kunt dat beïnvloeden door regelmatig iets te delen of interessant te vinden van anderen. **Hoe actiever je zelf bent, hoe zichtbaarder je bent bij jouw connecties.**

Laat ik je iets vertellen over mijn promotie van de DJW-challenge;

Onlangs heb ik de Droom-Je-Werk-Challenge georganiseerd. Natuurlijk wil ik dat heel veel mensen kennis maken met deze challenge en promoot ik deze challenge overal waar ik maar kan. (En ja, dat vind ik elke keer weer best spannend)

1. Met mijn eigen netwerk (ja, met die 1400 connecties) kom ik niet zo heel ver, 5 personen uit mijn eigen netwerk vonden **deze post** 'interessant'. Dat waren vooral personen die mij goed kenden (en deze challenge)

Dus, ik moest wat verzinnen want **wie niet groot is moet slim zijn.**

2. Hierna heb ik mijn promotie onder de aandacht gebracht van de **Social Carrousel**. Leden van de Social Carrousel 'liken' de promoties van andere leden (is de afspraak). Dit leverde mij 25 extra likes op (en ca. 600 views). Helaas is de Social Carrousel onlangs opgeheven, maar inmiddels zijn er meer Linkedingroepen die elkaar helpen om zichtbaarder te worden op internet.

3. Vervolgens heb ik 100 connecties (uit mijn netwerk) in een persoonlijk bericht gevraagd of ze deze promotie zouden willen 'liken' of delen met hun netwerk. Ik heb ze stuk voor stuk persoonlijk gemaïld en ja, dat vraagt wel even wat tijd. Je kunt ook de functie gebruiken dat je 1 bericht naar veel personen stuurt, maar persoonlijk hou ik daar niet zo van.

Je netwerk wil je graag verder helpen.

Geloof het of niet, de meeste mensen willen je graag verder helpen. En in mijn netwerk zitten heel veel bereidwillige, aardige mensen. **En die gunnen mij het allerbeste. Net zoals ik hen ook het beste gun.**

Soms krijg je een reactie dat men liever geen commerciële berichten "liked" of iets anders. Dat kan en dat gebeurt. **Dat is geen reden om je uit het veld te laten slaan.** Want eigenlijk wil het merendeel van mijn netwerk mij best helpen.

Deze persoonlijke actie leverde mij nog eens 33 'likes' op. Uiteindelijk had deze promotie 63 'likes' en ca 1200 weergaven.

Uiteindelijk hebben 52 mensen zich ingeschreven voor deze challenge.

NB: naast deze promotie liepen er nog andere promoties die vooral door mijn 1e graadsnetwerk regelmatig zijn 'geliked'.

Denk na over wat je vraagt van je netwerk!

En zo kan jij ook jouw netwerk inschakelen. Denk wel eerst na wat je zou willen bereiken en wat je van je netwerk vraagt.

- Vraag mensen **niet jouw betaalde** product onder de aandacht te brengen. Dat doet vrijwel niemand graag. Onthoud dat Social Media gaat om “content”, inhoud waar de ander wat aan heeft.
- Vraag mensen **niet direct om een baan**, tenzij je concreet weet wat je zoekt en waar je zou willen werken, zodat men een idee heeft waarmee men jou kan helpen.
- Vraag **om aandacht voor bijvoorbeeld een sociaal-maatschappelijk initiatief** waar je aan meewerkt, een leuk idee of iets waar ze graag aan willen meehelpen, bijvoorbeeld het delen van kennis of een contact.
- Bedenk dat mensen weinig tijd hebben, dus **hou het kort en maak het ze gemakkelijk** mogelijk.
- **Overvraag je netwerk niet.**

Verbinders

De laatste tijd zie je dat mensen zich bewust “verbinder” noemen op internet. Dat zijn mensen die hun netwerk willen inzetten om werkzoekenden en vaak ook startende ondernemers onder de aandacht te brengen van hun, vaak grote, netwerk.

Ik heb ook een aantal verbinders in mijn netwerk die ik hieronder zal noemen en **waar je gerust een connectie mee kan maken:**

Rob Mes <https://www.linkedin.com/in/robmesverbinder/>

Aad Hoek <https://www.linkedin.com/in/aadhoek/>

Fred Heesterbeek <https://www.linkedin.com/in/fredheesterbeek/>

André van den Top <https://www.linkedin.com/in/andrevandentop/>

Henk Meerdink <https://www.linkedin.com/in/henkmeerdink/>

Ook ontstaan er steeds vaker groepen die gericht zijn om met elkaar te connecten om een groter netwerk te krijgen. Eén van deze groepen is **Let's connect** <https://www.linkedin.com/groups/12066466>

De veranderende arbeidsmarkt

Hoe je met een ondernemende houding je zwakke positie op de arbeidsmarkt transformeert naar een krachtige en gemakkelijker het werk realiseert dat bij je past. Graag zou ik het met je willen hebben over werk en over wat op dit moment nodig is om te slagen in de nieuwe economie.

De veranderende arbeidsmarkt

Je zult misschien wel gemerkt hebben dat er van alles aan het veranderen is in de wereld, wat een grote invloed heeft op de arbeidsmarkt. Denk maar aan de digitalisering, de automatisering en zelfs de robotisering van het werk.

Er wordt veel meer flexibiliteit van je verwacht, voortdurende beschikbaarheid en permanente scholing. De arbeidsmarkt is behoorlijk veranderd met 20 jaar geleden.

Waarschijnlijk merk je dat je moeilijk aan een baan komt. Laat ik je zeggen, als je gewoon blijft volhouden komt die baan er echt wel. De vraag is echter of je die baan ook lang kunt houden.

De kans is groot dat je na een half jaar, een jaar, toch weer opnieuw op zoek moet. En de kans is groot dat dit **veel vaker gaat voorkomen in je loopbaan.**

Maar dat is niet het enige wat speelt.

Hoe de nieuwe economie je dwingt tot een andere houding.

Iets over de nieuwe economie

Eeuwenlang bestond het meeste werk uit fysieke arbeid, werken op het land en ook als je een ambacht had moest je flink met je lijf aan de slag. Een sterk lichaam is eeuwenlang belangrijk geweest.

Met de opkomst van de fabrieken ontstond er ander werk. In het begin draaide het nog om dat sterke lijf maar langzamerhand, met de mechanisering werd het belangrijker dat werknemers geschoold werden om de machines te kunnen bedienen. Mechanisering en later de automatisering.

Scholing werd belangrijk en zo ontstond de kenniseconomie. En de gedachte dat, als je een diploma hebt dat je vanzelf een goede positie zou verwerven. Dit is een tijd geweest, maar ook dat is aan het veranderen.

Tegenwoordig gaat het niet alleen om scholing, maar ook om “wat ga je daarmee doen”.

En misschien voel je dat ook wel op dit moment; **dat je graag werkt vanuit je talenten en daarmee je inkomen verdient.**

Je bent niet de enige!

Leer jezelf kennen en volg je hart.

Deze nieuwe economie heeft mensen nodig die een voorbeeld kunnen zijn om te laten zien dat het kán, werken met de talenten die je hebt. En weet je, jij kunt ook zo'n leider zijn; iemand die zijn/haar hart volgt, weet wat ie te bieden heeft en dit inzet om de wereld te verbeteren. Niet "het gat in de markt vindt" maar "het gat in de maatschappij".

Maar, het vraagt om een **bewuste keuze** en het vraagt om een aantal beslissingen in hoe jij zoekt naar werk en **hoe jij denkt over ondernemerschap**

Ondernemende houding

Een *ondernemende houding* is een van de belangrijkste vaardigheden die je kunt hebben in je zoektocht naar werk.

Ondernemen betekent eigenlijk niets anders dan: doen wat je graag zou willen doen (en daar je geld mee verdienen).

Dus het betekent dat je zélf de touwtjes in handen neemt en aan de slag gaat om datgene te realiseren wat jij graag zou willen. En als je zelf die touwtjes in handen neemt en uitgaat van je *innerlijke kracht*, dan is de stap naar zelfstandig ondernemerschap erg klein.

Als je ontdekt wat jouw verlangen is kan je met behulp van je kennis, je ervaring en je talent een aanbod formuleren waarmee je iemand kunt helpen. Een aanbod waarvan je weet dat je een probleem oplost (en als je daar dan een tarief aankoppelt, dan ben je ondernemer. Zo simpel is het).

Door zo'n ondernemende houding zorg je voor een nieuwe toekomst in je werk (en daarbij in je financiën). En dat is niet omdat je jezelf zo goed mogelijk kan verkopen of dat je het zo goed doet op social media of omdat je leert hoe je een groot netwerk krijgt...

Je krijgt resultaat omdat je je beslissingen gaat nemen vanuit je innerlijke kracht.

Die mentale shift van 'zoeken naar vacatures' naar 'zelf je aanbod aanbieden' kan iedereen maken.

En geloof me, met een ondernemende houding zal je merken dat er anders op je gereageerd wordt. Je zult je zwakke positie van nu transformeren naar een veel krachtigere positie waarin jij meer bepaalt hoe jij het wilt hebben.

Laat ik je vandaag alvast wat op weg helpen:

- Vraag je vandaag eens af wat zou jij ontzettend graag willen doen.
- Wat zijn jouw verlangens op het gebied van werk?
- Waar zou je je inkomen mee willen verdienen?
- Wie zou je willen helpen en waarmee?

Onderzoek al je verlangens in werk en schrijf dat voor jezelf op. Het belangrijkste bij het beantwoorden van deze vraag is dat je **jezelf serieus neemt**. Dat je, al is het alleen maar voor vandaag, jezelf de toestemming geeft om te voelen wat je verlangen is en daar in te geloven. Al is het maar even een vlammetje wat opflikkert.

Intuïtie

Mijn ervaring is dat iedereen, diep van binnen, eigenlijk wel weet waarvan hij of zij gelukkig wordt.

Alleen, **we zijn het niet gewend te luisteren naar onze intuïtie**. We hebben het niet geleerd, op school of thuis, integendeel zelfs, we hebben geleerd ons aan te passen

Het kan dus zijn dat je nog niet zo'n goed contact hebt met je intuïtie. Dat je gewoon nog niet goed kan voelen welke kant je op wilt.

En dat is helemaal niet erg. Door dit artikel te lezen en er de komende week eens over na te denken heb je al een eerste stap gezet naar een leven waarin je je inkomen verdient met het werk dat bij je past.