

” Det finns med andra ord många anledningar till varför en bild kan bli ett hinder i stället för en tillgång. Den första och kanske den allra viktigaste är att en bild tolkas genom betraktarens ögon. Enväldigt.

Vilken bild av dig



visar du på nätet?

En god vän, överläkare och biträdande forskare på Stockholms universitet, ringde mig en lördagseftermiddag och bad mig om hjälp. Han hade blivit kontaktad av ett internationellt rekryteringsföretag som ville diskutera en tjänst på ett läkemedelsföretag, men först behövde de ha en formell cv att ta med i rekryteringsprocessen. Den cv som min vän hade var flera år gammal och nu ville han veta hur han skulle uppdatera den på ett bra sätt. Jag bad honom att skicka över det han hade och lovade att återkomma dagen därpå när jag hunnit titta på det och på vilken information han i övrigt läckte ut på nätet.

Dagen efteråt ringde jag och utbrast: "Hur ser du egentligen ut på nätet?". Han undrade vad jag menade och jag förklarade att jag hade gjort en generell namnsökning på honom där jag fått upp en profilbild från Facebook, där han satt i öppen morgonrock och rökte. Eftersom jag visste att han var något av en hälsofreak, tämligen korrekt och att det jag i övrigt hade hittat på nätet handlade om goda idrottsresultat och forskning inom hälsa, så förvånade bilden mig storligen.

Min vän brast i skratt och sa att kortet föreställde honom med ett smörgåsrån i handen efter judoträningen. Fotovinkeln var helt enkelt olycklig. Och judodräkten kunde förstås tolkas som en uppknäppt morgonrock. Han hade inga problem med att förstå mina argument att en bild som kan misstolkas även av en vän, verkligen kan vara en risk i en rekrytering.

Du får aldrig en andra chans att göra ett första intryck

Det finns med andra ord många anledningar till varför en bild kan bli ett hinder i stället för en tillgång. Den första och kanske den allra viktigaste är att en bild tolkas genom betraktarens ögon. Enväldigt.



Som avsändare har du sällan eller aldrig chansen att förklara hur du tänkte eller menade. Om bilden skapat fel reaktion hos mottagaren så är du redan bortsorterad ur processen. Du kommer att få ett avslag och du kommer förmodligen inte att få veta anledningen till avslaget.

Som rekryterare och coach har jag fördelen av att ha med mig erfarenheten av hundratals möten med beställare och kandidater under intervjuer sedan 1993. Det gör att jag försöker ha med mig lite extra förståelse för att man kanske inte alltid tänkt sig för i hur man faktiskt ser ut på nätet.

Lägger en rekryterare verkligen tid på att söka information om kandidaterna på nätet?

Det blir allt mer vanligt att söka efter information i olika sociala media. Enligt den senaste undersökningen från Stockholms Handelskammare (Q4 2015) så söker 72 procent av rekryterarna efter ytterligare information om en kandidat på detta sätt.

Det handlar om att få en helhetsbild om en kandidat och minimera risken av att rekrytera fel, vilket är mycket kostsamt. Man beräknar allt från 250 000 kronor upp till det tioudubbla beroende på tjänst.

I dag är presentationen på nätet även en del av den person man anställer och därmed också en framtida representant för företaget. Hur man ser ut reflekterar företaget man arbetar för.

Tiden det tar att söka upp information anses förhållandevis väl investerad jämfört med att välja fel person.

Gäller det mer exekutiva rekryteringar är det allt mer vanligt att man använder en extern firma som gör en ännu djupare sökning på nätet och plockar fram allt som går att hitta om en person i ett ännu bredare perspektiv. Enligt undersökningsföretaget Look Closer så hittar man hos var tionde granskad kandidat så allvarliga brister att vederbörande avskrivs ur rekryteringsprocessen.

Så ett första tips om du söker jobb eller i alla fall vill bli hittad för ett jobberbjudande är att du googlar på ditt eget namn och se vad du hittar. Att du har ett vanligt namn är sannolikt inget du kan gömma dig bakom.

Jag har vid flera tillfällen under föreläsningar och möten skrämt upp personer som tror att de kan vara anonyma och gömma sig bakom ett vanligt namn. Kompletterat med annan information om personen i form av engagemang, intressen, utbildning – så kan man fortfarande nästan alltid hitta mer information. Så var beredd på att en duktig researcher hittar mer än du tror. Mycket mer.

Ett andra tips är att du ska fundera på vad du har för personlig strategi med din närvaro i sociala media. Varför är du på Facebook, Instagram och/eller LinkedIn?

När du har svaren på dessa frågor är det mycket enklare att anpassa innehållet. Det som är privat blir mer privat och det som är professionellt kan vässas till att bli ännu mer professionellt.

Hur hindrar jag någon att se mina bilder?

Ett enkelt svar är förstås att alltid tänka efter *innan* man lägger ut en bild. Ställ gärna följande kontrollfrågor till dig själv:

- Varför lägger jag ut bilden, vad är syftet?
- Vill jag att min chef/kollegor/kunder/headhuntern ska kunna se den här bilden?
- Om de ändå skulle se den, hur kommer de att reagera?

En annan enkel åtgärd är att skydda det personliga flödet i exempelvis Facebook. Se till att det enbart är din profilbild och omslagsbild som syns. Dessa är nämligen oftast svåra att skydda om du inte specifikt blockerar en person. Sortera bort eventuellt olämpliga kommentarer som kan ligga kopplade till dessa bilder. Slå på funktionen där du själv måste godkänna om du taggas i en bild innan den hamnar i ditt flöde för alla. På så sätt undviker du onödig exponering av det du inte vill visa för alla. Bilder från fester eller annat kan med fördel läggas i en privat grupp.

Kan jag ta bort chefer och flera kollegor som vän på Facebook?

Det är helt ok att rensa bland kontakter. Man måste inte vara vän med alla och det förstår en klok chef. Och om han/hon ändå verkar vilja vara vän, så går det att begränsa vad som syns. Titta under inställningarna och prova dig fram till det som känns bra för dig.

När det gäller LinkedIn kan det däremot vara bra att lägga till fler kontakter. Med många kontakter följer flera fördelar:

- Du har lättare att nå nya personer.
- Du får lättare fler kommentarer och intyg på dina kompetenser.
- Du blir mer synlig för nya erbjudanden.

Genom att bli mera synlig blir du också mer osynlig, det vill säga att det blir svårare att se om du till exempel adderat några rekryteringsfirmor eller annat. Din chef kommer således inte lika lätt att se om du söker något annat även om ni är vänner på LinkedIn. Rätt sorts taggningar och inlägg kan dessutom vara bra för ditt varumärke även hos nuvarande arbetsgivare.

Att även på jobbet bli positivt uppmärksammas för inlägg eller bilder på LinkedIn kan bli ett avstamp till nya möjligheter.

Vad händer om jag inte syns särskilt mycket på nätet?

I dag kan man näst intill tycka att det är lite kufiskt. En del skulle säkert tillägga att de kan anta att man brister i social kompetens eller vill dölja något. Oavsett orsak så kan en bristande närvaro på nätet skapa oönskade funderingar hos en rekryteringskonsult eller hr-person.

Så om du av någon anledning inte vill synas särskilt mycket på nätet men ändå skulle vilja ha möjligheten att bli upptäckt, välj då att vara med på LinkedIn. Gör en enkel men välgenomtänkt profil och håll dig till den.

Vilken sorts bild bör jag välja?

LinkedIn är i huvudsak en jobbkana, så använd en bild som känns jobbrelaterad. Enkel, ledig, snygg. Välj en bild där man känner igen dig, gärna samma bild som du har i din ansökan.

När det gäller övriga sociala media, där du är mer privat, så sortera bort bilder där det finns vin, sprit, cigaretter eller bilder på dig själv i badkläder.

Om du har egna ungdomar som är aktiva på nätet rekommenderar jag dig absolut att även fundera på hur de ser ut på nätet. Söker du en ansvarsposition kan öppna bilder från barnens konton på sociala media där de framställer sig alltför lätt klädda eller festande bli en klart besvärande omständighet. Beroende på den som rekryterar. Skönheten ligger som bekant i betraktarens öga.

Vad är det värsta som kan hända om jag har fel bild?

Det kan vara illa nog att du inte får ett jobb eller blir bortvald på grund av en bild som gett fel bild av dig. Men det är inte rekryterare utan även media letar och publicerar bilder som finns på nätet. Händer det något sensationellt av något slag så kommer bilder från sociala medier snabbt ut i tidningen eller tv. Ett aktuellt exempel var det tragiska mordet på en ung kvinna vid ett hvb-boende i Mölndal, strax utanför Göteborg. Bilder från den unga kvinnans Instagram och Facebook blev hennes eftermäle på nätet.

Tanken är både otäck och obekvä, men om du vill ha en komplett uttänkt strategi, så våga även att tänka det värsta.

Hur gör jag för att skruva lite på bilden av mig själv?

Som karriärcoach träffar jag många som söker ett annorlunda jobb än det de har i dag och vill därför lyfta fram andra delar av sig. Det kan handla om att man jobbat länge på ett företag och vill bryta sig loss helt, kanske till och med

söka sig till en annan bransch. Men det kan också handla om att man inte tycker att man är synlig internt. Att man hamnat i en roll som varken passar ens utbildning eller ambitioner på lång sikt.

I sådana lägen är det utmärkt att använda bilden man ger av sig själv på nätet som en del av processen. Det kan handla om allt från att lägga upp en fylligare arbetsbeskrivning/cv i sin LinkedIn-profil till att man länkar in delar av en föreläsning, en artikel, en studie eller ett antal fotografier.

Att be kontakter om skriftliga referenser kopplade till projekt eller uppdrag är ett sådant bra knep för att öka sin synlighet. Om du till exempel har haft uppdrag i en styrelse och är intresserad av flera sådana uppdrag kan en kollega i styrelsen ge en skriftlig rekommendation och se till att den ligger sökbar på din profil.

Sådana relativt enkla knep är en av vägarna till ett nytt spännande uppdrag.

Hur gick det då med min vän överläkaren? Han bytte ut sin profiltbild, skrev en riktigt bra cv och kom – förstås – på intervju.

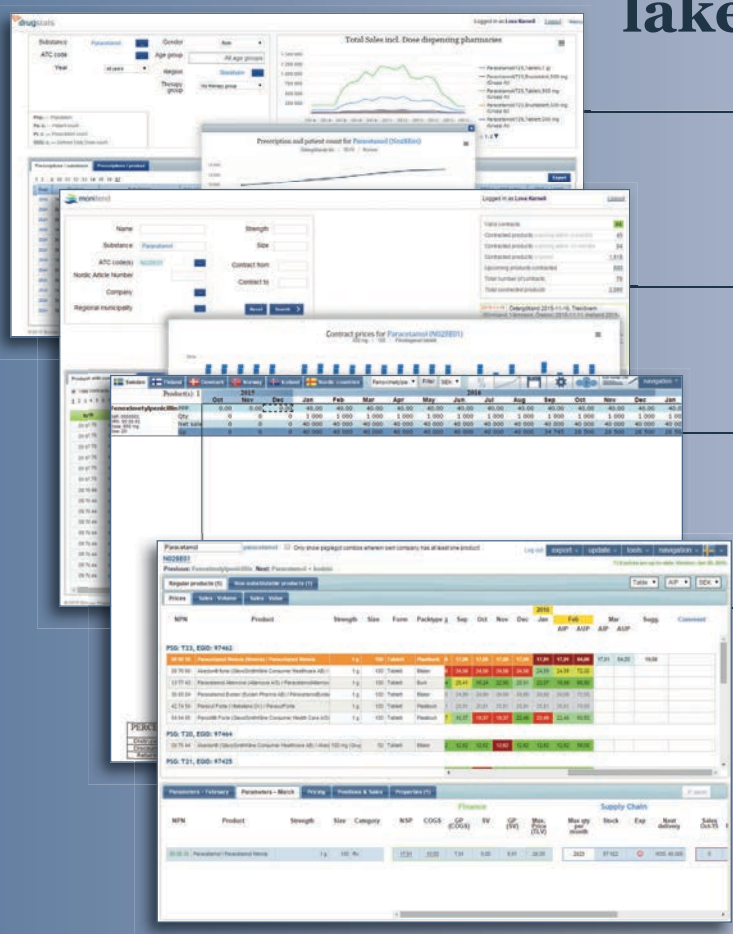


SUSANNE HYDÉN

headhunter, föreläsare, karriärcoach och författare
Foto: **SUSANNE HJALBER**

Addera mig gärna på LinkedIn och läs mina blogginlägg på <http://bookboon.com/se/karriarcoaching-ebook#download>

Webbaserade verktyg skapade specifikt för läkemedelsindustrins behov!



DRUGSTATS - Spåra receptförskrivningar
Med DrugStats kan du spåra receptförskrivningar på produktnivå fördelat på ålder, kön, region, period och föreskrivarens verksamhetsområde. Du får lättöverskådliga grafer som enkelt kan infogas i rapporter.

MONITEND - Vinn upphandlingar
Med upphandlingsverktyget Monitend får du en överblick över alla landets upphandlingar av läkemedel på rekvisition. Det går även att integrera försäljningsstatistik i verktyget.

FORECASTER - Prognostisera och analysera
Med Forecaster får du en överblick över historisk försäljning samt finansiell information för varje produkt vid prognostisering. Du kan även följa upp prognosen och jämföra med faktiskt utfall i efterhand.

NIMNIS - Optimera prissättningen
Nimmis är ett webbaserat verktyg för prissättning och prisanalys, med en speciellt framtagen modul för utbytbar generika. Nimmis samlar information från flera externa källor och länkar samman dessa med företagets egna information.

Ring oss på telefon 08-35 16 88
så berättar vi mer!

BONNIER
Pharma Insights
www.bonnierpharmainsights.se