

SOCIALA MEDIER

Att söka sitt nya arbete genom sociala medier är absolut inget konstigt. Det handlar bara om att lära sig ett nytt medium för arbetssökning som komplement/huvudkälla till traditionella sökvägar som annonser eller kontakter. Här kommer vi fokusera på två aktörer inom sociala medier d v s LinkedIn samt Twitter.

LINKEDIN

Företaget LinkedIn är börsnoterat och grundat i USA 2003. Antalet användare i världen uppgår enligt deras egna siffror till ca 200 miljoner. Användandet i Sverige ökar år för år och har idag ca 1 miljon registrerade medlemmar. Nätverket är troligen det största affärsnätverket i Sverige på nätet.

VAD BEHÖVER DU DÅ TÄNKA PÅ?

Dina inställningar:

Först av allt skall du ställa in dina inställningar så dina uppdateringar inte syns! Om du inte gör det så kommer varje ändrat kommatecken resultera i att dina kontakter får en notering att du ändrat din statusuppdatering. När du är klar med din profil kan du dock ändra inställningen så andra ser vad du gör.

Ditt namn och titel eller din "tagline":

Under ditt namn så kan du kort beskriva din yrkestitel som kan vara allt från student, systemvetare till filosofie kandidat. Det har blivit allt vanligare att många lägga till värdeladdade ord innan titeln som t ex drivande och kreativ. Din "tagline" blir då "drivande och kreativ student". På så sätt kan du förstärka ditt budskap. Glöm dock inte att de värdeladdade ord som du använder skall vara genuint förankrade hos dig själv d v s äkta.

Professionellt foto

Se till att ha ett genomtänkt och professionellt foto på dig själv.

Din sammanfattning

Denna kommer högst upp och är därför viktig. Här sätter du s a s tonen för hur andra skall se på din bakgrund och läsa ditt CV. Sammanfattningen är också bland det första som en läsare av din profil ser i mobilapplikationen.

Dina kontaktuppgifter

Något som många tyvärr glömmar bort är att lägga in relevanta och aktuella kontaktuppgifter d v s telefonnummer och e-postadress. Det är ett förekommande klagomål från många inom rekryterings- och bemanningsbranschen att det är svårt att få tag på folk då kontaktuppgifterna inte stämmer. Tänk på att rekryteringsprocesserna ibland går fortare än man tror.

Dina anställningar – då detta medium även används av dina chefer, kollegor, studentkamrater, konkurrenter och kunder bör du vara ytterst försiktig med att lägga ut information som kan klassas som känslig. Självfallet kan du under dina anställningar lyfta fram de resultat och utmaningar som du är stolt över!

Kontakter: Du bjuder sedan in kollegor, studenter och vänner till att vara "vänner" med dig. Genom denna "vänskap" ser ni varandras profiler, aktiviteter och övriga kontakter.

Hur många kontakter du kan ha? Svaret varierar självfallet från person till person. Det handlar om ålder, yrkesroller, tradition, syn på sociala medier och din syn på hur du vill använda LinkedIn.

Dina utbildningar – glöm inte att marknadsföra din utbildning och dina ämnesval med några korta ord. Du kan också självfallet beskriva – eller länka till din examensuppsats på LinkedIn.

Projekt – här kan du lägga in fördjupade beskrivningar på de projekt som du arbetat med. För dig som arbetat mycket i projektförm är detta ett mycket bra skyltfönster.

Grupper – det finns det hur många grupper och nätverk som helst. Vissa av dem är helt fantastiskt bra då de ger en möjlighet till såväl kompetensutveckling som "nätverkande". Du kan också delta i de intressanta diskussioner som finns inom gruppen.

Följa – du kan också följa kunder som är intressanta för dig. Flödet av nyheter och diverse uppdateringar kan leda dig till nya affärer. Det kan också hjälpa dig att få en bild av kundens företags- eller organisationskultur. LinkedIn News - det är ett enkelt sätt att hålla sig uppdaterad vad som händer i de branscher och områden som man är intresserad av.

Hur kan du då använda LinkedIn?

I boken "Nå framgång på LinkedIn" av Henrik Björkman så presenteras följande användningsområden.

- Läs på om kunden/arbetsgivaren
- Läs på om den person som du skall träffa
- Var aktiv – skriv statusuppdateringar, gilla någons aktivitet med mera
- Ta kloka kontakter
- Låt en kontakt introducera dig till nya kunder/arbetsgivare
- Bli – eller framstå som expert/kunnig inom ditt område

TWITTER

Twitter är en social nätverkstjänst och en mikroblogg som skapades av Jack Dorsey 2006 och har idag flera hundra miljoner registrerade användare i hela världen. Många företag, webbplatser, organisationer, artister och politiker använder Twitter för att nå ut till sina kunder, medborgare, fans eller användare.

Det hela handlar om att användarna skriver meddelanden, så kallade Tweets, som har en begränsning på 140 tecken. Dessa visas öppet på användarens profilsida. Genom att sätta en "hashtag" (#) framför ett ord, händelse eller begrepp har du skapat ett ämnesområde som andra kan följa eller "tweeta" om. Du kan sedan prenumerera på andras meddelandeflöden vilket kallas för "att följa". Detta innebär att du kan följa intressanta aktörer, personligheter, bemanningsföretag, ämnesområden med mera. Allt för att få en än bättre blick över utbudet!

Vad har då Twitter med arbetssökningen att göra? En hel del faktiskt! Här kommer några infallsvinklar utifrån detta tema.

- Twitter har visat sig vara en fantastisk kanal för annonsering av lediga arbeten. Arbetsgivaren skriver några korta ord om arbetet och länkar sedan till annonsen. Allt inom 140 tecken. Testa därför att söka efter dina intressanta arbetsgivare på Twitter.
- Det har på tämligen kort tid skapats ett par "hashtags" som samlar upp lediga arbeten. Några exempel är #Nyttjobb och #Doldajobb. De flesta större rekryterings- och bemanningsföretagen lägger idag ut sina arbeten på olika sätt genom Twitter.
- På Twitter finns det massor av ämnesområden som är intressanta att följa. Om du är intresserad av marknadskommunikation så är det bara att söka på detta och du får upp massor av tweets inom området. Detta kan göra att du hittar intressanta arbetsgivare, exjobb- / uppsatsämnen men kanske också öka - eller vidga din kompetens!
- Du kan också följa de rekryterings- eller bemanningsföretag eller dess personal som ofta lägger ut intressanta artiklar eller kommentarer inom intressanta ämen.
- Genom att följa och skicka ut meddelanden (tweets) kan du också förstärka – eller fördjupa ditt egna personliga varumärke. Var så aktiv som du kan – alternativt känns bekvämt för dig! Underskatta inte de små detaljerna när arbetsgivarna letar efter personal!



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY