

Het sollicitatiegesprek sterft uit

Digitaal werven Stop maar met het schrijven van een sollicitatiebrief; solliciteren doe je tegenwoordig online. Radicaal vernieuwend is Unilever. Het levensmiddelenbedrijf werft jonge kandidaten alleen nog maar digitaal.

Werkgevers als Hunkemöller en Ikea gebruiken alleen nog maar video-sollicitaties om nieuwe verkopers te vinden.

Als zo'n groot bedrijf als Unilever [de sollicitatieprocedure digitaliseert](#), reken maar dat andere bedrijven ermee bezig zijn of zullen volgen. „Dit is niet zomaar een dingetje. Meer bedrijven zetten stappen in die richting. Werkgevers als Hunkemöller, Hema en Ikea gebruiken bijvoorbeeld alleen nog maar video-sollicitaties om nieuwe verkopers te vinden,” weet loopbaandeskundige Aaltje Vincent.

Voor wie niet weet wat zo'n video-sollicitatie inhoudt: in een filmpje van hooguit 1 minuut vertelt iemand iets over zichzelf en waarom hij geschikt is voor de functie. Zo heeft ook Patrick Vrolijk (21) vrij snel een nieuwe baan weten te vinden.

Geen zweetdruppels of gestotter, geen zenuwen vooraf over wat hij moest aantrekken voor de camera of wat hij zou moeten zeggen. Nee, hij ging zitten en had in één keer de opname klaar. „Ik ben niet zo snel zenuwachtig. Ik dacht ik probeer het gewoon. Ik ging voor de camera zitten, vertelde kort wie ik ben en wat ik kan. That's it.”

Hoe doe je dat eigenlijk, een video-sollicitatie?

1. Houd het kort en persoonlijk
2. Ga goed voor de camera zitten
3. Zorg voor goed licht
4. Nóg belangrijker dan beeld is goed geluid
5. Wees jezelf, lees niet voor van een blaadje

Succes

De video-sollicitatie deed hij via Red, de app van uitzender Tempo-Team. Het was zijn eerste video-sollicitatie én geloof het of niet: hij kreeg daarna zeven banen aangeboden. „Je kunt wel zeggen dat dit een succes is,” lacht hij.

Hij werkt nu als vrachtwagenchauffeur bij Bakker Barendrecht, een bedrijf in groente- en fruittransport. Enige ervaring als chauffeur had Vrolijk niet. Sterker: zijn groot rijbewijs heeft hij nog maar vier maanden op zak. „Ik was hiervoor manager bij een dierenspecialzaak, maar toen het werk ophield heb ik gekozen voor omscholing. Als kind wilde ik al chauffeur worden, dus hoe mooi is dit?!”

Online opgegroeid

Willen studenten bij Unilever een traineeship bemachtigen, dan zullen ze in elk geval moeten slagen voor een paar online games en er goed moeten uitspringen in een video-interview. Het enige dat (nog) niet digitaal gebeurt, is het eindgesprek.

Een revolutionair andere benadering, met de bedoeling de jonge generaties enthousiast te maken om voor Unilever te werken. „Zij zijn opgegroeid in een digitale wereld en 'leven' steeds meer online. Vandaar dat we deze stap zetten,” licht Annefleur Kylstra toe, die bij Unilever 'Talent Acquisition Specialist' is.

Die digitale stap is op meer terreinen winstgevend voor Unilever. Er is minder tijd en geld nodig om recruiters al die aanmeldingen handmatig te laten beoordelen. De hele

sollicitatieprocedure duurt nu geen vier maanden meer, maar slechts twee weken.

Een ander pluspunt: de multinational denkt hierdoor mogelijk onbewust vooroordelen van recruiters richting kandidaten eruit te halen. „Het is korter, innovatiever, impactvoller en kandidaatgerichter", vat Kylstra samen.

Echt geïnteresseerd

Loopbaandeskundige Aaltje Vincent ziet die hele digitalisering als een goede ontwikkeling: het levert niet zozeer de beste sollicitant op als wel de beste kandidaat. Bovendien, zo zegt ze, werpt het een drempel op. „Mensen reageren alleen als zij echt geïnteresseerd zijn."

Prettig natuurlijk voor al die werkgevers die stapels cv's en motivatiebrieven ontvangen, maar sommige kandidaten zullen dit juist met angst en beven tegemoet zien. Zeker ouderen die nog gewend zijn om de pen op te pakken om een sollicitatiebrief te schrijven. „Ook zij zullen mee moeten met de vaart der volkeren," zegt Vincent.

Vooralsnog houdt Unilever de digitale procedure nog exclusief voor jongeren, máár ook dat zal op termijn gaan veranderen. Kylstra van Unilever: „Digitaal solliciteren en het digitaal werven is echt dé toekomst."

De brief verdwijnt niet

Een aantal uitzenders neemt alvast een vlucht naar voren. Zo hebben Tempo-Team en Randstad een speciale app ontwikkeld waarmee werkzoekenden in een paar stappen uitgelegd krijgen wat video-solliciteren is. Wellicht een geruststelling voor mensen die het maar eng vinden.

Bovendien: de sollicitatiebrief zal nooit helemaal verdwijnen, denkt althans Britt van Capelleveen, recruiter bij Yacht. „Iemands opleiding, werkervaring en motivatie blijven relevant. En al die informatie haal je niet uit één filmpje. Bovendien: voor een verkoper is hoe hij of zij zich presenteert belangrijker dan voor een ict'er."

Bron: <http://www.ad.nl/nieuws/het-sollicitatiegesprek-sterft-uit~a289e10d/>

Door Natasja de Groot 15-10-16