



Brænd igennem



Del 1 – ansøgningen

ajks⁷

Guide til ansøgningen

Hvordan skriver du en god ansøgning? Hvad skal med i dit CV, og hvordan får du dine kompetencer tydeligt frem i forhold til den stilling, du søger?

‘Brænd igennem’ er din guide til jobsøgning fra AJKS’ karrierevejledere, der hvert år rådgiver hundredvis af medlemmer om netop jobsøgning, CV og ansøgning.

I denne guide stiller vi skarpt på ansøgningen, og giver dig inspiration til, hvordan du:

- Skiller dig ud fra mængden
- Målretter din ansøgning til arbejdsgiverens behov og fremtiden i jobbet
- Fremhæver dine styrker og kompetencer
- Zoomer ind på den værdi, du kan tilføre

Vi har indgående kendskab til jobsøgningsprocessen fra begge ender af bordet, da vi i AJKS’ karriere team både arbejder med rekruttering for virksomheder, foretager rekrutteringsanalyser og sparrer og vejleder hundredvis af jobsøgere hvert år.

Vi har samlet nogle af de vigtigste råd, når du skal skrue en ansøgning eller et CV sammen – komplet med konkrete eksempler fra alle dem, der gør det godt.

Som medlem af AJKS kan du også få personlig feedback på dit ansøgningsmateriale.

[Book feedback her](#)

Er du ledig, er du også meget velkommen til at booke en personlig samtale og få sparring på jobsøgningsstrategi, kompetenceafklaring, sporskifte med mere. [Book en samtale her](#)

AJKS er niche a-kassen for alle de profiler, der arbejder med formidling: fx journalister, kommunikatører, sprog- og marketingfolk, designere og kunstnere – men du kan sagtens få udbytte af guiden – uanset dit fag eller branche.



Indholdsfortegnelse

Introduktion 2

Ansøgningen 4

Skriv ikke din ansøgning, før du har lavet research 6

#1 Virksomhedens værdier 7

2 Virksomhedens formål og målsætningerne i jobbet 8

Dit bidrag – zoom ind på opgaverne 9

5 fordele ved at ringe på et jobopslag 10

Opbygning af din ansøgning 11

Din motivation til virksomheden og opgaverne i jobbet 12

Udnyt dine anslag optimalt 13

#2 Fremtiden sammen 14

#2 Fremtiden sammen – eksempler 15

Fremhæv værdien af de opgaver du løser 16

#3 Hvorfor dig 17

#3 Hvorfor dig – eksempler 19

Ret fokus mod din modtager 20

Brug eksempler. Show it. Don't tell it 21

Sproglige tips og tricks 22

Værdiskabende (under)overskrifter 23

Lakmustesten: "Og hvad så?" 24

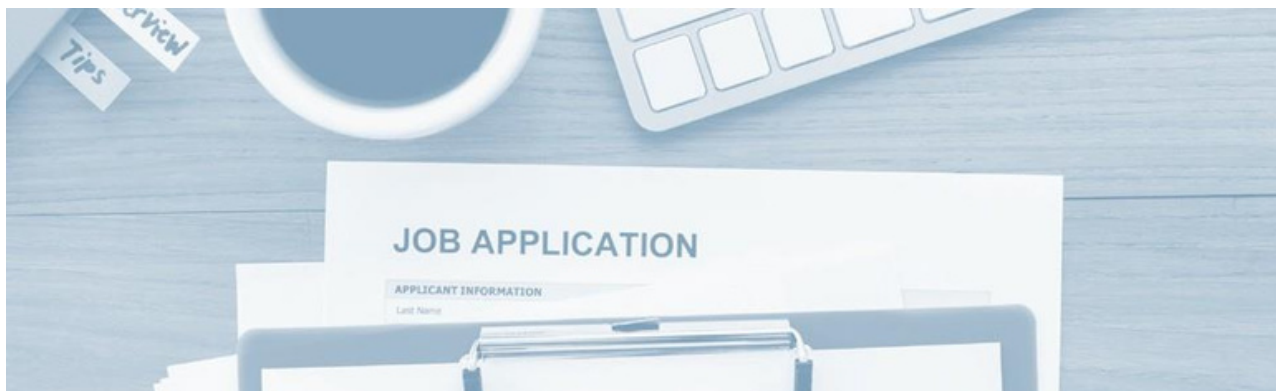
Det gør AJKS for dig 25

Om AJKS 26

Stærk samarbejdspartner 27

Når du skal i kontakt med os 28

Ansøgningen



Din ansøgning skal gøre det tydeligt for din læser, hvorfor du er motiveret til jobbet og virksomheden, hvad du kan og vil gøre for virksomheden- den værdi du kan tilføre - samt give indblik i din faglighed og tilgang til opgaveløsningen.

Brug din ansøgning til at skabe et billede af, hvad du kan bidrage med, og hvordan du kan være et aktiv for virksomheden.

Det gør du mest effektivt ved at tage udgangspunkt i din modtagers behov.

I din ansøgning, skal du vise:

- at du er motiveret til virksomhedens virkefelt og til de arbejdsopgaver og ansvarsområder, der ligger i jobbet
- at du har forstået, hvilke behov eller udfordringer virksomheden har.
- Hvordan fremtiden bliver med dig ombord.
- Hvilke områder du vil fokusere på, hvordan du kan hjælpe virksomheden i mål og hvilke konkrete ideer, du allerede har nu? (det handler om jeres fremtid sammen).
- Hvordan dine erfaringer, kompetencer eller tidligere resultater er et aktiv for virksomheden (det besvarer spørgsmålet 'hvorfor dig?').
- Hvilke opgaver du konkret kan løse, baseret på din erfaring, kompetencer og tidligere resultater.

Det er centralt, at din ansøgning er:

- Modtagerrettet – hav fokus på din modtagers behov og mål
- Motiveret – det vil sige, at du viser hvorfor x job i x virksomhed er stedet, du vil sætte din faglighed i spil og skabe værdi.
- Konkret – giv konkrete eksempler, pitch et par ideer og vis, hvorfor du har det, der skal til for at løfte de opgaver og ansvarsområder, der ligger i jobbet.

- Fremtidsorienteret – sæt din tryghedsskabende fortid i spil i fremtiden. Vis hvad det betyder for arbejdsgiveren og din varetagelse af jobbet, at du kommer med din baggrund, viden, kompetencer og resultater.

”Brug din ansøgning til at skabe et billede af, hvad du kan bidrage med, og hvordan du kan være et aktiv for virksomheden. Det gør du mest effektivt ved at tage udgangspunkt i din modtagers behov”



Skriv ikke din ansøgning før du har lavet din research

Det er nødvendigt med lidt indledende arbejde, før du begynder at skrive din ansøgning.

- Læs jobopslaget grundigt og analysér, hvor du står stærkt og svagt
- Research på virksomheden (via netværk, hjemmeside, LinkedIn med videre)
- Kontakt gerne virksomheden og spørg konkret ind til jobbet

Sådan analyserer du et jobopslag

En grundig analyse af det enkelte stillingsopslag er vigtig for, at du kan tegne en relevant faglig profil og skrive en motiveret ansøgning. Men hvordan 'læser' du et jobopslag? Og hvordan kommer du fra analyse til tekst?

For at du kan målrette din profil i din ansøgning og dit CV, skal du analysere dig frem til:

- Hvad virksomhedens værdier er
- Hvad virksomhedens formål er og hvad der er af målsætninger i jobbet
- Hvad virksomheden behov er
- Hvad dit bidrag er – hvad er opgaverne og ansvarsområderne, og det du kan tilføre og trække på

Husk at netværk er første step i din research. Kender du nogen, der arbejder eller har arbejdet i virksomheden, der kan give dig information om virksomhedens kultur, værdier, behov, rollen i jobbet og måske ligefrem kan anbefale dig til chefen?

VI KENDER DIT **FAG** OG
FORSTÅR DIT **JOB** DU SKABER
DIN **KARRIERE** OG VI
GIVER DIG **TRYGHED**

#1

Hvad er virksomhedens værdier?

Ofte er værdierne beskrevet i jobopslaget. Hvis ikke, kan du typisk finde dem på hjemmesiden. Værdier bruges i høj grad af virksomheden som medarbejdernes pejlemærker. Derfor siger de (som regel) en del om, hvordan det er at arbejde i den pågældende virksomhed.

Her er et eksempel fra et jobopslag fra PwC, hvor vi har understreget nogle af værdierne:

Er du PWC?

PwC er stedet, hvor de største talenter møder erhvervslivets beslutningstagere. Vores tre forretningsområder er revision, skat og rådgivning, og vi har en unik markedsposition. I Danmark får du mere end 2000 kolleger, der kombinerer deres store faglighed med en stærk evne til at bygge relationer, skabe værdi og levere kvalitet. Vi er ambitiøse, stiller store krav og arbejder sammen for hele tiden at blive skarpere. Med mere end 200.000 kolleger i 158 lande har du aldrig langt til viden og udvikling. Succes skaber vi sammen.

For at bruge virksomhedens værdier aktivt i din ansøgning, kan du fx fremhæve:

- Erfaringer eller resultater, der bygger på din faglighed – sæt cases på!
- Hvordan du har skabt eller udbygget relationer med eksterne eller interne samarbejdspartnere i tidligere stillinger
- Hvordan du er god til at skabe resultater sammen med andre

Her er et eksempel på, hvordan du kan vise din faglighed med cases:

‘Jeg glæder mig til at skabe tættere relationer til jeres kunder. Det kan vi blandt andet gøre via faglige workshops for kunder og samarbejdspartnere.

Jeg har som webmaster og -redaktør arbejdet i mange forskellige CMS’er, skrevet hundredevis af webtekster og har et godt indblik i SEO. Med den faglighed i bagagen var det muligt, da jeg arbejdede i X at udbyde en ny type faglige workshops. De skabte værdi for kunder og samarbejdspartnere ved at gøre deres arbejdsflow nemmere, fordi de lærte selv at håndtere deres egne hjemmesider mere professionelt. Samtidigt har det styrket relationen til kunder og samarbejdspartnere markant’. Hos PwC vil jeg derfor kunne bidrage med...

#2

Hvad er virksomhedens formål, og hvad er målsætningerne i jobbet?

For at analysere virksomhedens formål og målsætningerne i jobbet kan du se, hvordan virksomheden beskriver sig selv i fx jobopslag, på hjemmesiden eller sociale medier og afkode, hvad rollen og målsætningerne i jobbet er, som de er beskrevet i stillingsopslaget.

Hvad er virksomheden sat i verden for? Hvad er dens kerneydelse/produkt/service? Er det en virksomhed i udvikling? Er fokus på konsolidering af markedsposition eller vækst, har de en ny strategi, der skal implementeres eller noget helt fjerde?
– og hvad er din rolle i forhold til dette?

VI KENDER DIT **FAG** OG
FORSTÅR DIT **JOB** DU SKABER
DIN **KARRIERE** OG VI
GIVER DIG **TRYGHED**

#3

Hvad er dit bidrag? Zoom ind på opgaverne

I din ansøgning skal du stille skarpt på de vigtigste opgaver og få vist, at du besidder de fornødne kompetencer til at varetage disse. Dit CV viser, at du bestrider resten (eller de fleste) af de efterspurgte kompetencer.

For at blive skarpere på hvilke opgaver virksomheden prioriterer, kan du fx se på hvilke opgaver, der nævnes flest gange eller, om der er bestemte opgaver, der understøtter titlen på den stilling, der rekrutteres til eller målsætningerne i jobbet.

Når du har analyseret dig frem til kerneopgaverne, kan det være en god ide at markere dem, så du er sikker på, du kommer omkring de vigtigste i din ansøgning.

Nogle gange kan selv den bedste analyse ikke afdække kerneopgaver, mål eller værdier. Så er det oplagt, at du ringer til virksomheden for at blive klogere, før du skriver din ansøgning.



5 fordele ved at ringe på et jobopslag

Mange undlader at ringe på jobopslag – måske er du bange for at forstyrre, det kan virke kunstigt at stille en masse spørgsmål, eller måske ved du ikke, hvad du skal spørge om.

Det er ikke absolut nødvendigt at ringe på et jobopslag.

Men fordelene ved at ringe er, at du:

- får større indblik i virksomheden, og målsætningerne og rollen i jobbet
- har mulighed for at positionere dig selv og få dem til at glæde sig til at læse lige netop din ansøgning
- kan få svar på spørgsmål, du ikke kan læse dig til i opslaget
- bedre kan målrette ansøgning og CV
- bedre kan vurdere, om det er det rette job for dig



Ultrakort guide - sådan ringer du på et jobopslag

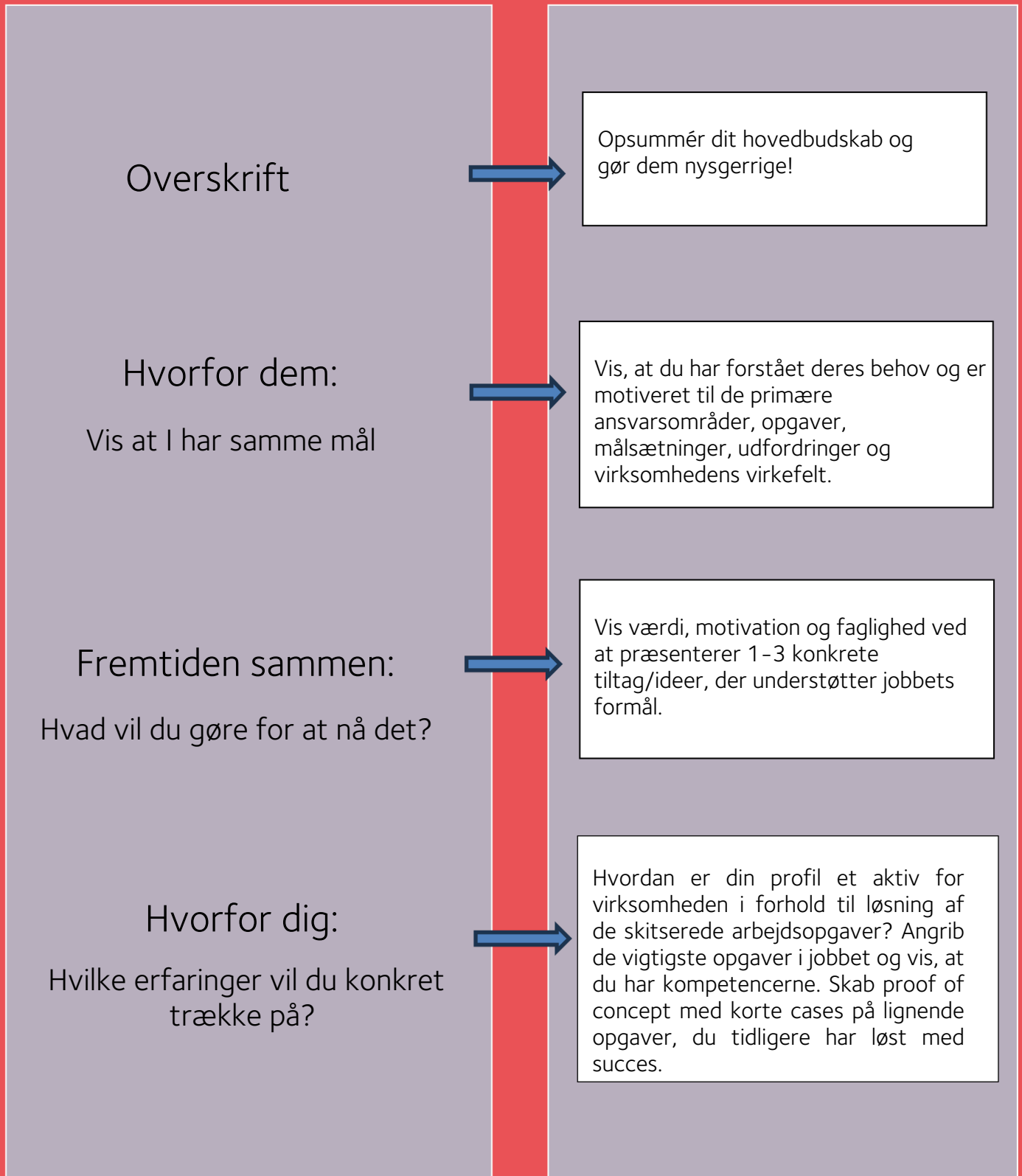
1. Spørg konkret ind til den aktuelle stilling – hvad baggrunden er for, at den aktuelle stilling er slået op? Hvordan ser prioriteringen af arbejdsopgaver ud? Hvilke succeskriterier er der? Hvordan ser det team ud, som den rigtige kandidat skal arbejde i (er der kompetencer, der mangler)?
2. Tag afsæt i din faglighed, motivation, din viden om virksomheden eller branchen. Det betyder også, at det aldrig er en god ide at spørge om noget, der allerede fremgår af jobopslaget.
3. Spørg ind til udfordringer, visioner, succeskriterier mv.

4. Tænk over hvilke relevante og tryghedsskabende informationer om din faglighed, du kan plante. Det kan fx være noget om din erhvervserfaring, tidligere erfaringer eller resultater mv. Det kan du evt. sætte fokus på ved at spørge ind til hvilken jobberfaring, der bedst kvalificerer til denne stilling.

Hvis håndfladerne bliver klamme ved tanken om at ringe op, kan det måske hjælpe med et nyt perspektiv på din og virksomhedens rolle i ansøgningsprocessen.

I AJKS' artikelsamling med karrieretips, kan du blandt få inspiration i artiklen: [Uopfordret ansøgning.](#)

Opbygning af din ansøgning



Din motivation

Det er naturligvis vigtigt, at du motiverer din ansøgning. Men din motivation for at søge stillingen handler ikke om dig, og hvad du får ud af jobbet.

- Hvorfor vil du gerne arbejde i den pågældende virksomhed?
- Hvilke ansvarsområder eller arbejdsopgaver motiverer dig?
- Hvordan er du motiveret i forhold til de udfordringer eller succeskriterier, der ligger i jobbet?
- Hvad motiverer dig ved produktet, målgruppen, medlemmerne, sagen?

Det er vigtigt at din motivation knytter sig til virksomheden, jobindholdet og opgaverne. I nedenstående finder du eksempler:

Stilling: Dansk Golf og Golf.dk-kommunikationsansvarlig

"Hvis der er to ting, jeg brænder for, er det golf og journalistik. Mit golfspil bliver nok ikke bedre end det nuværende handicap 15, men jeg vil gerne bruge mine journalistiske og ledelsesmæssige kompetencer til at gøre Dansk Golf og Golf.dk til endnu stærkere medier: Gøre dem til danske golfspilleres foretrukne sted at finde inspiration, læring og nyheder."

Stilling: Kommunikationsmedarbejder i Indre by lokaludvalg. Den frække tilgang:

"Jeg er hende, I frygter. Jeg er borgeren fra helvede. Hende, der på Facebook skriver om dumt vejarbejde, manglende skraldespand ved busstop, larm fra nabobaren og deslige. Og jeg ELSKER høringer. Og underskiftsindsamlinger. Og at skrive klager. Så lad mig komme over på jeres side, for jeg ved, hvordan folk som mig skal tackles!"

Stilling: Netværks- og kommunikationsmedarbejder til Tåstrupgård

"Beboernes ressourcer skal frem i lyset og skabe et bedre Tåstrupgård! Jeg vil bidrage til, at den enorme kulturelle mangfoldighed, som Tåstrupgård rummer, bringes i spil som en styrke, og klæder den store koncentration af børn og unge på til både uddannelse og job. Derfor søger jeg stillingen som netværks- og kommunikationsmedarbejder i Taastrupgårds boligsociale Team".

Udnyt dine anslag optimalt

Du har begrænset plads i din ansøgning. Undgå derfor at spille plads på vendinger som: "Det var med stor glæde, at jeg faldt over jeres stillingsopslag på Jobindex..."

Gå direkte til biddet og sørg for, at din overskrift og indledning (som i eksemplerne på foregående side):

- italesætter din motivation for virksomheden og opgaverne/ansvarsområderne i jobbet,
- viser at du kan møde virksomhedens behov og er løsningen på deres eventuelle udfordringer
- er modtagerrettet og har fokus på det, du kan bidrage med, tilføre, trække på
- er konkret, når du beskriver, hvad du vil gøre i jobbet
- Er fremtidsrettet. Skriv din fortid ind i fremtiden

Uanset om et succeskriterie så er at bringe beboernes ressourcer frem i lyset, at blive danske golfspilleres foretrukne sted for ny inspiration, at hjælpe modtageren med at vækste eller noget helt fjerde.

#2

Fremtiden sammen

Mens første del af din ansøgning fokuserer på din motivation, kan du med fordel lade næste del fokusere på dine bidrag i form af idéer og tiltag og den værdi, du kan tilføre. Skitsér fremtiden sammen.

Tænk i at skabe et tryghedsskabende billede af, hvordan fremtiden med dig ombord ser ud.

- Hvordan vil du bidrage til at opfylde målsætningerne i jobbet og dermed hjælpe virksomheden med at nå sine mål?
- Har du idéer til tiltag, kampagner, vinkler, emner, services eller andet, som kan skabe værdi og understøtte virksomhedens og jobbet's målsætninger?

Fokusér på din modtager og den værdi du med din faglighed og idéer kan tilføre.

Hvilke veje ser du til målet?

Hvis målet er at gøre "Dansk Golf og Golf.dk til danske golfspilleres foretrukne sted at finde inspiration, læring og nyheder...", hvilke veje eller muligheder ser du så for, at nå derhen? Byd ind med konkrete idéer der understøtter målsætningen/formålet i jobbet (se næste side)

Fordi...

- Eksempler giver din læser indblik i, hvordan du tænker
- Eksempler viser, at du kan gå i gang med det samme
- Konkrete eksempler fremhæver de muligheder, du har erfaring med – dét kan adskille dig fra andre kandidater

Du kan fx give konkrete idéer til en artikelserie, indhold eller apps, men det kan også være på et mere overordnet eller strategisk niveau. Måske ser du behov for en video-strategi, mere community management eller et program for kundeloyalitet for at hjælpe med at indfri målet.

#2

Fremtiden sammen – eksempler

Stilling: Fyens Amts avis, Ærø redaktionen

”Og jeg har selvfølgelig også forslag til nye artikler.

Et af dem er at portrættere de flygtninge og etniske minoriteter, der igennem årene er flyttet til øen, og give ærøboerne et indblik i disse personers historie, kultur og håb for fremtiden.

Det kunne også være at lave artikelserien, som løbende følger op- og nedture blandt kuldet af teen-
agere, der tager springet fra familien til det fynske fastland for at uddanne sig. Mens et helt tredje
forslag går på at undersøge, hvilke aftryk det kvindelige mindretal i byrådet har sat, og om der er
udsigt til, at flere vil tilslutte sig efter næste års kommunevalg.”

Stilling: Dansk Golf og Golf.dk- kommunikationsansvarlig

”Tillad mig dog allerede her at nævne to elementer, som er helt nødvendige for at skabe vækst:
Samme navn og grafisk udtryk på alle platforme – enten Dansk golf eller Golf.dk, med begge navne i
spil skabes der usikkerhed om afsenderen.

Og så skal golf.dk – hurtigere end jeg kan lave et hole in one- udvikles i en mobil og tabletversioner.
De færreste tænder i dag deres PC for at søge hurtig information. Samtidig skal de sociale medier
som Facebook, Twitter, Instagram og noget så simpelt som SMS’er udnyttes til at skabe yderligere
vækst.”

#3

Hvorfor dig

Når du har foldet din motivation ud og tegnet et billede af fremtiden, så zoom ind på, hvorfor de skal vælge lige netop dig. Her kommer fem gode tips til, hvordan du bærer dig ad med at skrive det ind i din ansøgning:

1. Hvor står du stærkt? Hvis intern kommunikation udgør et stort ansvarsområde i stillingen og du i sidste job var ansvarlig for netop dette, så fremhæv hvad det betyder for virksomheden og din evne til at løfte den opgave, at du kommer med den erfaring.
2. Knyt præsentationen af dine kompetencer til de opgaver, succeskriterier eller udfordringer, der skal løses, eller det primære ansvarsområde stillingen rummer. Er et succeskriterie at skabe bedre presseomtale, så angrib dette ved at vise, hvad du kan trække på af erfaringer, tidligere resultater, kompetencer og eller netværk.
3. Skriv om fremtiden – Ved ikke blot at fortælle hvad du har lavet tidligere, men ved at sætte det i relation til opgaver og ansvarsområder i jobbet, får du sat fortiden i spil i forhold til fremtiden i jobbet og dermed tydeliggjort, hvad du kan tilføre, bidrage med og skabe af værdi i forhold til x opgave- eller ansvarsområde.
4. Vær konkret og brug eksempler eller cases til at underbygge dine udsagn – også når du beskriver dine personlige kompetencer. Don't tell it, show it!
5. Hvilket 'lille ekstra' kan du bidrage med?
Har du erfaringer eller kompetencer, der ligger lidt uden for stillingsbetegnelsen, men som du ved kan bidrage positivt til virksomheden, så flet det ind her. Måske er du ekspert i digitale værktøjer, der kan spare virksomheden bunker af tid, eller du er ekspert i videndeling og har fundet en metode, der kan holde kolleger opdaterede. Det kan også være ved at løfte de opgaver, du kan løse, til et højere (og mere værdiskabende) niveau: Du laver fx ikke "bare" præsentationsmateriale, du strømliner den visuelle identitet.

Fremhæv værdien af de opgaver du løser

Mange har en tendens til kun at skrive om, hvad de har lavet og dermed om fortiden. Få tydeliggjort hvordan din fortid er værdifuld for virksomheden ved at skrive fortiden ind i fremtiden i jobbet. Det gør du ved meget konkret at "angribe" 3-4 af de vigtigste opgaver/ansvarsområder i jobbet og vise hvorfor din erfaring gør, at du kan løfte de opgaver/ansvarsområder og skabe værdi.

Hvis en opgave er at sikre mere synlighed så angrib dette, og vis hvad du kan trække på og bidrage med.

Brug din fortid til at vise at du kan lykkedes i den fælles fremtid i virksomheden:

"I forhold til at skabe mere synlighed, kan jeg trække på 5 års erfaring med pressearbejde, SoMe og succesfulde kampagner, der har gjort netop dette. Blandt andet fra min tid hos X hvor jeg lykkedes med at ..."

Når du beskriver de opgaver du kan løse, kan du vælge at beskrive:

- Hvordan du vil gøre det
- Hvorfor du er i stand til det (skab proof of concept med fortidens dyder)
- Hvilken værdi det vil tilføre

Du kan enten skrive det i prosaform som i eksemplerne på side 18, eller du kan gøre det i punktopstilling:

12 opgaver jeg kan hjælpe jer med fra dag 1:

- Finde nye kunder og etablere effektive salgskanaler med tilhørende mersalg
- Segmentere jeres bedste kunder og finde andre potentielle kunder, der ligner dem
- Optimere jeres hjemmeside, så I kommer til tops i alle relevante søgninger
- Analysere besøgende, topsider, søgeord m.m. så jeres hjemmeside bliver et redskab for ny- og mersalg, kundefastholdelse, markedsresearch og forretningsudvikling
- Etc.

#3

Hvorfor dig – eksempler

Stilling: Kommunikationsmedarbejder til Eksport kredit fonden, hvor et primært ansvarsområde var at skabe mere synlighed og kendskab til EKF

”Jeg vil sikre mere synlighed for EKF, ved at trække på min erfaring med SEO, mit store netværk inden for medieverdenen, samt bidrage med knivskarpe, fagligt funderede historier om, hvordan EKF kontinuerligt er med til at skabe vækst for den enkelte eksportvirksomhed og dermed arbejdspladser i DK.”

Stilling: Pressekonsulent Region Hovedstadens Psykiatri, hvor succeskriteriet var at skabe anderledes positiv presseomtale og bedre kendskab til Region Hovedstadens Psykiatri

”Jeg sørger for, at alle aktindsigtsbegæringers håndteres med sikker hånd og vurderer hvornår, vi skal tage til genmæle og kræve berigtigelse. Hvornår vi lægger tingene åbent frem, og hvornår vi lader passere for ikke at puste liv i sagen igen. Og frem for alt er jeg konstant årvågen i forhold til at sætte dagsordenen i medierne. Jeg benytter anledning til at være først med vores version, f.eks. ”Styr medicinering” og ”mindre tvang”. Jeg har netværket i medierne og idéerne, der skal til, for at RH Psykiatri kan blive set i et nyt lys. Hvad med Kamilla Miskowiak i aftenshowet med en historie om de næste landvindinger inden for antidepressiv medicin?”

Stilling: Netværks- og kommunikationsmedarbejder til Tåstrupgård. I den stilling et vigtigt ansvarsområde at skabe beboerinddragelse og bedre dialog

”I forhold til at etablere kontakt og det løbende samarbejde med beboerne i Tåstrupgård, kan jeg trække på min indsigt og forståelse for fattigdomsproblematikker, kulturelle og religiøse minoriteter og copingstrategier blandt marginaliserede grupper.”

Ret fokus mod din modtager

Mange os har en tendens til at skrive RIGTIG MEGET om os selv, så snart vi sætter fingrene til tastaturet og skal arbejde med genren 'ansøgning'.

For at se om det også rammer dig, så tjek hvor mange sætninger du starter med 'jeg' i din ansøgning. Hvis det er mere end et par stykker, så vend dit perspektiv og dine sætninger, så de bliver modtagerrettede.

Det kan lyde som en umulig opgave både at skulle demonstrere, at du har erfaring og kompetencer, samtidig med, at du (næsten udelukkende) fokuserer på din modtager (derfor har vi fundet et par eksempler til dig).

Her er et par eksempler:

Stilling: Kommunikationsmedarbejder til FOF

"Når folket skal finde folkeoplysningen og konkurrencen er hård"

Hvor finder jeg ud af, hvor der er guitarundervisning eller spændende foredrag i lokalområdet? Mon jeg kan finde et kursus, hvor jeg kan lære at sy eller hækle? Og kan jeg gå til yoga i nærheden?

Trofaste FOF-elever bladrer sikkert i det fysiske katalog og bliver inspireret til at fortsætte på hold, de plejer at gå på, men også til at prøve noget nyt, tage til et foredrag eller med på en tur eller rejse. Men hvordan får FOF fat i de andre? De helt nye elever eller dem, der hvert år shopper rundt i tilbud fra andre aftenskoler, folkeuniversitetet, private udbydere mm. Her er Google vores ven (...)."

Stilling: eCommerce hos IKEA

"Posen, der bærer alle vores boligdrømme direkte hjem i stuen "Jeg skulle bare lige have et nyt fad, men jeg kom hjem med to helt fyldte, blå IKEA-poser".

Det har jeg selv sagt – og det har jeg også hørt rigtig mange andre sige. For når man nu er af sted, så mangler man jo egentlig også servietter, og hov – jeg kunne også godt lige bruge nogle nye håndklæder, et par grydeskeer, og Gud! – de plakater er virkelig fine...

Jeg ønsker at blive en del af IKEAs eCommerce team og bringe ovenstående oplevelse med ind i kundeoplevelsen i det digitale univers på IKEA.dk. Når kunden køber et bord online, skal det være let og brugervenligt at smide en dug, servietter og tallerkener med ned i kurven. Den blå pose kan lige så godt blive fyldt helt op."



Brug eksempler- Show it. Don't tell it!

De fleste jobopslag rummer ønsker til personlige kompetencer.

Eksempelvis at du kan holde hovedet koldt i stressede situationer eller have mange bolde i luften.

Det kan vi alle påstå, at vi kan, så underbyg påstande med konkrete eksempler. Ligesom du ville bruge cases til at illustrere din faglighed.

Her et eksempel hvor ansøger forholder sig til virksomhedens ønske om at man skal kunne "holde hovedet koldt i pressede situationer eller holde mange bolde i luften":

"Når minutterne bliver få, mestrer jeg at bevare overblikket, hvilket særligt min erfaring med live TV har lært mig. Her måtte kreativiteten ofte have et ekstra kick. Fx når tidsplanen blev ændret og man, inden seerne skulle ses i øjnene, måtte reformulere sit statement til lyden af nedtællingen i øret."



Sproglige tips og tricks

“Jeg tillader mig hermed at ansøge...” Din overskrift er din fiskestang. Lær hvordan du hiver din læser i land.

Overskrifter og indledninger

Start din ansøgning med en overskrift, der opsummerer dit hovedbudskab og gør din læser nysgerrig.

Det kunne fx være noget a la:

- 12 måder vi kan vækste forretningen på nu
- Vi skal have (endnu flere) tilfredse medlemmer
- Strategien skal op af skuffen og ud i virkeligheden
- Ram brugerne i hjertet – og hjernen

Kan du skabe billeder hos din modtager, og beskriver du samtidig, hvad du bidrager med, er du kommet langt.

Undgå at spille plads på høflighedsfraser som „Jeg tillader mig hermed at søge jobbet, som jeg har set på xxx“.

Benyt eventuelt samme overskrift i dit CV.



Brug din faglighed – ansku din ansøgning som et kommunikationsprodukt

Vis din faglige værktøjskasse og brug storytellingskneb og skab billeder hos din læser:

”Jeg står igen i lort til anklerne. Denne gang midt på en mark i regn, mørke og blæst. Syriske børn leger og venter på, at hestene er klar.

Jeg er her, fordi jeg er ved at lave Assens Kommunes første podcast.

Det er en ny måde at kommunikere kommune på, som jeg på egen hånd har introduceret til kommunikationsafdelingen. Denne gang er det historien om krigstraumatiserede børn, der ved hjælp af ridning, får hjælp til bedre at kunne tilpasse sig det danske samfund.

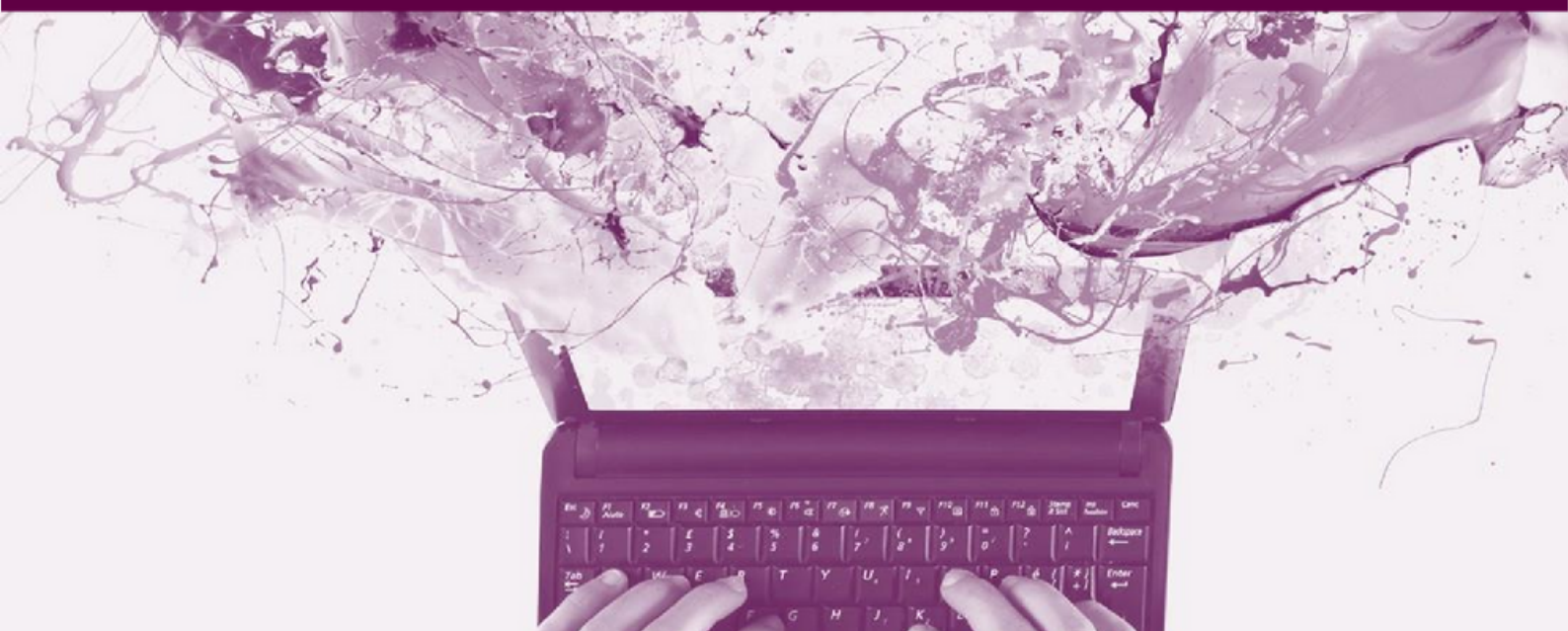
Historien er et eksempel på, at jeg er en initiativrig stærk fortæller, som kan spotte og formidle de gode historier. Jeg går langt for at få historierne hjem. ”

Citat fra AJKS Rekrutteringsanalyse, hvor vi bl.a. har interviewet en række arbejdsgivere.

”Jeg elsker, når jeg kan se at folk har gjort sig umage, at man kan se at vedkommende har gjort sig umage med at sætte ansøgningen flot op. Og søger vi fx en til at arbejde med storytelling, så er det superfedt at der fx er arbejdet med en fængende indledning, og fagligheden på den måde skinner i gennem” .

Signe Holme Head of Communications i Planbørnefonden

[Find analysen her](#)



Værdiskabende (under)overskrifter

Skab værdi med dine underoverskrifter. Udnyt pladsen bedre! Vi ser tit ansøgninger helt uden underoverskrifter.

Underoverskrifter bryder din tekst op, og gør den lettere at skimme (det gælder i øvrigt i både din ansøgning og dit CV).

Underoverskrifter gør det lettere for læseren at overskue din tekst og hurtigt danne sig et indtryk af den, og de giver dig også mulighed for at presse mere værdi ind i din tekst.

Udnyt den plads en underoverskrift optager til at sætte værdi på. Fortæl hvad udbyttet er af, at du løser en given opgave.

Her kommer lidt eksempler:

”Smidig intern kommunikation giver mere tilfredse kunder”

”Jeg kan finde nye kunder og etablere effektive salgskanaler med tilhørende mersalg”

”Skal jeg optimere jeres hjemmeside, så I kommer til tops i alle relevante søgninger og bliver fundet af potentielle kunder?”

Tænk i at gøre
arbejdsgiveren tryk i forhold
til, at du har det, der fagligt
og personligt skal til for at
skabe værdi og være et aktiv
for dem.



Lakmustesten: Spørg "og hvad så?"

"Og hvad så? - testen" er et fantastisk redskab til at sikre, at du har fokus på arbejdsgiverens behov, skriver om fremtiden og viser den værdi, du kan tilføre. Brug den til at trykteste dine forskellige afsnit. Forestil dig at arbejdsgiveren til dine forskellige afsnit spørger "Og hvad så?".

Værdien af din opgaveløsning:

Det kan nogle gange være en svær opgave at få tydeliggjort den værdi, du bidrager med, men her kan du bruge "Og hvad så?"- testen.

Når du præsenterer en opgave, du kan løse, så brug testen til at finde frem til den fulde værdi af opgaveløsningen:

Her kommer lidt eksempler:

"Jeg kan koordinere jeres møder." - "Og hvad så?" "Ja, så er der bedre koordinering internt i organisationen." -Og hvad så? "Ja, så taber vi ikke informationer på gulvet, teams er bedre klædt på til at udføre deres arbejde, og man slipper for at gå forgæves til et møde eller selv bøvle med planlægningen". "Og hvad så?" - "Ja, så får I en stærkere organisation, mere strømlinede processer og et bedre overblik..."

"Min uddannelse i kommunikation fra Roskilde Universitet betyder, at jeg kan formidle svært tilgængeligt stof på en lettilgængelig måde" - "Og hvad så?"

"Ja det betyder, at jeg kan sikre at forskningsformidlingen når ud til en bredere målgruppe".

Fra en floromvunden fortælling om en kompetence til tydeliggørelse af den værdi, den kompetence medfører.

CV og ansøgning tegner tilsammen det fulde billede henholdsvis af fortiden og fremtiden.

Tænk i at dit materiale skal vise din faglighed, din personlighed og gøre arbejdsgiveren tryk i, at du er den rette til jobbet!





Det gør AJKS for dig

Du har din egen personlige a-kassevejleder

En af de store fordele ved at være medlem af en mindre niche a-kasse er, at du har din egen faste og personlige a-kassevejleder.

Det sikrer dig et fast holdepunkt og, at du taler med en, der kender dig og din situation, som kan hjælpe dig sikkert videre.

[Find din a-kassevejleder her](#)

Få rådgivning om jobsøgning og karriere

Skal du have lagt en ny jobsøgningsstrategi? Vil du have sparring på dit ansøgningsmateriale eller din idé om at blive selvstændig? Har du brug for en samtale om din trivsel som jobsøgende eller hjælp til at forberede en vigtig jobsamtale?

Uanset hvad du har brug for hjælp til, så tag fat i vores karriere team. Vi hjælper hvert år hundredevis af medlemmer med jobsøgning, brancheskift og karriereafklaring, så vi kan helt sikkert også hjælpe dig. [Læs mere om vejledning og book her](#)

Workshops, webinarer og arrangementer

Kom til vores arrangementer, hvor vi både underviser i jobsøgning, trivsel, muligheder i dagpengesystemet, faglige værktøjer og meget mere.

Vi holder også sociale arrangementer som fx julefrokost og netværksmøder.

[Se alle arrangementer i kalenderen her](#)

Netværk med andre AJKS'ere

Vi samler i skrivende stund over 25.000 professionelle i formidling – kommunikatører, journalister, marketing- og sprogfaglige, designere, forfattere, kunstnere, kreative og mange flere. Vi samles i vores fælles LinkedIn-gruppe, hvor vi netværker og deler jobopslag.

[Find gruppen her](#)



Bliv klogere på AJKS

AJKS er a- kassen for dig der arbejder med medier, kommunikation og kreativitet – og for dig, der gerne vil.

Som niche a-kasse, er vi tættere på dit fag, dine opgaver og specifikke udfordringer. Vi kender dit fag og bruger det til at rådgive dig.

Hvad er dine fordele med AJKS?

- Du får personlig vejledning og har din egen, faste a-kasse vejleder.
- Du kan få individuel karrierevejledning, kompetenceafklaring samt sparring på CV og ansøgninger og hjælp til opstart af virksomhed fra rådgivere, der kender dit fag.
- Du bliver en del af et fagligt fællesskab med faglige og sociale arrangementer, webinarer og workshops.
- Vi er den billigste a-kasse, du kan være medlem af, og vi har høj medlemstilfredshed.

AJKS kæmper for at beskytte dine rettigheder

Uanset om du er selvstændig, freelancer, lønmodtager eller ledig, er AJKS med til at beskytte dine rettigheder og kæmpe for et trygt og fleksibelt arbejdsmarked. Det gør vi blandt andet via udvalg, arbejdsgrupper og ved kontinuerligt at forsøge at påvirke lovgivningen og debatten om dagpengesystemet, hvor vi taler vores medlemmers sag.

Din a- kasse er din forsikring

Som medlem hos AJKS behøver du ikke tænke over, hvad der sker, hvis du mister dit job. Vi er din forsikring, hvis det sker – din garanti for, at der stadig går penge ind på kontoen. Og ja, en a-kasse lyder lige så kedeligt som pension og forsikring. Men vi ved også, at den er lige så rar at have, når der bliver brug for den.

Det sker for mere end hver anden dansker

Hvert år bliver flere hundredetusinde danskere ledige – langt de fleste kommer heldigvis hurtigt i job igen.

I Danmark har vi et økonomisk sikkerhedsnet i form af dagpengesystemet – derfor kan du få hurtig rådgivning om alt fra dagpengeregler til karriere og effektiv jobsøgning.

Vi griber dig og får dig hurtigt og sikkert videre.



Stærk samarbejdspartner

Dansk Journalistforbund

Som medlem af Dansk Journalistforbund kan du få professionel hjælp til at håndtere og udvikle dit arbejdsliv.

Du kan få sparring på dine ansøgninger i Dansk Journalistforbunds karriereafdeling. Hvis du gerne vil have hjælp til at sætte ord på og handling bag dine karrieremål, så kan du booke en samtale med en karriererådgiver, der kender din branche.

Du kan også vælge at deltage i karrierekurser og få mulighed for at arbejde fokuseret med dine mål sammen med andre.

I Dansk Journalistforbund møder du professionelle rådgivere med et stort kendskab til medie og kommunikationsbranchen. De kan hjælpe dig med at navigere i den, så husk at bruge dit forbund.

[Besøg Dansk Journalistforbund](#)

Når du skal i kontakt med os

Skriv til os 24/7 via selvbetjeningen

Har du spørgsmål om kontingent, dagpenge eller efterløn, så skriv en besked til os i selvbetjeningen. Vi svarer hurtigst muligt inden for vores åbningstid.

Ring til os

Du kan ringe til os på telefon 3342 8001 mandag-fredag kl. 10-15.

Få et personligt møde

Hvis du ønsker et personligt møde, skal du booke en aftale. Du kan ringe på telefon 3342 8001 mandag-fredag kl. 10-15 og aftale et møde.



AJKS — a-kassen for journalistik,
kommunikation og sprog

Gammel Strand 44
1202 København K
3342 8001
ajks@ajks.dk