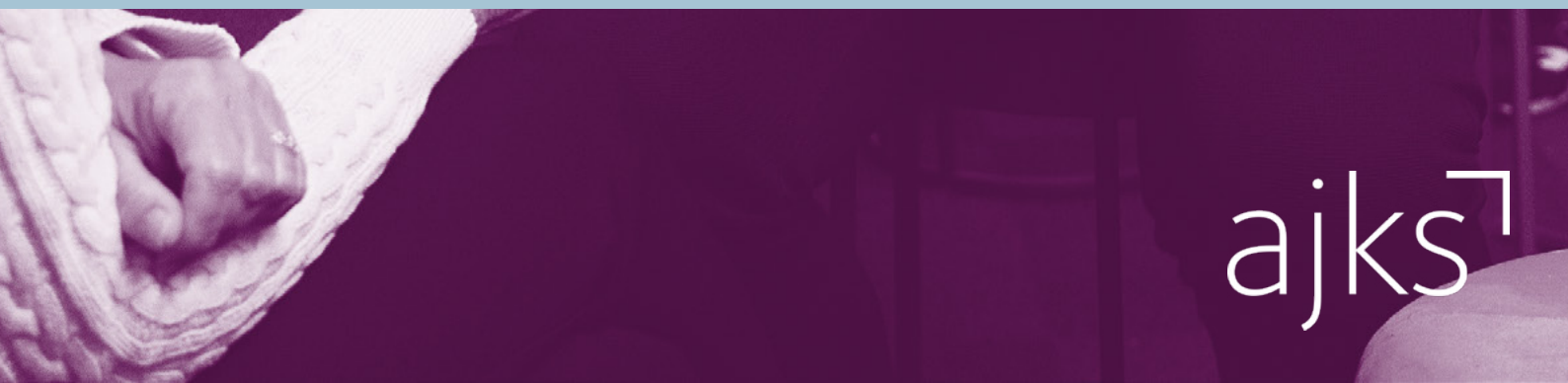




Brænd igennem



Del 1 - ansøgningen



ajks⁷

Ajks' 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 giver vi dig inspiration til, hvordan du

- Skiller dig ud fra mængden
- Målrætter din ansøgning til arbejdsgiverens behov
- 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 og sparrer og vejleder hundredvis af jobsøgere hvert år.

I denne guide har vi 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.](#)

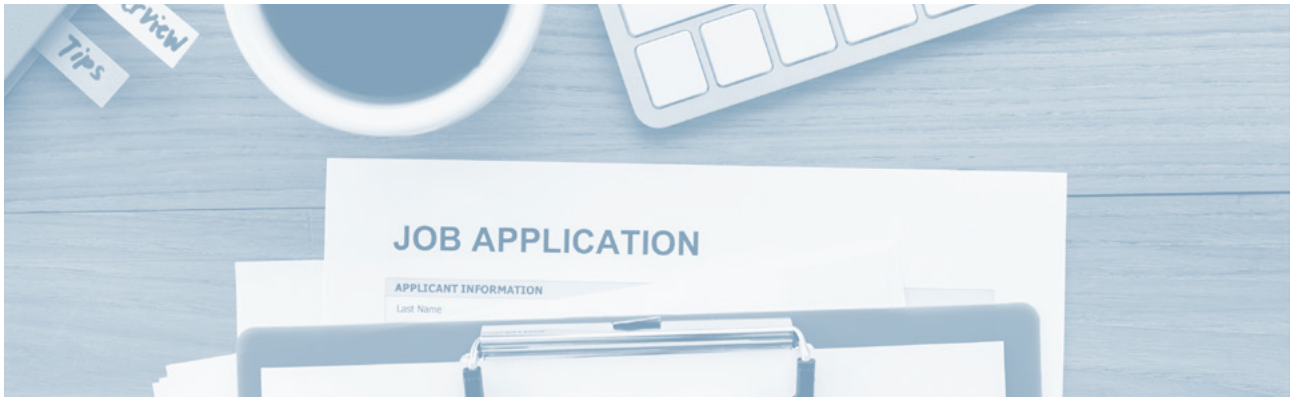
AJKS er niche a-kassen for alle de profiler, der arbejder med formidling: fx journalister, kommunikatører, sprog- og marketingfolk, designere og kunstnere – men du kan sagtens få udbytte af guiden – uanset dit fag eller branche.



Indholdsfortegnelse

Introduktion	2
Ansøgningen	4
Skriv ikke din ansøgning, før du har lavet research	5
#1 Virksomhedens værdier	6
#2 Virksomhedens mål	7
Dit bidrag - zoom ind på opgaverne	8
5 fordele ved at ringe på et jobopslag	9
Opbygning af din ansøgning	10
Virksomhedens mål tjener som din motivation	11
Udnyt dine anslag optimalt - du har ca. 2400 stk.	12
#2 Fremtiden sammen	13
#2 Fremtiden sammen - eksempler	14
Fremhæv værdien af de opgaver du løser	15
#3 Hvorfor dig	16
#3 Hvorfor dig - eksempler	17
Ret fokus mod din modtager	18
Brug eksempler. Show it. Don't tell it	19
Sproglige tips og tricks	20
Værdiskabende (under)overskrifter	21
Løft opgaverne et niveau - spørg "Og hvad så?"	22
Det gør AJKS for dig	23
Om AJKS	24
Stærke samarbejdspartnere	25
Når du skal i kontakt med os	26

Ansøgningen



Din ansøgning skal gøre det tydeligt for din læser, hvad du kan og vil gøre for virksomheden samt give indblik i din tilgang.

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 modtager og dennes mål.

I din ansøgning, skal du vise, at

- Du har forstået, hvilke mål eller udfordringer virksomheden har (det hænger tæt sammen med din motivation)
- Hvordan fremtiden bliver med dig ombord.
- Hvilke områder vil du fokusere på, hvordan kan du hjælpe virksomheden i mål og hvilke konkrete ideer, har du allerede 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 modtager, dennes mål og mission
- Motiveret – det vil sige skrevet til lige præcis den aktuelle stilling og virksomhed
- Konkret – giv konkrete eksempler, fortæl om resultater og pitch et par ideer, der giver indblik i hvilke opgaver, du kan løfte eller hvordan din tilgang vil være
- Fremtidsorienteret – skriv mod fremtid (og lidt i nutid)

Skriv ikke din ansøgning, før du har lavet din research

Før du begynder at skrive din ansøgning, er det nødvendigt med en del indledende arbejde.

- 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 er virksomhedens værdier?
- Hvad er virksomhedens mål?
- Hvad er dit bidrag? Zoom ind på opgaverne

Din research skal som minimum afdække følgende tre aspekter: værdier, mål og opgaver.

#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.

For at bruge virksomhedens værdier aktivt i din ansøgning, kunne du i dette eksempel fx fremhæve

- Erfaringer eller resultater, der bygger på din faglighed
- 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 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. Er du PwC?

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

Jeg glæder mig til at skabe tættere relationer til jeres kunder. Det kan vi blandt andet gøre via faglige workshops. I xx var jeg med til at udvikle og afholde forskellige workshops for medlemmerne.

Ideen til de forskellige workshops opstod, efter jeg havde snakket med flere medlemmer, der efterspurgte konkret viden om, hvordan de kunne arbejde med deres egne hjemmesider. Jeg har som webmaster og -redaktør arbejdet i mange forskellige CMS'er, skrevet 100vis af webtekster og har godt indblik i SEO.

Med den faglighed i bagagen var det muligt for xx at udbyde en ny type workshops. Det har øget medlemmernes tilfredshed og gjort deres arbejdsliv nemmere fordi de selv kan håndtere deres egne hjemmesider mere professionelt.

#2

Hvad er virksomhedens mål?

For at analysere virksomhedens mål kan du se, hvordan virksomheden beskriver sig selv fx i jobopslag, på hjemmesiden eller sociale medier.

Er det en virksomhed i vækst? Er fokus på medlemmer, har de en ny strategi, der skal implementeres eller noget helt fjerde?

Der er stor forskel på, hvilke opgaver og kompetencer arbejdsgiver kigger efter, alt efter om man lige nu har behov for at vækste eller ønsker flere tilfredse medlemmer.



#3

Hvad er dit bidrag? Zoom ind på opgaverne

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.

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 du ved egentlig ikke, hvad du skal spørge om.

Det er ikke absolut nødvendigt at ringe på et jobopslag.

Fordelene ved at ringe er, at du

- får større indblik i virksomhedens målsætninger
- har mulighed for at positionere dig selv
- 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 for, at den aktuelle stilling er slået op? Hvordan ser prioriteringen af arbejdsopgaver ud? Hvem kommer du til at referere til? Hvordan ser det team ud som den rigtige kandidat skal arbejde i?
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 med videre.



4. Tænk over hvilke relevante informationer om din faglighed, du kan plante. Det kan fx være noget om din uddannelsesmæssige baggrund, din erhvervs erfaring mv. Det kan du fx sætte fokus på ved at spørge ind til hvilken job erfaring, 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

Den røde tråd i din ansøgning

Der er ingen faste afsnit i en ansøgning, som der typisk er i dit CV. Men den røde tråd i din ansøgning kan være at besvare og beskrive

- Virksomhedens mål eller mission (det hænger sammen med din motivation)
- Fremtiden sammen – og de opgaver, du konkret kan løse
- Hvorfor dig?

Se illustrationen til højre her.

Mål og mission viser, at du har forstået virksomheden og er motiveret. Udgør ca. 15% af din tekst.

Fremtiden sammen viser veje til målet. Udgør ca. 75% af teksten.

Hvorfor dig? fremhæver de kompetencer og fagligheder, du trækker på for at nå målet. Udgør ca. 10% af din tekst.

Vi uddyber yderligere på de næste par sider.

Mål og mission

Hvad er virksomhedens mål? Beskriv enten målet for stillingen eller det overordnede mål i fx din overskrift og indledning.

Fremtiden sammen

Hvordan forestiller du dig, at I sammen opnår de ovenfor beskrevne mål?

Hvilke artikler skal skrives, hvilke områder skal I have fokus på eller hvilke strategier skal udvikles? Hvad er din unikke tilgang?

Kort sagt: Hvilke veje ser du til målet?

Hvorfor dig?

Hvilke kompetencer har du som vil bidrage til, at virksomheden når i mål?

Vis dine faglige og/eller personlige kompetencer via eksempler.

#1

Virksomhedens mål tjener som din motivation

Det er naturligvis vigtigt, at du motiverer din ansøgning. Men – din motivation for at søge stillingen handler ikke om dig.

- 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?

Det er mindst lige så vigtigt, at din motivation knytter sig til **virksomheden, dens mål og jobindholdet**. Nedenstående finder du lidt 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: 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 klæde den store koncentration af børn og unge på til både uddannelse og job. Derfor søger jeg stillingen som netværks- og kommunikationsmedarbejder i Tåstrupgårds boligsociale Team.

Stilling: Uopfordret ansøgning som koordinator i mindre Gazelle virksomhed

Smidig intern kommunikation giver mere tilfredse kunder

Tilfredse kunder er en forudsætning for vækst – og tilfredse kunder kan vi få flere af med smidig intern kommunikation og effektiv koordinering. Med mig som administrativt omdrejningspunkt kan vi nedbryde siloer og skabe sammenhæng i organisationen.

Jeg ønsker at bidrage med at:

- Skabe overblik og strømline processer, herunder mødekoordinering, opsamling på møder, ferieplanlægning på enkelt- eller gruppeniveau samt videndeling mellem teams og afdelinger

Udnyt dine anslag optimalt: du har ca. 2400 stk

Du har begrænset plads i din ansøgning.

Undgå derfor at spilde plads på vendinger som *"Jeg vil sætte en ære i at..."*, *"Det er et formål, jeg kan se mig selv bidrage til"*, eller *"I spiller en vigtig rolle..."*.

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

- italesætter virksomhedens mål, behov og/eller udfordringer
- er modtagerrettet
- er konkret, når du beskriver, hvad du vil gøre i jobbet

Uanset om målet 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.

Hvad drømmer din læser om?
Eller hvad vil vedkommende
gerne undgå? Brug det til at
motivere din ansøgning.



#2

Fremtiden sammen

Mens første del af din ansøgning fokuserer på virksomhedens mål og din motivation, der er knyttet til dette, kan du med fordel lade næste del samle op på målet, skitsere fremtiden sammen og demonstrere vejen derhen.

Du skal male et billede af følgende spørgsmål: Hvordan ser fremtiden ud med dig ombord?

- Hvordan vil du bidrage til, at virksomheden når sine mål?
- Hvilke forretningsområder, opgaver eller teknologier har du erfaring med, som kunne bruges i den aktuelle stilling?

Igen, i stedet for at fortælle om dig selv, så fokusér på din modtager.

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 modtager når derhen? Giv gerne konkrete eksempler.

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: Fyns 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 artiklerien, som løbende følger op- og nedture blandt kullet 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
udsigte til, at flere vil tilslutte sig efter næste års kommunevalg.*

Stilling: Dansk Golf og Golf.dk- kommunikationsansvarlig

*Tillad mig dog allerede hér 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.*

Fremhæv værdien af de opgaver, du løser

Når du beskriver de opgaver, du kan løse, er det centralt, at du (også) beskriver

- hvordan du vil gøre det og
- hvilken værdi det vil give din læser

Du kan enten flette det ind, når du beskriver fremtiden sammen og vejene til målet. Men du kan også gøre det kort i et selvstændigt afsnit med en punktopstilling a la nedenstående:

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..



#3

Hvorfor dig

Når du har beskrevet mål og fremtiden sammen, så zoom ind på hvorfor det skal være dig. Her kommer fem gode tips til hvordan du bærer dig ad med at skrive det ind i din ansøgning:

1. Hvordan ser dine konkurrenter ud? Hvem appellerer jobbet til? Hvor står du stærkt (og hvad skal du slå på) og hvor står du ikke mindre stærkt? Hvis du har erfaring med projektledelse, og du søger en stilling i et lille team, hvor du skal "holde mange bolde i luften", så kan det fx give dig en fordel at fremhæve dette.

2. Knyt præsentationen af dine kompetencer til de opgaver eller udfordringer, der skal løses, eller det primære ansvarsområde stillingen rummer.

3. Skriv om nutiden eller fremtiden – men mest om fremtiden. Hvad vil du løse, hvad er dit første skridt, hvad bidrager du med?

4. Vær konkret og brug eksempler til at underbygge dine udsagn – også når du beskriver dine personlige kompetencer.

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 i sidste afsnit. Måske er du ekspert i digitale tools, der kan spare virksomheden bunker af tid eller du er ekspert i videndeling og har fundet en metode, der kan holde kolleger opdaterede.

På næste side finder du tre gode eksempler på ovenstående.

#3

Hvorfor dig – eksempler

Stilling: Kommunikationsmedarbejder til Eksport kredit fonden

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

Jeg sørger for, at alle aktindsigtsbegæring er 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 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 sige. For når man nu er af sted, så mangler man jo egentlig også servietter, og hvor 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 eksempler til at illustrere din faglighed.

Hvis du fx skal "kunne holde hovedet koldt i stressede 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. Italesæt din læsers mål allerede i din overskrift (og følg det op i indledningen).

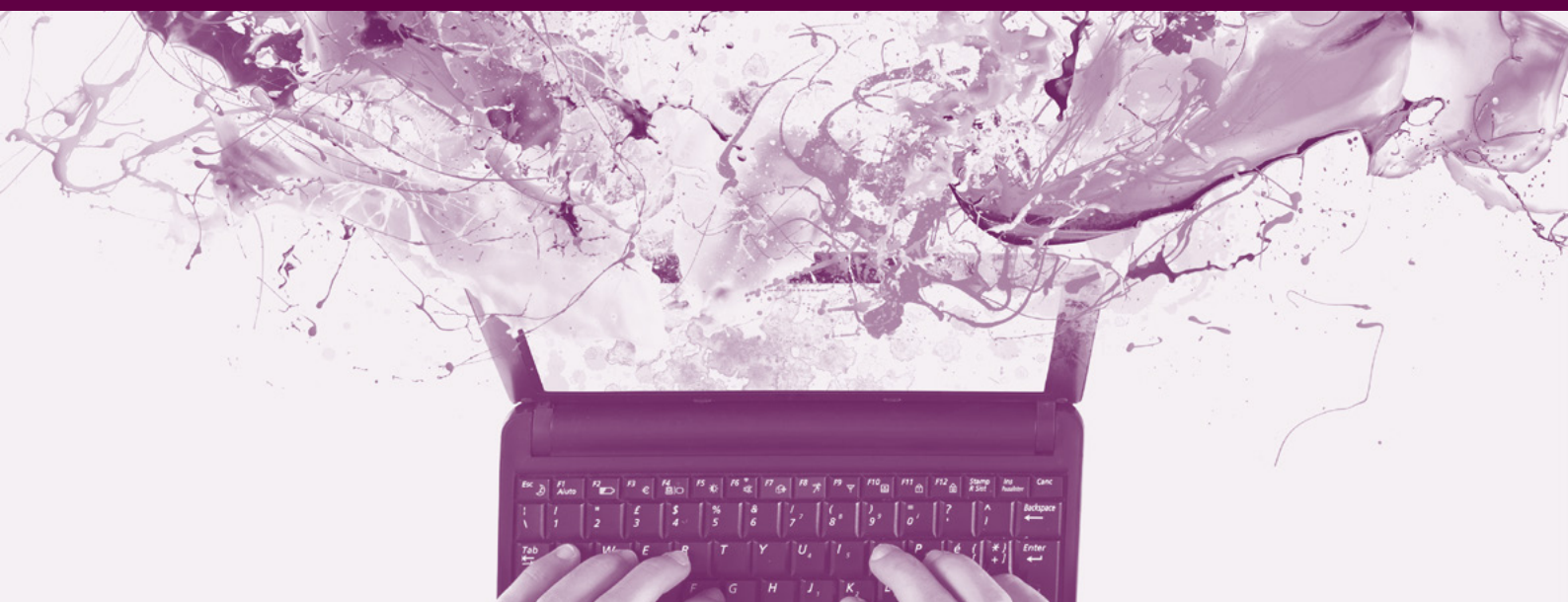
Det kunne fx være noget a la:

- 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 i hovedet på 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.



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).

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

Udnyt den plads, en underoverskrift er, til at sætte værdi på. Fortæl hvad udbyttet af, at du løser bestemte opgaver, er.

Her kommer lidt eksempler:

Smidig intern kommunikation giver mere tilfredse kunder

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

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

Løft opgaverne et niveau - spørg "og hvad så?"

For at løfte de opgaver, du kan løse, til et højere (og mere værdiskabende) niveau højere, kan du sætte dem ind i en bredere kontekst.

Du laver fx ikke "bare" præsentationsmateriale, du strømliner den visuelle identitet.

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

Det er en simpel test (og du kan endda bruge den i mange andre sammenhænge).

Når du har en opgave, stiller – og besvarer du simpelthen – spørgsmålet: "Og hvad så?"

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 bøvl med planlægningen. Og hvad så?

Ja, så får I en stærkere organisation, mere strømlinede processer og bedre overblik...

Stil spørgsmålet indtil du er sikker på, at du har fat i noget, der giver værdi og ikke "bare" er en opgave (eller feature).

Alle opgaver tjener et højere formål, og når du kan beskrive det formål for arbejdsgiver, gør du det nemmere for vedkommende at sige ja.

Det viser samtidig, at forstår din egen rolle og dit bidrag til organisationen og demonstrerer derigennem, at du både har en god forretningsforståelse samt tjek på, hvad der er vigtigt for en virksomhed.



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 vil du bare gerne præppe en vigtig jobsamtale?

Uanset hvad du har brug for hjælp til, så tag fat i vores karriereteam. Vi hjælper hvert år hundredevis af medlemmer med lidt af hvert, 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, konkrete tools og meget mere.

Vi holder også sociale arrangementer som fx jule- og påskefrokost, virksomhedsbesøg 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 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 professionelle i medie- og kommunikationsbranchen samt for sproguddannede.

Som en af Danmarks mindste a-kasser, er vi tættere på dit fag, dine opgaver og specifikke udfordringer.

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 samt coaching og hjælp til opstart af virksomhed
- Du bliver en del af et fagligt fællesskab med faglige og sociale arrangementer, webinarer og workshops
- Vi er en af de billigste a-kasser – og stadig har vi høj medlemstilfredshed. Du
- Som et ekstra sikkerhedsnet tilbyder vi en god og prisvenlig lønsikring i samarbejde med TopDanmark.

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

At blive medlem af en a-kasse er som at tegne en forsikring. Og som med andre forsikringer håber man selvfølgelig aldrig, at man får brug for beskyttelsen.

Men det sker for mere end hver anden dansker. Hvert år bliver flere hundredetusinde mennesker ledige og langt de fleste kommer hurtigt i job igen. Vi griber dig og får dig sikkert videre

Det skyldes blandt andet, at vi i Danmark har et økonomisk sikkerhedsnet i form af dagpengesystemet. Og at du kan få hurtig rådgivning om alt fra dagpengeregler til karriere og effektiv jobsøgning.



Stærke samarbejdspartnere

AJKS samarbejder med fagforbundene Kommunikation og Sprog samt Dansk Journalistforbund

Kommunikation og Sprog

KS' karriererådgivere giver dig personlig karriererådgivning, så du kan udvikle dig, optimere din indsats og blive endnu bedre til dét, du er god til. KS' karriererådgivere er specialister i karrieremuligheder for kommunikatører, sprog- og marketingfolk. De kan derfor give dig konkrete råd om dit cv og din ansøgning.

KS tilbyder også en lang række faglige arrangementer om kommunikation, marketing og sprog, jobsøgningskurser, webinarer og workshops om kompetenceafklaring og faglighed.

I KS ved de, hvor jobbene findes lige nu. De bliver samlet i KS JOB, som bliver opdateret flere gange om ugen både med annoncer fra jobdatabaser, aviser og fra direkte henvendelser fra arbejdsgivere. Du får de relevante jobs sendt direkte til din mailboks.

Besøg Kommunikation og Sprog

Dansk Journalistforbund

Som medlem af DJ kan du få professionel hjælp til at håndtere og udvikle dit arbejdsliv:

- Du kan få sparring på dine ansøgninger i DJ's 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 DJ møder du professionelle rådgivere med et stort kendskab til medie- og kommunikationsbranchen. De kan hjælpe dig med at navigere i en branche, der er spændende men også skræmmende.

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 os en besked i selvbetjeningen. Vi svarer hurtigst muligt inden for vores åbningstid.

Ring til os

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

Få et personligt møde

Du er altid velkommen til at dukke op i vores velkomstcenter på Gl. Strand 46 mandag torsdag kl. 9-16.00 samt fredag kl. 9-15.



ajks
— a-kassen for journalistik,
kommunikation og sprog

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