

Opvallen in de massa

AIDA

Als je over de juiste papieren en ervaringen beschikt, ben je theoretisch gezien geschikt voor de functie. De kans is heel groot dat jij niet de enige bent die reageert én geschikt is. Je moet je onderscheiden en opvallen in de massa op een manier die waardering en interesse wekt. Waar het met een sollicitatie(brief) echt om gaat, is *AIDA*, een begrip uit de reclame en marketing.

- A *Attention* of aandacht
- I *Interest* of interesse
- D *Desire* of verlangen
- A *Action* of actie

Attention

Die moet je van de recruiter zien te vangen. Je bent misschien niet de eerst aangewezen kandidaat voor de vacature, van belang is wel dat je opvalt en je brief niet bij het gros op een stapel terecht komt.

Interest

Probeer interesse te wekken door je sterke eigenschappen te benoemen of die unieke werkervaring of dat handige netwerk of in elk geval dat je van toegevoegde waarde voor het bedrijf kan zijn. Dan ben je interessant voor de organisatie.

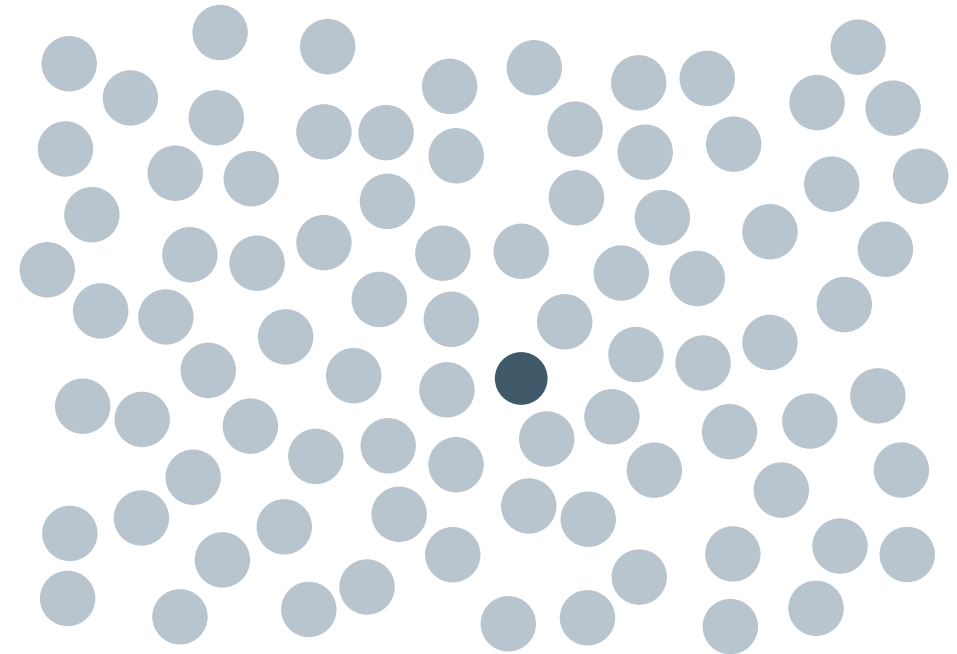
Desire

Je wilt uitgenodigd worden voor een gesprek. Dit verlangen moet je in je brief zien op te wekken bij de recruiters. Je brief is al opgevallen, heeft hun interesse en nu gaat het er om dat ze jou ook willen zien en spreken.

Action

De recruiter moet je bellen voor een afspraak. Laat dus in de afsluiting blijken dat je een telefoontje verwacht.

AIDA is van belang voor je brief én voor je hele sollicitatie. Zorg dat je de aandacht trekt, interesse opwekt, verlangen kweekt, in eerste instantie om je te spreken en later ook om je aan te nemen. Dat betekent actie om jou te bellen en later een passend contract aan te bieden. Probeer dit model dus te verwerken in je hele sollicitatie: controleer je brief hierop, je CV en je sollicitatiegesprek wanneer je dat oefent.



**ZORG DAT JE OPVALT.
WEES UNIEK.**