

Manual för yrkesrådgivare om karriärutveckling

Ingår som en del av projektet DYCS (Development of Youth Career Services)

Innehåll

Kapitel	Rubrik	Sida
0	Inledning	4
1	Överblick över tillgängliga yrkesrådgivningstjänster för ungdomar	6
1.1	Den offentliga sektorn	7
1.2	Den privata sektorn	8
1.3	ICT och rådgivningens tjänster	8
2	Mötet med klienten	10
2.1	Kommunikation	11
2.2	Organisation och miljö	12
2.3	Att upptäcka och förstå klientens förväntningar	13
2.4	Rådgivarens förslag: att skriva kontrakt med klienten	15
3	Utveckling av klientens profil: Metoder och verktyg	24
3.1	Att beskriva sig själv	24
3.2	Personlighets- och lämplighetstester: Betydelse och typer	29
3.2.1	Fallenheter: Vad är klienten bäst på?	
3.2.2	Personlighet: Hur gör han det han gör?	32
3.2.3	Motivation: Vad vill han egentligen göra?	33
4	Strategier för karriärplanering	35
4.1	Matchning av personliga egenskaper mot det lämpligaste arbetet	35
4.2	Handlingsplanen	47
5	Informationsresurser för arbetssökning	52
5.1	Tekniker och procedurer för återvinning av information	52
5.2	Vad är jobsökning?	52
5.3	Jobsökning och olika media	54
5.4	Introduktion till olika jobbcenter	56
5.5	Internet	58
6	Att söka jobb	64

6.1	CV	66
6.2	Det personliga brevet	75
7	Anställningsintervjun	77
7.1	Olika intervjustilar	78
7.2	Intervjun som process	80
7.3	Riktlinjer som förbättrar kandidatens chanser	82
8	Att börja på ett nytt jobb	89
9	Slutkommentar	100

0 Inledning

Författare: Emanuela Atzori och Marcella Melis.

Denna manual, som består av bidrag från flera författare, har upprättats inom ramen för Leonardo Da Vinci-projekt 2002-BG/02/B/F/PP-132018, och den har rotats i yrkesrådgivningens allt större betydelse, inte bara när det handlar om så kallade övergångsperioder utan som ett livslångt redskap för personlig utveckling. Detta projekts samarbetspartners har börjat arbeta med att samordna de resultat de fått fram då de har analyserat traditioner och kulturella element i deras respektive länder (Bulgarien, Grekland, Irland, Italien, Lettland, Slovakien, Spanien och Sverige). Därigenom har de insett ärendets betydelse och tillgodosett behovet av yrkesrådgivningstjänster inom ramen för projektet.

Författarnas sammanträde om innehåll, strukturer och metoder har varit väldigt intressant eftersom det har påvisat stora olikheter inte bara i fråga om strukturer och procedurer utan också när det handlar om behov av resurser och tjänster. Denna konfrontation gav vid handen att rådgivning ges och kan ges på många olika nivåer inom mer eller mindre breda ämnesområden som kräver ett större eller mindre mått av professionalism (i första hand när det handlar om att hantera psykologiska och andra tekniska faktorer). En klar bild av verkligheten har identifierats inom de grundläggande rådgivningstjänsterna. De som arbetar inom olika institutioner såsom ungdomsförmedlingar för yrkesrådgivning, universitet, skolor, statliga och icke-statliga organisationer och som arbetar med en brokig samling användare och behov behöver därför omfattande kompetens. Denna manual har således skrivits för att skapa ett verktyg för yrkesrådgivare som arbetar med grundläggande tjänster inom yrkesrådgivningen.

Manualens målgrupp är alltså yrkesrådgivare som arbetar med grundläggande tjänster. Författarna vänder sig till dem med procedurmässiga och praktiska råd samt flexibla verktyg som kan anpassas till ett stort antal situationer.

Manualen är iordningställd som en resa; författarna framställer en gångstig som rådgivarna kan följa för att öka klientens självförtroende genom att få honom/henne att göra sina egna val. Manualen består av flera avsnitt; i vart och ett av dem beskrivs specifika ärenden eller procedurer.

Efter en kort genomgång av de olika projektländernas strukturer avseende yrkesrådgivning beskrivs det första mötet med klienten; där beskrivs hur man kommunicerar med klienten, upptäcker hans/hennes specifika behov, skapar förtroende och formulerar ett förslag till hur den framtida rådgivningen bör läggas upp.

Sedan följer några väldigt praktiska redskap för att utvärdera klientens profil: Karaktärsdrag i fråga om personlighet, motivation, anpassningsbarhet och behov. Detta avsnitt fortsätter med att beskriva hur man på bästa sätt kan använda sig av de resultat som framgår av klientens värdering av sig själv och rådgivarens uppfattning om honom/henne. Här beskrivs hur klientens profil matchas mot lämpliga yrken och de åtgärder som måste vidtas för att på bästa sätt underlätta klientens inträde i yrkesrollen.

Att söka jobb är en riktigt tuff uppgift! Vad måste klienten känna till om detta? I detta ärende erbjuder manualen en fullständig genomgång som omfattar allt från tillgänglighet till och förståelse av information (inklusive den som finns på Internet) till en beskrivning av de

metoder som kan användas för att kontakta en potentiell arbetsgivare (det som bör finnas med i ett CV och ett personligt brev). Denna bok förser rådgivarna med den information de behöver för att ta klienten först till en anställningsintervju och sedan till ett nytt jobb.

Samtliga avsnitt är på basnivå, men ger fullständig information. De erbjuder praktiska råd och tips och tillhandahåller användbara redskap i form av tester, arbetsblad och mallar för CV och personliga brev.

Samtidigt som vi vill tacka författarna för deras värdefulla bidrag hoppas vi att vi åtminstone delvis har uppnått syftet med manualen: att stödja yrkesrådgivarna i deras arbete med de grundläggande tjänsterna i sitt omfattande yrke. I dagens samhälle behöver yrkesrådgivarna kunna sortera information om sina resurser på ett effektivt sätt för att kunna hjälpa klienten att hitta rätt i en värld där problemet inte är att hitta information utan snarare att välja den information som passar just honom/henne på bästa sätt.

Till sist en liten hänvisning till Paul Watzlavich. Han berättar om en berusad man som står under en gatlykta och letar efter något. En polis frågar om han har tappat något. "Mina nycklar! Mina nycklar!" säger mannen. De börjar leta tillsammans. Efter en stunds resultatlös letande vill polisen veta om mannen är säker på vart han har tappat nyckeln. "Är ni säker på att det var här ni tappade den?" "Nej, faktiskt inte. Här nere i mörkret."

Att följa med någon in i mörkret leder till att han/hon inte fruktar det. Att stödja en fördelaktig inställning till det okända och till förändringar; att utnyttja sina resurser till det yttersta när man ger sig in i det nya och okända; detta som är yrkesrådgivarens uppgift.

Watzlavich, P. *Istruzioni per rendersi inferkici* ("Hur man blir olycklig. Instruktioner i ..."). Fertrinelli, Milan 1998: 22.

1 Överblick över tillgängliga yrkesrådgivningstjänster för ungdomar

Författare: Emanuela Atzori och Marcella Melis.

Även om det kan tyckas ambitiöst i överkant är syftet med detta kapitel att ge en överblick över tillgängliga tjänster inom yrkesrådgivningen för ungdomar i olika europeiska länder. Därigenom hoppas författarna kunna peka på de enorma skillnaderna mellan olika länder när det handlar om kultur och/eller organisation. Det är således av stor vikt att uppmärksamma de pågående förändringarna inom detta område. Länder som av tradition ligger långt framme inom detta område försöker uppdatera sina strukturer. Nykomlingarna anpassar sina resurser för de tjänster som krävs.

På de kommande sidorna ska vi försöka ge lite grundläggande information om rådgivningstjänster genom att i stora drag beskriva befintliga institutioner, aktörer och procedurer. Vår presentation gör dock inga anspråk på att vara fullständig eftersom detta inte är syftet med manualen.

De stora förändringar som på senaste tiden har skett inom utbildningssektorn, ekonomin och på arbetsmarknaden har i stor utsträckning påverkat förståelsen för och genomförandet av yrkesrådgivningen. I praktiken betyder detta att nya aktörer har börjat arbeta med nya procedurer och genom nya kanaler inom detta område. Dessa förändringar har bidragit till att göra yrkesrådgivningen till ett mycket viktigt redskap när det gäller att integrera nya människor i utbildningsväsendet och arbetslivet.

För några decennier sedan sökte man dessa tjänster sporadiskt när man skulle välja utbildning eller yrke; idag är läget ett helt annat. Dagens trender framtvingar en helt annan flexibilitet eftersom livscykeln inte längre ses som en rak och enkel väg utan snarare som en ockuperad och svårframkomlig sådan. Detta innebär återigen att arbetslivet (inklusive utbildning) är mycket mer komplext än tidigare; de flesta kommer nog att byta yrke, och om de inte gör det behöver de säkerligen uppdatera sina kunskaper för att kunna behålla sin plats på marknaden.

Det är därför som yrkesrådgivning i allt mindre utsträckning anses vara ett enskilt behov. I stället betraktas den som en tjänst som främjar människors försök att bli ännu bättre på sådant som de redan behärskar och deras förmåga att ta ansvar för beslut som kommer att påverka deras liv.

Ovan nämnda förändringar har inte enbart påverkat aktiviteten och professionalismen inom yrkesrådgivningen utan naturligtvis också uppbyggnaden av de olika institutionerna inom området (skolor, universitet, center för yrkesutbildning, arbetsförmedlingar, etc). Det täta ömsesidiga beroendet mellan dessa institutioner och system dikteras och har dikterats av de villkor som gäller i ekonomin och på arbetsmarknaden. Olyckligtvis beskrivs inte dessa villkor i något gemensamt nätverk mellan de olika deltagande parterna. Situationen förändras långsamt i riktning mot ett konsekvent ömsesidigt beroende mellan institutioner, resurser och procedurer.

Den grundläggande skillnaden mellan institutioner och organisationer inom yrkesrådgivningen består i att vissa är statliga/offentliga medan andra är ickestatliga/privata.

Den offentliga sektorn består av samtliga tjänster som sköts på statlig, regional och kommunal nivå. Den privata sektorn består av föreningar, organisationer och stiftelser. Förutom dessa

breda sektorer finns numera det enorma utbudet av webbaserad tjänster som ger information och yrkesrådgivning.

I några få fall samverkar dessa tre sektorer som ett system som tillhandahåller integrerade tjänster och maximerar kompetensen och antalet resurser. Oftast arbetar institutionerna på egen hand med enkla partnerskap eller gemensamma projekt.

1.1 Den offentliga sektorn

I nästan alla länder tar statliga institutioner hand om barn- och ungdomspolitiken. De bestämmer hur ungdomspolitiken ska se ut, arbetar med formella dokument, planerar och koordinerar specifika ungdomsaktiviteter och program. De fungerar som ett samordnande element mellan andra institutioner; ger information och professionell rådgivning om yrken och anställning; ger metodiskt stöd till andra institutioner som är inblandade i liknande aktiviteter; ger möjlighet till utveckling avseende utbildning och karriär (den kräver avancerade kvalifikationer); hjälper till att introducera nya arbetsprogram för arbetsgivare, program som i första hand avser ungdomar.

Den offentliga sektorn består av tre huvudsakliga grenar:

- Institutioner som styrs av utbildningsdepartementet. Denna undersektor består till största delen av skolor, gymnasier/college och universitet. På senare tid har behovet att införa yrkesrådgivning i den grundläggande undervisningen visat sig stort. För några år sedan var detta en isolerad företeelse för projekt med syfte att länka samman utbildning och arbetsmarknaden. Idag har alla skolor mer eller mindre utvecklade tjänster som avser att hjälpa studenterna i deras planering av framtiden. Dessa tjänster skiljer sig åt en hel del vad avser struktur och skötsel, men de erbjuder ofta aktiviteter som organiserade seminarier, möten, besök, utgivning av material, guider och så vidare.
- Institutioner som styrs av arbetsmarknadsdepartementet. I nästan samtliga projektländer består arbetsmarknadsdepartementets arbete i första hand av att maximera utbildningsresultat och tillskott på arbetsmarknaden och att minska arbetslösheten. Detta var på något sätt naturligt eftersom USA:s arbetsmarknadsdepartement instiftades för att främja relationerna på arbetsmarknaden och också yrkesrådgivningen. Idag tillhör centraliseringen i mångt och mycket det förflutna. I stället delegerar staten en stor del av sin makt till institutioner på regional och lokal nivå; dessa är mer lämpade att tillfredsställa specifika behov och att ta kontakt med klienter. Samma sak hände med arbetsmarknadsärenden. Sociala förändringar gav vid handen att det inte bara var dags att omforma strukturer utan också att arbeta för ett system där ungdomar och missgynnade kunde utvecklas och att förhindra arbetslösheten snarare än att "bota" den. Till skillnad från förr, då arbetsförmedlingar förr i tiden baserades på byråkratiska procedurer erbjuder de numer flexibla metoder. De tar del av den privata sektorns resultat och ställning. Slutligen är deras tjänster personorienterade, (de fokuserar på personens potential, utbildning, behov och kapacitet). Detta är redan en realitet i vissa delar av Europa där yrkesrådgivningen är välutvecklad. I andra delar är läget ett helt annat. Yrkesrådgivningen har knappast utvecklats enligt EU:s metodik: starkast möjliga ekonomi som ett resultat av investering i medborgarna och de mänskliga resurserna.
- Lokala tjänster på kommunal eller regional nivå. Detta är troligtvis den mest svårdefinierbara delsektorn. Det är ett känt faktum att de lokala institutionerna varierar

från land till land. Många gånger saknas en grundläggande homogenitet inom de lokala institutionerna också inom ett lands gränser. Generellt består denna sektor av samtliga tjänster som har skapats av kommuner, län och regioner: antingen direkt i form av deras arbetsförmedlingar eller genom mindre föreningar som de finansierar. Till denna breda kategori bör också tilläggas de aktiviteter som erbjuds av unioner och andra entreprenörsföreningar. De flesta av dessa tjänster är rotade i det lokala området, men de ställs nu inför svårigheter att reagera på de svårigheter de ställs inför, avseende teknologi, resurser och procedurer.

1.2 Den privata sektorn

Privata institutioner definieras som ett system av organisationer som skiljer sig åt i fråga om antal, egenskaper, syften och missioner. Det tycks vara en mycket svår uppgift att summera och fullständigt täcka in det arbete som dessa organisationer gör på olika nivåer. Troligen kan man i första hand skilja mellan professionella och frivilliga organisationer och i andra hand mellan organisationer med yrkesrådgivning överst på dagordningen och sådana som har den som en bisyssla.

De senare ger i första hand information, stöd och aktiviteter vid utbildningar. Därför kan de varken uteslutas ur sektorn eller ses som en fullgod representant.

Denna betraktelse leder oss i riktning mot en uppgift som inte kan anses höra till syftena med detta kapitel, men den bör i alla fall framföras.

Den variation i organisationer som arbetar inom detta område visar i själva verket å ena sidan den privata sektorns flexibilitet när det gäller att vidta åtgärder i frågor om ungdomsutbildning, information och arbetslöshet. Å andra sidan påminner den oss om behovet att reglera sektorn genom att införa precisa standardmått avseende struktur, resurser och procedurer.

Generellt tillhandahåller de sällan tjänster som yrkesrådgivning, förbättrad livsstil, organiserade fritidsaktiviteter, och skydd för ungdomar mot våld och exploatering. I stället står de till tjänst med utbildningsprogram som leder till anställning och marknadsföring av ungdomsarbetare och missgynnade.

1.3 ICT och rådgivningens tjänster

Nu har varaktiga förändringar uppenbarats sig bland yrkesrådgivningens tjänster. Den nya teknikens inverkan har varit mycket viktig inom många områden i det privata och offentliga livet. Dessa förändringar har medfört två huvudsakliga konsekvenser. Å ena sidan har de medfört en varaktig förändring i befintliga tjänsters betydelse och utförande. Å andra sidan har de helt enkelt tillåtit att nya tjänster har skapats; dessa ger helt nya möjligheter tack vare den teknologi som gör det möjligt att genomföra dem.

I det första fallet händer det att redan befintliga rådgivningstjänster kan finnas tillgängliga via den nya informationstekniken. Detta har gett varaktiga förändringar i form av:

- Tillgång till nya media (hårdvara och mjukvara).
- Uppdatering av klientens kompetens.
- Tillgång till Internet.

- Möjlighet till detaljerad kommunikation.

I det andra fallet upptäcker och tillför webbaserade tjänster ungdomsrådgivningen och många andra sektorer en helt ny potential. IT är säkerligen ett stort stöd för ungdomar som söker jobb både i hemlandet och utomlands. De webbaserade tjänsterna kan naturligtvis inte åstadkomma rådgivning öga mot öga, om man inte använder sig av den speciella IT som videokonferenser innebär. Däremot kan de erbjuda informationsresurser för standardiserad karriärutveckling, utbildningsprogram och institutioner. Utbytesprogram för ungdomar och underhållningsmöjligheter för dem (i första hand dataspel) är andra möjligheter som dessa tjänster kan erbjuda.

Antalet ungdomar som utnyttjar dessa tjänster är dock fortfarande lågt eftersom spridningen av dem inte är jämnt fördelad mellan de länder som ingår i DYCS-projektet. Detta framgår av projektets översiktsrapport "Behov av yrkesrådgivning". Att surfa på Internet är således ett privilegium. Tillgängligheten beror starkt på var surfaren befinner sig. Vissa länder har större möjligheter än andra. Vissa städer i ett visst land har större tillgänglighet än andra. Landsbygden är ofta mindre tillgänglig än städerna. Användarens lön och sociala status (arbetare, student eller arbetslös) är andra faktorer som styr tillgängligheten till Internet. Nu på 2000-talet är dessa tjänster ovärderliga och deras tjänster finns tillgängliga på adressen www.careercenteronline.org eller cd-romen "På arbetsmarknaden".

2 Mötet med klienten

Författare: Emanuela Atzori och Marcella Melis

I detta kapitel analyserar vi det första mötet mellan yrkesrådgivare och klient. Detta möte är ett mycket avgörande steg eftersom det innebär användarens första kontakt med yrkesrådgivningens tjänster. Det är vid detta möte som förhållandet mellan rådgivaren och klienten byggs upp, ett förhållande som lägger grunden till dess framtida utveckling. Det är vid detta möte som klientens intryck av rådgivaren etableras, ett intryck som troligen blir avgörande för om klienten behåller kontakten eller inte. Rådgivaren engagerar sig inte enbart i själva sittningen utan också i organiseringen av de resurser och element som kan bidra till att skapa tillit och en positiv inställning till de tjänster som erbjuds. I detta kapitel behandlas dels några specifika inslag i det första mötet eftersom det är mycket avgörande för den framtida relationen mellan rådgivare och klient, dels några metoder och procedurer som startar upp hela processen.

Yrkesrådgivningen består av ett antal viktiga åtgärder. En av dessa är mottagandet av klienten som i sig kan vara antingen en enskild del i den komplexa strukturen eller en grundläggande tjänst.

Med begreppet ”möte” menar vi ett positivt samspel mellan yrkesrådgivare och klient. Detta samspel består av kommunikatoriska och självständiga aspekter. Båda dessa grupper påverkas av miljö, behjälplighet och procedurer. Den senare delen av definitionen påminner oss om den tonvikt som bör läggas inte bara på vad som sägs och hur det sägs utan också i vilken ordning det framförs.

Som nämndes ovan refererar mötesbegreppet till det inledande samspelet mellan rådgivare och klient. Vikten av detta möte förstår man när man tänker på att all framtida tillit och ömsesidig förståelse hänger på det första intrycket.

Klienten formulerar inte en enkel frågeställning; han utvärderar samspelet med utgångspunkt från sin personliga tillfredsställelse och med ansvar, feedback, lösningar och kvalitet som incitament. I denna utvärdering avgör klienten om tjänsterna är lättillgängliga, välstrukturerade, igenkännliga och förståeliga.

De miljömässiga elementen (utrymme, möblemang, information och tillgång till verktyg för att utvärdera sig själv) bidrar tillsammans med de kommunikativa aspekterna till tjänstens övergripande kvalitet.

I detta kapitel behandlas de viktigaste inslagen i det första mötet med tonvikten lagd på organisation och kommunikation. För denna del av processen krävs specifik kunskap och kompetens hos rådgivaren. Det första mötet är inte bara väldigt kort; det kräver också förmåga att hantera många olika slags klienter (ungdomar, missgynnade, studenter eller arbetslösa). Alla dessa kan förväntas befinna sig i ett ångestladdat skede eftersom de för första gången låter någon annan ta del av deras problem. Därför bör rådgivaren lägga upp aktiviteten med utgångspunkt från följande element:

- Skapa en tillfredsställande samtalsmiljö.
- Styra kommunikationsprocessen.
- Presentera tillgängliga tjänster.

- Beskriva rådgivarens roll och funktion.
- Systematisera klientens behov och ifrågasätta detaljer.
- Göra upp en tids- och organisationsplan för rådgivningsprocessen.
- Analysera och utvärdera klientens behov.
- Formulera ett adekvat rådgivningsutlåtande.
- Skjuta upp processen om det är nödvändigt.

2.1 Kommunikation

Det allra första ögonblicket handlar om ömsesidig presentation och förståelse från rådgivaren och hans tjänst å ena sidan och klienten å den andra. Av rådgivaren krävs i denna fas:

- Fullständig tillgänglighet.
- Öppet intresse.
- Äkta förståelse.
- Fördomsfri inställning.
- Ett icke-ledande uppträdande.

Dessa krav indikerar att rådgivaren måste skapa en öppen miljö i syfte att kommunicera MED klienten och inte TILL honom. Detta betyder att kommunikationsprocessen inte i första hand bör inriktas på klientens motivation ("Jag ska visa vad du ska göra.") utan snarare i riktning mot hans/hennes egen motivation ("Vi ska individanpassa och organisera dina behov så att du hittar den rätta vägen.")

Beträffande innehållet i det första kommunikationsskedet bör rådgivaren lägga tonvikten på:

1. Inledande information.
2. Klientens behov.
3. Information om vilka tjänster som erbjuds.
4. Tillgängliga yrkesmän och resurser i nätverket.

I samspelet krävs följande av rådgivaren:

- Han ska vara sällskaplig och visa öppenhet och intresse.
- Han ska anpassa sitt språk (både verbalt och icke verbalt) till klienten.
- Han ska klargöra meningen med rådgivningen för klienten genom att upprepa syftet med mötet.
- Han ska anpassa röstläge och talhastighet till klientens behov.
- Han ska tala klart och tydligt.
- Han ska hålla ögonkontakt med klienten.
- Han ska lyssna aktivt (aldrig avbryta, visa intresse för det som sägs, bekräfta det klienten har förstått, hjälpa klienten att organisera sina idéer, uppmärksamma icke verbala signaler från klienten).
- Han ska delta aktivt i kommunikationsprocessen.
- Han ska uppvisa ett konsekvent kroppsspråk.
- Han ska få klienten att prata så mycket som möjligt.
- Han ska visa sympati och empati.
- Han ska kontinuerligt testa kommunikationens effektivitet.
- Han ska omformulera klientens idéer.

- Han ska alltid ta på sig eventuella missförstånd.
- Han ska tänka till innan han ger feedback.
- Han ska underhandla.
- Han ska skapa intresse hos klienten för uppföljningar.

De kommunikativa element som förekommer i det första mötet skiljer sig inte nämnvärt från dem som förekommer i möten längre fram. Skillnaden är att de i det första mötet framstår som mer kritiska. I själva verket är risken stor att de psykologiska barriärer som en förstagångsklient mer eller mindre medvetet sätter upp gör rådgivarens ansträngningar ineffektiva. Dessa kan framkallas av någon av följande anledningar:

- Klienten känner inte rådgivaren.
- Han har ingen tydlig åsikt om vad han vill få ut av mötet.
- Han måste prata om privata/intima detaljer.
- Han vet inte riktigt vilka frågor han kan ställa.

Förutom en, låt oss kalla det, ”sammanhangsberoende” ångest hos klienten måste rådgivaren vara förberedd på att ta hand om en brokig skara klienter av vilka var och en har sina specifika behov avseende kommunikativa och emotionella mönster.

2.2 Organisation och miljö

Som vi redan har nämnt bidrar en positiv miljö till en tydlig och förståelig kommunikation. Det är därför viktigt att bry sig om hur utrymme och andra miljömässiga aspekter organiseras. Platsen i sig informerar klienten om hur tjänsten är organiserad, vilket slags relation som håller på att byggas upp och vilka förväntningar klienten borde kunna ha.

Bland de indikatorer som bör nämnas återfinns arkitekturen, informationsnätet, rummets storlek och andra detaljer som bidrar till att skapa en ”minnesplan” som påminner klienten om den plats han har varit på.

Låt oss nu granska dessa indikatorer en i taget.

ARKITEKTUREN: Detta begrepp refererar till organisationen av utrymmet, vilka möbler som finns och hur de är uppställda. Det är därför viktigt att undvika svårtillgängliga ”gömställen”, diskar utan kortväggar som ger klienten avskildhet.

INFORMATIONSNÄT: Intern arkitektur som kodifierar, organiserar och främjar specifika attityder och relationer. Obekväma stolar, svårtillgängliga receptionsdiskar och annat som tvingar klienten att stå under mötet bör undvikas.

UTRYMMEN: Ett antal skrivna och oskrivna regler som miljön förmedlar till klienten. Dessa regler handlar om sociala och personliga relationer som accepteras inom vissa ramar, till exempel bör klienten få veta om han/hon förvänta stå i kö, om det finns något slags gräns som han/hon inte får passera för att undvika att störa föregående klient. Sådana oftast oskrivna regler förstår klienten i många fall genom att ta en titt på rummet och dess ytor.

AVSTÅND: En avståndsanalys ger rådgivaren en större möjlighet att sköta sina klientrelationer. Avståndskraven kan som bekant variera en hel del beroende på klientens kulturella, etniska och sociala bakgrund. Samma inställning till olika klienter kan verka för

närgånget för vissa och för kallsinnigt för andra. Det lämpliga avståndet mellan klientens och rådgivarens plats kan åskådliggöras i följande schema:

- **Intimt:** Beroende på klientens personlighet och kulturella bakgrund kan det variera mellan 20 och 50 centimeter. Denna intimitet har man vanligtvis enbart med dem man har en nära relation till.
- Beroende på klientens personlighet och kulturella bakgrund kan det variera mellan 50 och 120 centimeter. Detta kännetecknar personer som känner varandra väl, men inte intimt.
- **Socialt:** Beroende på klientens personlighet och bakgrund kan det variera mellan 120 och 300 centimeter. Detta indikerar en formell relation där miljöns uppbyggnad och organisation tillåter roller och ömsesidig distans.
- **Allmänt:** Beroende på klientens personlighet och bakgrund kan det variera mellan 300 och 800 centimeter. Det indikerar en relation som bygger på att man skickar och tar emot meddelanden i en offentlig lokal.

Även om rådgivaren inte bör överstiga gränsen för en personlig relation bör han/hon organisera en miljö som främjar kommunikationen och undviker att skapa barriärer. Av ovan nämnda orsaker bör utrymmet på platsen för yrkesrådgivningen vara behagligt och främja klientens tillgång till de resurser han/hon har rätt till (tidningar, annonser och datorer) och de platser där aktiviteterna äger rum (skrivbordet för intervjun, andra bord där de kan skriva, och soffor där de kan sitta och läsa).

2.3 Att upptäcka och förstå klientens förväntningar

Som nämndes ovan är det vid det första mötet som rådgivare och klient presenterar sig för varandra. Här måste rådgivaren presentera sig, sin roll, tillgängliga tjänster, vad han/hon kan göra för klienten, var han/hon bör upphöra med sina insatser, den tid och de verktyg som krävs för att nå vissa resultat, etc. Därefter skriver han/hon ner klientens personuppgifter och sist men inte minst hans/hennes behov.

Under denna fas får rådgivaren fram värdefull information och börjar utforska vilka behov klienten har. Rådgivaren antecknar och förklarar orsaken till och syftet med denna procedur. Anteckningar under intervjun underlättar för klienten när det gäller att dra fördel av situationen, omformulera specifika idéer och tankar och bevara klientens data för framtida bruk.

Intervjun inriktas mot att klargöra klientens behov genom att undersöka resultaten av hans/hennes hittills utförda aktiviteter; intressen; motivation; framtidsplaner avseende utbildning och arbete.

I detta skede är rådgivarens roll mycket viktig. Han/hon måste tydliggöra och specificera allt som sägs. Förtydligande frågor är i själva verket ett mycket viktigt redskap för att underlätta och effektivisera kommunikationen med klienten.

Rådgivaren kan använda sig av olika sorters frågor:

1. Slutna frågor:
 - För att få fram viss specifik information.

- För att bekräfta att han/hon har uppfattat klienten korrekt.
 - För att underlätta för klienten om han/hon har uppenbara svårigheter att uttrycka sig.
2. Öppna frågor: Dessa gör det möjligt för klienten att uttrycka sig fritt om medvetna eller omedvetna behov. De kan vara speciellt användbara när det gäller att:
 - Få fram komplex information.
 - Bygga ut och bredda innehållet i intervjun.
 - Inleda intervjun med att så fort som möjligt bli klar över klientens åsikter och inställning.
 - Uppmuntra klienten så snart han/hon visar tecken på självförtroende och god vilja.
 3. Förtydligande frågor: De är ett redskap att omformulera det som redan har sagts och i första hand att:
 - Uttrycka det klienten har sagt med andra ord.
 - Ge klienten en så tydlig bild som möjligt av sina egna behov och idéer.
 - Övervinna och tolka allmänna och tvetydiga påståenden.
 - Skaffa sig en klar bild av vad klienten säger och tycker och formulera ett sammanhängande förslag.

Med detta syfte som utgångspunkt bör rådgivaren:

1. Ställa frågor för att få fram den information han/hon behöver genom att:
 - Ställa öppna frågor för att underlätta kommunikationen.
 - Ställa slutna frågor för att behålla fokus.
 - Ställa förtydligande frågor för att få fram specifika svar och/eller leda samtalet i en viss riktning.
2. Lyssna noga i jakt på respons för att:
 - Fokusera på vad klienten vill säga.
 - Undvika avbrott.
3. Ställa fokuserade frågor enligt ett förutbestämt mönster för att:
 - Veta vilken sorts information som behövs för att förstå klientens önskemål och behov.
 - Kontinuerligt utvärdera om den givna informationen är relevant för rådgivningsprocessen.
 - Omformulera frågan om informationen visar sig vara irrelevant.

Under den första intervjun är det nödvändigt att vara uppmärksam på vilken riktning man följer. Den måste inriktas mot att göra klienten så självständig som möjligt och betona de aspekter som kan bidra till att han/hon litar på sina förmågor, resurser och inte minst sig själv. Så snart rådgivaren har fått den nödvändiga grundläggande informationen bör han/hon fortsätta intervjun i riktning mot att analysera klientens behov på grundval av denna information.

Den systematiserade informationen kan innehålla en bekräftelse eller omformulering av den begäran som inledningsvis framfördes av klienten. Rådgivaren bör exempelvis hålla i minnet all extra information som läggs till de givna detaljerna. Om rådgivaren omformulerar eller specificerar något bör han/hon motivera detta med att vissa inslag i intervjun gör det nödvändigt med en sådan åtgärd.

Om tiden för intervjun inte räckte till, eller om klienten visade uppenbara svårigheter att uttrycka sig kan han/hon återinkallas för en kompletterande intervju.

2.4 Rådgivarens förslag: att skriva kontrakt med klienten

Så snart klienten har gett uttryck för sina behov och rådgivaren har gjort sin analys måste rådgivaren formulera ett förslag som fokuserar på de åtgärder som man behöver vidta och det stöd som behöver ges (i eller utanför själva tjänsten) för att det ska kunna fullföljas. I detta läge är det viktigt att påminna om att rådgivarens uppgift är att illustrera, förklara och motivera sitt förslag genom att referera till det som kom fram under intervjun. Rådgivaren får aldrig ge klienten helt fritt spelrum att instämna i eller förkasta dess innehåll.

Om förslaget godkänns finns två alternativ. Rådgivaren tar på sig att ledsaga klienten eller återföra honom/henne till en mer specialinriktad tjänst. Rådgivarens och klientens gemensamma vilja att fortsätta med rådgivningsprocessen konkretiseras när de skriver på ett så kallat ”kontrakt”. Att skriva på ett rådgivningskontrakt (se blanketten i slutet av detta kapitel) påverkar klienten på det psykologiska planet. Han/hon ger därigenom uttryck för en genuin vilja och detta engagemang håller i sig tills rådgivningen är över. Rådgivaren bör vara medveten om att det kan kännas aningen stressande för klienten att skriva på ett kontrakt. En noggrann förklaring och en kortfattad presentation av kontraktets huvudsakliga innehåll är därför på sin plats. De bifogade exemplen på ”mötesformulär” och kontrakt kan vara till hjälp för rådgivaren dels i det fortsatta samspelet med klienten, dels i administrationen av hans/hennes eget arbete.

Namnsteckningen på rådgivningskontraktet innebär slutet på det första mötet. Den slutsats man kan dra av detta möte förtjänar dock i sig sin egen uppmärksamhet. Här måste man fokusera på klientens exakta behov:

- Kognitiva. Rådgivaren måste sammanfatta det som avhandlades under intervjun och de aktiviteter som utfördes.
- Sociala. Rådgivaren måste tillfredsställa klienten.
- Motivationsmässiga. Rådgivaren måste motivera klienten genom att själv vara engagerad i det man har kommit överens om.

Sammanfattning: Rådgivaren måste erbjuda klienten ett första möte som leder till vidare möten, återföra honom/henne till mer specialiserade tjänster och sist men inte minst skapa ett kontaktnät åt honom/henne.

Bilaga 1: MÖTESFORMULÄR FÖR DET FÖRSTA MÖTET

KLIENTENS PERSONUPPGIFTER

Första mötet utvecklingskod: -----

Senare möten utvecklingskod: -----

Att fylla i vid kompletterande möten

Förnamn: -----

Efternamn: -----

Gatuadress: ----- Stad: ----- Postnummer: -----

Telefonnummer: ----- Personnummer: -----

Kön:

M K

E-postadress: -----

Utbildningsdata

- Skola

Kurs:

Institut:

År:

Uppnådd studiegrad:

Språkkunskaper:

Första språk:

Andra språk:

ICT-kunskaper:

ANNAN RELEVANT INFORMATION

Yrkesutbildningar:

Kvalifikationer:

Institut:

År:

Total längd/varaktighet:

SLUTKOMMENTAR:

ANNAN INFORMATION:

Kvalifikation:

Institut:

År:

Total längd/varaktighet:

Slutkommentar:

ANNAN INFORMATION

- Nuvarande aktivitet:

Anställd

Första anställning:

Arbetslös:

PROFESSIONELL BAKGRUND

- Nuvarande yrke:

Företagets namn:

Tid vid företaget: (från-till)

Position:

Anställningsvillkor:

Anställd på heltid

Anställd på deltid

Frilans

Annat –ä-----

ARBETSLÖSHESPERIODER:

Orsaker:

Periodens längd (från-till):

Orsaker

Periodens längd (från-till):

Orsaker:

Periodens längd (från-till):

Orsaker:

Periodens längd (från-till):

Orsaker:

Varför har klienten begärt ett möte med yrkesrådgivaren?

- Söker arbete.

Typ av arbete:

Typ av organisation:

Position/roll:

Kontrakt:

Anställd:

Egen företagare:

Deltid

Heltid

Sektor:

1. Operativ
2. Marknadsföring
3. Ledning

ANNAT

- Yrkessammanställning:

Motivation/drivkraft:

Finansiell status:

Yrkesutveckling:

Annan företagsstorlek

Samma företagsstorlek

RELEVANT INFORMATION

* Ny kvalifikation:

PERSONLIGA MÅL

UPPDATERING INOM YRKET

ANNAN KVALIFIKATION

NY GRAD: -----

RELEVANT INFORMATION

Härmed godkännes att denna organisation har rätt att använda denna information (både i pappersversion och i digitalt format) för den avsedda aktiviteten och andra som står i nära relation till den

Rådgivarens namnteckning: -----

Klientens namnteckning: -----

Dagens datum: -----

Bilaga 2: ANDRA MÖTET

Typ av begäran:

Första mötet:

Datum för slutsats:

IDENTIFIERADE BEHOV

RÅDGIVNINGSFÖRSLAG

Härmed godkännes att denna organisation har rätt att använda denna information (både i pappersversion och i digitalt format) för den avsedda aktiviteten och andra som står i nära relation till den.

Rådgivarens namnteckning: -----

Klientens namnteckning: -----

Dagens datum: -----

Bilaga 3: KONTRAKT ANGÅENDE YRKESRÅDGIVNINGSAKTIVITET SOM SKALL UTFÖRAS

MELLAN:

Herr/fru/fröken: ----- (i det följande presenterad som förmånstagaren)

Bosatt på (fullständig adress: -----

OCH

Yrkesrådgivaren (Organisationens/företagets namn):

Företagets adress: ----- Här representerat av (namn och position):

Bosatt på: (fullständig adress).

Följande överenskommelse har träffats:

Paragraf 1: KONTRAKTETS SYFTE

Följande kontrakt syftar till att anmoda yrkesrådgivaren (företagets namn) att utföra en yrkesrådgivningstjänst enligt överenskommelse med förmånstagaren.

Paragraf 2: KRAV

Förmånstagaren åtar sig att utföra aktiviteterna av egen fri vilja. Därför lovar han att dela med sig av sanningsenlig och värdefull information samt att utföra de aktiviteter som ålagts honom/henne. Yrkesrådgivaren åtar sig att bidra till att aktiviteten utförs med tillförlitliga arbetsmetoder och kvalificerad anställd personal som kan förstå och utvärdera inslagen i en utbildnings- och/eller arbetsplan. Vidare åtar sig yrkesrådgivaren att sköta det praktiska i aktiviteten utan inblandning av utomstående element.

Paragraf 3: SYFTEN MED OCH ÅTGÄRDER SOM INGÅR I AKTIVITETEN:

Aktivitetens huvudsakliga syfte är att sätta klienten i stånd att reflektera över de mått och steg som han/hon behöver ta för att kunna upprätta en sammanhängande utbildnings- och/eller arbetsplan.

Här bidrar yrkesrådgivaren med att:

- Bedöma och utvärdera förmånstagarens personliga och yrkesmässiga förmågor.
- Sluta sig till förmånstagarens motivation och intresseområden.
- Samla in all relevant information som krävs för att utveckla ett individuellt program avseende förmånstagarens utbildnings- och/eller arbetsplan.

Aktiviteten organiseras i följande steg:

- Steg 1:

- Steg 2:

- Steg 3:

- Steg 4:

Paragraf 4: KRAV PÅ FEEDBACK:

Vid aktivitetens slut åtar sig yrkesrådgivaren (företagets namn) att till förmånstagaren överlämna en individuell dossier över de mål som har fastställts enligt paragraf 3 i detta kontrakt. Detta dokument är avsett endast för förmånstagaren.

Paragraf 5: FINANSIERING

- Alternativ 1: Finansieringen sköts av yrkesrådgivaren (företagets namn) utan inblandning av förmånstagaren.
- Alternativ 2: Aktiviteten kostar totalt ... kronor och betalas av förmånstagaren enligt följande villkor: (förklara betalningsvillkoren för förmånstagaren).

Paragraf 6: ÖVERVAKNING:

För att bekräfta att de under aktivitetens gång utvecklade planerna följs till punkt och pricka åtar sig förmånstagaren att informera yrkesrådgivaren om de mål som har uppnåtts och om sina val av utbildning/yrke efter aktivitetens slut.

Paragraf 7: PERSONLIG INFORMATION

Om ingenting annat har överenskommits sparas samtliga dokument i ett år efter aktivitetens slut på yrkesrådgivarens (företagets namn) kontor på (fullständig företagsadress).

Om förmånstagaren inte har någonting emot det sprids den samlade informationen via digitala kanaler. Detta med respekt för förmånstagarens rättighet att när som helst stoppa spridningen av och återta informationen eller modifieringen av densamma.

Plats: -----

Förmånstagarens namnteckning: -----

3 Utveckling av klientens profil: Metoder och verktyg

Författare: Sara Persson, Andreas Runeson, Malin Reinitz, Jonas Lundberg, Asko Kallioniemi.

Vår personliga utveckling leder till att vår roll och skicklighet inom ett yrke måste förändras både snabbt och radikalt. Ibland medför dessa förändringar att våra tidigare kunskaper och erfarenheter förlorar sitt värde och skapar helt nya villkor; gränserna mellan olika yrken suddas ut; nya yrken och arbetsuppgifter dyker ständigt upp.

Behovet att lära sig nya saker är både brådskande och svårt att uppfylla. Gammal kunskap blir snart föråldrad, och gapet mellan befintlig kompetens inom industrin och den tekniska utvecklingen växer med en alarmerande hastighet. Primärt finns behovet av att kunna hantera kompetensfrågor såsom arbetsplatsberoende / specifika, men i allt högre grad höjs kraven på att också hantera dessa frågor såsom arbetsplatsberoende.

Numera räcker det inte med att grunda sina åsikter på gamla erfarenheter. Dessa känns ofta gammalmodiga och de säger inte tillräckligt mycket om en persons förmåga att anpassa sig och ta ansvar i "det nya arbetslivet" med sitt nya tempo; kort sagt hans/hennes förmåga att delta i den livslånga inläringen.

3.1 Att beskriva sig själv

Nyckeln till all form av utvecklingsarbete är att identifiera den nuvarande situationen; vem klienten är; vad han är bra på; Vilka av hans intressen som kan utvecklas till ett yrke. Viktiga punkter för att definiera den nuvarande situationen:

- Vilka är klientens utmärkande kvaliteter?
- Vilka erfarenheter har han?
- Vilka intressen har han?
- Vad är han bra på?
- Vilka kvaliteter ser andra hos honom?

Som rådgivare kan du, för att bilda dig en uppfattning om klienten i dessa frågor, ge honom en kvalitetslista eller ställa frågorna i en intervju:

- Vilka är klientens mest utmärkande kvaliteter? Be honom skriva ner en lista med tio kvalitetsdrag som kännetecknar honom som person och markera dem från 1 till 10.
- Vilka erfarenheter har han? Klientens nästa uppgift är att skriva ner alla erfarenheter som kan vara av vikt för honom ur ett yrkesmässigt perspektiv samt att skriva några rader om vad han har lärt sig av dem och vad han har presterat. Det kan röra sig om utbildning, arbetslivserfarenhet, förtroendeuppdrag, ledarskap, medlemskap i olika föreningar, erfarenheter från utlandet (språk, datorer/it). En riktlinje för klienten är att be familj och vänner om hjälp. Det finns kanske någon som har arbetat inom samma eller ett liknande yrke. Här har klienten en tabell med tre kolumner och ett antal rader att fylla i. Kolumnernas rubriker är: **Yrke/bransch, Vad klienten har lärt sig och nödvändiga kvaliteter.**
- Intressen. Be klienten att ringa in fem av nedan stående intresseområden. Han kan dessutom komplettera med egna intresseområden. De intresseområden som finns med

på listan är: fabrikation, montering/reparation/installation, fordon/styrprocesser, matlagning, djur/växter, väkteri/beskydd, design/mätning/ritning, experiment/forskning, utredning/planering, forskning, köp/sälj/marknadsföring, personal/administration, vård/omsorg, rådgivning/stöd, information/undervisning, konst, teater/musik. Summera klientens valda intresseområden med en eller två meningar.

- Vad är klienten bra på? Be klienten ringa in tio saker som han är bra på i listan nedan. Han kan också komplettera med egna förmågor. Följande kvaliteter finns med på listan: förmåga att arbeta med händerna, förmåga till djupgående förståelse, förmåga att formulera frågeställningar, förmåga att testa nya idéer, förmåga att arbeta kreativt, förmåga att förstå sig på ny teknologi, förmåga att lösa problem, förmåga att instruera och följa instruktioner, förmåga att lära ut och förklara, förmåga att inspirera andra, förmåga att arbeta under press, förmåga till arbete med detaljer, förmåga att se helheten, förmåga att arbeta med siffror, förmåga till kroppsarbete, förmåga att fatta beslut, förmåga att hjälpa andra, förmåga att arbeta utåt, förmåga att övertyga, förmåga att se behov av andra, förmåga att förmedla energi till gruppen, förmåga att prioritera, förmåga att lyssna och skriva, förmåga att starta projekt, leda projekt, avsluta projekt, förmåga att leta efter information. Hjälp klienten att summera hans tio förmågor med en eller två meningar. Vad är han bra på?
- Feedback från andra: Vilka kvaliteter ser andra hos klienten? För att få en helhetsbild av klienten som person kan det vara bra att fråga andra om hans starka sidor. De kan kanske se kvaliteter hos klienten som han själv är omedveten om. Be klienten använda sitt kontaktnät och att låta representanter från hans familj, vänskapskrets och kolleger hjälpa honom att formulera hans starka sidor. Han kan till exempel ställa följande frågor:
 - Vilka är mina starka sidor enligt dig?
 - Hur skulle du beskriva mig för andra?
 - Vilka sidor skulle jag behöva utveckla?

Uppgift 1: Be klienten ställa dessa frågor till någon han har känt i mer än tre år. Sammanfatta vad han/hon säger om klienten.

Uppgift 2: Be klienten ställa frågorna till någon han har känt i max tre år. Sammanfatta hans/hennes svar.

- Sammanfatta klientens starka sidor.
- Sammanfatta hans intresseområden.

Vad innebär det att ha ett jobb?

Man vet vad man har, men inte vad man kan få. Förändring medför ofta osäkerhet under en period. Osäkerhet innebär att man kan tappa fotfästet. Att tappa fotfästet kan kännas väldigt obehagligt för många människor. Man ser hinder; några är verkliga medan andra är rena fantasifoster. För att hitta nya vägar och möjligheter är det viktigt att ha flexibla tankar. Ett sätt att göra klienten fri från gamla vanor är att ställa dem inför nya erfarenheter så att de kan förbättra sin livskvalitet. Här kommer en fråga som inte många klienter tänker på: Vad händer när jag får ett jobb?

Här kommer några andra frågor som kan vara viktiga att ta upp när man för dialog med klienten:

- Vilken är din drivkraft?
- Vilka är fördelarna med att ha ett jobb?
- Vilka är nackdelarna?
- Vad påverkas när du får ett jobb?
- Hur kommer du att uppleva detta?
- Är du förberedd på de reaktioner som detta kommer att leda till?
- Hur förändras din ekonomi?
- Kan det vara på sin plats att förbereda dina anhöriga på dessa tänkbara förändringar?

När dessa delar har bildat en helhet får man en tydlig bild av klientens nuvarande position. Detta gör det lättare för rådgivaren att se vad klienten vill ha och för klienten att sätta upp sina personliga mål. När den nuvarande positionen har fastställts är det lättare att finna deltagarens riktiga nivå och påbörja uppbyggnaden av en strategi som är möjlig att genomföra. Detta ger oss en chans att klargöra situationen och att bryta ner samtliga åtgärder för att nå målen snabbare och med bättre resultat än vad som annars skulle ha varit fallet. Klarhet i var klienten står och vad han ska göra härnäst gör det lättare att skapa den styrka och motivation som krävs för att klara av det hårda jobb han har framför sig.

Den personliga intervjun

Genom en personlig intervju kan vi tillsammans med klienten diskutera hans mål med utgångspunkt från analysen av den nuvarande situationen. Vi går igenom detta och undersöker hans styrkor och svagheter samtidigt som vi ger feedback och support. Det är de positiva inslagen som vi bör tänka på samtidigt som vi leder konversationen så att personen lyfter sig.

Under intervjun fastställer vi klientens mål och skissar upp en plan där vi definierar de åtgärder som krävs för att dessa mål ska kunna nås. Under senare intervjuer följer vi upp gamla mål och sätter dessutom nya.

Som yrkesrådgivare har vi inga bestämda lösningar och bör inte heller låta klienten fastna i specifika tankemönster. Vår uppgift är att ställa de rätta frågorna så att klienten själv kan komma fram till en lösning och därefter sätta sina egna mål. Också detta kan ge en starkare självkänsla om svaret kommer från klienten själv. Att ta ansvar spelar en stor roll i denna process. Om klienterna själva kan ta ansvar för sina tankar och beslut förstärks deras framgång.

En intervjumetod som fokuserar på en lösning

Det som skiljer metoden att diskutera sig fram till en lösning från den mer normala konversationen är att den förra skapar ett annat sätt att tänka när man har problem och bekymmer. I stället för att tröska igenom och ställa en massa frågor om själva problemet kan vi fokusera på och betona de tillfällen som fungerar bättre när det inte finns några problem.

Efter att ha beskrivit innehållet i den lösningsfokuserade diskussionsmetoden kan vi dela in den i två delar: den konversationsfokuserade och den attitydfokuserade metoden.

Dessa båda delar överlappar varandra hela tiden och den förra fungerar bäst när man använder sig av alla de tekniska förbättringarna och inför denna angreppsmetod som en del av den gemensamma inställningen.

Diskussionsmetodens kreativa frågor utgör ett fantastiskt verktyg när vi upptäcker vilka mål klienten har och vad han vill uppnå. Vi kommer också fram till vad han har gjort som han är nöjd med och vilket som skulle kunna bli nästa steg. Vi arbetar en hel del med framtidsfrågor, bland annat om hur klienten kan uppfylla sina önskningar. Vi ger en hel del positiv feedback på vad han redan har uppnått. Att berömma klientens framsteg fungerar som en bekräftelse på att han utvecklas.

Denna inställning förutsätter ett respektfullt mottagande, approach och tillförsikt såtillvida att alla har goda avsikter med vad de gör. Från en gemensam plattform tar vi små små steg i riktning mot heltidsarbete och utvärdering: Vad gör vi som fungerar bra? Vad behöver vi göra för att fortsätta framåt? Detta gör det möjligt för samtliga våra klienter att synas och höras. Enligt vår uppfattning tydliggör denna kjonskap deltagarens bild av sig själv. Den första diskussionen äger rum när ett projekt inleds. Den följs sedan upp med jämna mellanrum. På så sätt lär parterna känna varandra snabbare. En handledare kan åstadkomma detta genom att ställa frågor som ger honom en uppfattning om deltagarens livsstil, personlighet och drömmar. Deltagaren har också chansen att ställa frågor till handledaren för att skapa en dialog. Idéer föds och ventileras; man ger och tar kritik. Det senare är viktigt eftersom det tydliggör en person bild av sig själv att komma med feedback på det han/hon lyckas åstadkomma. Det är extra viktigt att komma med positiv kritik eftersom det stärker klientens självförtroende och även hans motivation att vilja utvecklas. Under diskussionens gång är det också viktigt att man gör upp en handlingsplan som följs upp vid nästa intervju.

Parterna enas om att det som sägs under intervjun stannar dem emellan om ingenting annat bestäms. Det är viktigt att förklara varför vi genomför en personlig intervju så att vi befinner oss på samma våglängd.

Upplägg av intervjun:

1. Diskutera er fram till diskussionens mål: Vad vill ni uppnå?
2. Vad skulle det innebära om dina problem vore lösta (drömscenariot)? Detta kan följas upp med frågor om vad som skulle ändras vid tillfället för problemens lösning.
3. Relationsfrågor: Vad skulle det betyda för X om du kom närmare dina mål? Vad skulle han/hon göra då? Vilken/vilka andra skulle notera det?
4. Undantagsfrågor: Har något som ingår i ditt drömscenario redan hänt?
5. Frågor med skala: Hur nära är du att nå ditt mål idag (1 = inte alls. 10 = jag har allt jag behöver för att nå det)
6. Motivationsfrågor: Hur väl förberedd är du för att arbeta mot ditt mål (1 = inte alls; 10 = jag har allt jag behöver för att nå det)?
Hur troligt är det att nå ditt mål (1 = inte alls troligt; 10 = helt säkert)?
7. Nästa steg.
8. Paus.
9. Sammanfattning.

Under intervjun:

- Ta vara på och bekräfta de öppningar som dyker upp.

- Bekräfta att du förstår problemets negativa konsekvenser och att det krävs en hel del för att rätta till det.
- Låtsas att du inte vet någonting.
- Sammanfatta.
- Gå djupare.
- Hjälp klienten med att göra hans situation så konkret som möjligt.

Tips:

Genom att ställa frågor av typen *vem, vad, när* och *hur* gör man intervjun mer konkret för klienten. Sådana frågor gör det omöjligt att svara enbart *ja* eller *nej*. Å andra sidan kan klienten svara ”Jag vet inte”, vilket ger en bra öppning att fortsätta med intervjun. Om han gör det säger du någonting i stil med ”Anta att du visste; vad skulle du säga i så fall?”

Du kan också ställa frågor om folk i klientens omedelbara närhet, till exempel: ”Om jag frågade din man/fru vad skulle han/hon säga i så fall?”

Om klienten har problem med frågorna säger du: ”Jag ställer en massa svåra frågor. Ta tid på dig.”

Om klienten har problem att tänka sig in i sitt drömscenario bör du ändra frågeställningen och inleda frågorna med ”När ditt problem är löst ...”.

Om klienten är orealistisk och säger någonting i stil med ”Jag kommer att vinna på lotto.” bör du hålla med och svara någonting i stil med: ”Ja, det vore väl trevligt.”

Om klienten framhärdar frågor du hur stora han tror att hans chanser till en vinst är.

3.2 Personlighets- och lämplighetstester: Betydelse och typer

Testerna som sådana ger inga sanningar, men man bör betrakta dem som ett komplement till intervjun för att komma längre och djupare in i diskussionen och för att få en tydligare bild. Det finns olika sorters tester: några som inriktar sig på tekniska förutsättningar och några som inriktar sig på klientens personlighet. De tester som utförs och de påföljande diskussionerna lägger grunden till att bygga upp klientens handlingsplan. För att påvisa klientens personliga utveckling kan det vara på sin plats att göra samma tester vid flera tillfällen. Då kan vi fastställa om klienten har utvecklats eller inte. Resultaten lägger grunden för ytterligare intervjuer om handlingsplan, motivation etc.

3.2.1 Vad är klienten bäst på?

Det finns flera olika tester som på ett unikt sätt avslöjar klientens förmåga till anpassning: numeriska resonemang, mekaniska resonemang, abstrakta resonemang, rumsrelationer, verbala resonemang, språkfärdighet och stavning. Källa: www.career-test-advisor.com

Mekaniska tester

Här testas klientens förmåga att förstå sig på de underliggande principerna för hur en apparat eller maskin fungerar. Höga poäng i dessa tester antyder stor skicklighet inom verkstadsindustrin och mekaniska yrken. Detta test antyder klientens förmåga att resonera sig fram till logiska lösningar på mekaniska problem och är därför användbara om man vill kontrollera hans förmåga att utföra mekaniska yrken. Om klienten får höga poäng i detta test, rumsrelationstestet och de abstrakta resonemangstestet har han stora möjligheter att göra karriär inom vetenskapliga, matematiska eller teknologiska yrken.

Rumsrelationstestet

Detta är troligen det svåraste testet i serien. Det avslöjar klientens förmåga att lösa matematiska problem på en hög nivå. Höga poäng i detta test och det mekaniska resonemangstestet indikerar att klienten har stora möjligheter att göra karriär inom teknologiska eller vetenskapliga yrken. Rumsrelationstestet avslöjar klientens förmåga att bilda sig en uppfattning om ett objekts skepnad, storlek och position med utgångspunkt från en bild eller ett mönster.

Det abstrakta resonemangstestet

Här avslöjas klientens förmåga att resonera kring visuella konturer. Frågorna består av visuella mönster och serier som ska kompletteras. I detta test förs icke-verbala diskussioner och som sådant betraktas det som en fin måttstock för rå intelligens av många yrkesverksamma psykologer. Höga poäng i detta test medför stora karriärmöjligheter inom arkitektur, design, ritning och datorbaserade yrken såsom CAD (computer aided design).

Språkfärdighetstestet

Språkfärdighet innebär att man kan kommunicera på god, grammatiskt korrekt engelska. Det är ett mått på hur duktig man är på att skilja mellan korrekt och inkorrekt grammatik, interpunktion och meningsuppbyggnad. Detta test fungerar utmärkt i språkkurser på college och gymnasieskolor. Samtidigt som skrivande och undervisande yrken medför krav på speciellt utvecklade språkkunskaper krävs någon form av college/gymnasiekompetens inom detta område för snart sagt alla yrken.

Stavningstestet

Stavning är en betydelsefull kompetens i grundskolan, på gymnasiet samt inom många yrken. Höga poäng i detta test gör det möjligt att göra karriär inom yrken där man bör behärska maskinskrivning och stenografi. Samtidigt som dålig stavning inte behöver betyda att man är lågutbildad är det inte att föredra om man vill göra karriär som journalist eller lärare.

Det verbala resonemangstestet

Detta test refererar till klientens förmåga att föra logiska resonemang. Det avslöjar hans förmåga att förstå innebörden av verbala koncept och idéer och att se sambanden dem emellan. Denna förmåga lämpar sig särskilt väl inom juridik, psykologi och olika sorters ledarskap.

Det numeriska resonemangstestet

Här avslöjas hur väl klienten behärskar de fyra räknesätten: addition, subtraktion, multiplikation och division. Detta är särskilt betydelsefullt för bankirer, försäkringsmän och ingenjörer.

Syftet med dessa övningar är att avslöja de förmågor som är särskilt framträdande hos klienten. Förutom att förstärka klientens motivation bidrar de också till att ge honom en klar bild av vilka branscher han i första hand bör söka sig till.

För ytterligare information om personlighets- och lämplighetstester, gå in på vår VCC på www.careercenteronline.org.

Klientens möjligheter

Om klienten fyller i sitt KEEI (kunskaper, egenskaper, erfarenheter, intressen) kan han själv se vart han är på väg. Kommer han att arbeta med människor, tjänster, motorer, barn, datorer eller något annat?

Olika möjligheter:

Synliga yrkesområden.
 Osynliga yrkesområden.
 Deltidsarbete i flera företag.
 Konsultuppdrag.
 Eget företag.
 Studier.
 KEEI: Vilka specialområden.
 Kunskaper
 Egenskaper
 Erfarenheter
 Intressen
 Omgivning

Det klienten säger om sig själv ger oss nyckeln till vad vi kan säga om hans framtidsutsikter. Uppmuntra klienten att inte ägna för mycket tid åt sin arbetssituation utan snarare åt sina personliga planer.

Den viktigaste åtgärden i detta uppdrag är att ge alla möjligheter en chans. Klienten måste tänka på alla möjligheter som han inte har någon erfarenhet av. Försök få en klar uppfattning om hans verklighet genom att ställa frågor. Låt honom inte hänga upp sig på möjliga hinder. I stället bör han fokusera på sitt val. Ta reda på så mycket som möjligt om hans val och var medveten om vad det omfattar. Det är inte så bra att agera utifrån det man har hört; det är mycket bättre att själv bilda sig en uppfattning och se hur det egentligen är.

Mål

Vilka mål motsvarar klientens KEEI på bästa sätt? Vilken arbetsgivare behöver klienten mest? Att arbeta i en butik kan vara en möjlighet. Dela in dem i olika segment såsom:

- Kläder.
- Skor.
- Försäljning.
- Musik.
- Trädgård.
- Video.
- Blommor.
- Konstruktion.
- Kosmetika.
- Bilar.

Varje möjlighet kan delas upp i olika segment och det är viktigt att kunna göra detta för att hitta rätt bransch för klienten.

- Hitta en bransch och få klienten att göra allt som står i hans makt för att ta reda på vad branschen/yrket består av. Det kan röra sig om utbildning och erfarenhet, men något som kan vara ännu viktigare är klientens personlighet, intressen, kemi och det han känner till om yrket.
- Gräv djupare i branschen/segmentet och låt klienten ta reda på allt han behöver kunna förstå om hur det fungerar. Ju djupare klienten gräver desto mer lär han sig och detta gör det möjligt för honom att se såväl möjligheterna som svårigheterna.

Att hitta problemen

I Europa finns det tusentals tillgängliga jobb. Många arbetar nog för att rutinmässigt lösa problemen, men många gånger löser man fel problem. Hela världen är full av möjligheter. Uppmuntra klienten till att upptäcka dem! Klienten kan inte sitta och vänta på ett jobb; han måste vara aktiv. Han måste vara kreativ. Få klienten att ta reda på uppgifter om sina blivande kolleger: Hur många är anställda? När och varför arbetar de? Hur arbetar de? På vilket sätt kan klienten bidra till företagets framgång? Försök att ta reda på så mycket som möjligt genom att kontakta så många som möjligt utan att någon får reda på vad du sysslar med. Ju större problem klienten kan lösa desto mer betalt får han. Kom ihåg att lön kan vara mer än pengar.

En tidningsannons ger tre signaler:

1. Det finns ett behov.
2. Någon är beredd att betala för det.
3. Någon vill ha en slutförd produkt.

Med andra ord kan man säga att ett företag har ett problem som behöver lösas. Alla företag annonserar inte så snart det uppstår ett problem. Därför är det viktigt att klienten kan informera arbetsgivaren om vad han kan göra för att bidra till problemets lösning.

Det finns alltid problem, men det är inte säkert att det alltid finns någon till hands som kan lösa dem. Hur kan man lösa problemet. Jo, genom att göra det synligt.

3.2.2 Personlighet: Hur gör han det han gör?

En viktig del av klientens undersökning av sin nuvarande situation består i att han tittar på sin egen personlighet för att komma fram till vem och hurdan han är och hur han fungerar ensam och tillsammans med andra. När klienten har en klar uppfattning om sin egen personlighet blir det lättare för honom att fokusera på sina starka sidor för att komma dit han vill. Samtidigt får klienten en klar bild av sina svaga sidor, vilket ger honom en möjlighet att stärka dem. Allt som allt ökar detta klientens självkänsla eftersom han kan skapa situationer som är lämpliga för hans kapacitet och kunskaper.

Om klienten ser sin omvärld med egna ögon blir det lättare för honom att förstå sig på den. Generellt vet man att personligheten inte är den enda avgörande faktorn som spelar in för att man ska kunna göra ett bra jobb. Personligheten är dock en avgörande faktor för att man ska kunna utnyttja sin arbetskapacitet, d.v.s. de faktorer som förbättrar resp. försämrar ens kapacitet.

För att kunna göra en sådan analys fordras ett dynamiskt angreppssätt varigenom den personliga analysen integreras i en fullständig utvärdering av klienten. Detta kan inte uppnås enbart med hjälp av ett personlighetstest eftersom en personlighet består av så många variabler som är svårbestämbara avseende kvantitet. Man kan reflektera och se att en personlighet består av ett antal livsmönster som samarbetar dynamiskt i en föränderlig process: anpassningsbarhet, uppväxt, hämndbegär, beroende av det förflutna, framtiden och det man kommer att utföra.

Det är därför av stor vikt att man betraktar personlighetstestet kortsiktigt inför starten av en diskussion om klientens personlighet. För att kunna föra en så klar och detaljerad diskussion som möjligt om klientens personlighet är det nödvändigt att ha flera olika angreppspunkter på personlighetstestets resultat.

För att undersöka resultatens hållbarhet bör vi till att börja med låta klienten själv gå igenom sina testresultat för att se om de överensstämmer med hans egen bild av sin personlighet. Nästa steg blir att klienten och yrkesrådgivaren diskuterar testresultaten i en personlig intervju som kan ge en tydligare bild av klientens karaktärsdrag, kunskaper och starka resp. svaga sidor.

En annan metod att tydliggöra denna bild är att diskutera den i grupp. En sådan grupp kan vara en utmärkt publik för individens personliga utveckling. Med en *workshop* som utgångspunkt samt en klientanpassad ”verktygslåda” kan han vidga sina vyer. Klienten kan också använda gruppen som ett verktyg och en ”spegel”. Sådana gruppdiskussioner ger ofta inspiration, erfarenhet och ökad insikt.

Tester

Det finns flera olika tester som framhäver olika drag i klientens personlighet. Myers-Briggs-indikatorn är ett av världens vanligaste hjälpmedel för att öka en persons medvetenhet om sina vanor och gruppfunktioner. Det har hämtats från Myers och Briggs och konstruerats utifrån Karl Gustav Jungs teorier och arbeten om psykologiska typer (Jungs typologi). Det

finns andra tester som framhäver lärstilar (lärstilsanalys) och ledarskapstester, till exempel PAEI. Problemet med dessa tester är (förutom det som angivits ovan) att inga tester presenterar en fullständig sanning; de bör betraktas enbart som en grund för diskussion. Testerna måste utföras av en certifierad testadministratör.

Om yrkesrådgivaren inte har ett sådant certifikat kan man alltid få en säker bild av klientens personlighet genom ett mer allmänt test som kontrolleras av coachen. Testet analyseras noggrant dels av klienten själv, dels i den personliga intervjun med yrkesrådgivaren.

3.2.3 Motivation: Vad vill han egentligen göra?

Det är svårt att mäta motivation genom ett test. Motivationen kommer när klienten själv kan försöka, agera och känna att han kommer närmare sina mål. Med klientens mål som utgångspunkt kan man bryta ner dem vilket gör problemen enkla att förutse och bemästra. Motivationen kommer när klienten tydligt kan se vad han vill ha och hur han kan få det. Yrkesrådgivarens roll är att styra intervjun och lägga fokus på den positiva processen och sätta in den i sitt sammanhang. Det är här som den lösningsfokuserade samtalsmetoden används.

Några allmänna fakta om motivationstest på marknaden:

Motivationsutvärderingar skiljer sig från personlighets- och lämplighetstest. De fokuserar varken på vem man är om person eller vilka styrkor resp. svagheter man har. I stället fokuserar motivationstesterna dina preferenser. De ser ofta ut som tester där du måste göra ett val. Du går igenom ett antal frågor som skiljer aktiviteter som klienten föredrar från andra som han ogillar.

Exempel: Vilken av följande aktiviteter gillar du mest resp. minst?

1. Att köra bil.
2. Att reparera en bil.
3. Att bygga en bil.

Till skillnad från resultaten i ett IQ-test jämförs inte resultaten i ett motivationstest med andra deltagares för att få fram ett jämförelsetal. I stället ställs en intern undersökning om personliga preferenser mot en bakgrund av olika karriärsämnen. Genom några tämligen komplicerade statistiska modeller får man fram en relationsgrad som avslöjar inom vilka områden du har störst respektive minst chanser att göra karriär.

Inom yrkesrådgivningen finns ett talesätt att människors yrken är något slags kombination med tre inslag: saker, data och andra människor. Om sanningen ska fram är det betydligt mer komplicerat än så. Alla goda resultat i motivationstestet sätter in deltagaren i en imponerande samling av yrkesområden. Inom varje område finns dussintals olika yrkesvägar.

Kunskap och erfarenhet är värt en hel del, men för att man ska lyckas få detta kan motivation och äkta intresse vara mer värdefullt för en arbetsgivare. Se till exempel följande solskenshistoria:

Klient X:

Kvinna i 50-årsåldern som förr var väldigt aktiv som arbetssökande, men som nu inte har arbetat på 14 år.

Hon ansluter sig till projektet och påstår att det enda av vikt för henne är att avsluta utbildningen till ECDL-körkortet. Vi godkänner detta, men påpekar samtidigt vikten av att delta i de gemensamma mötena så att hon ska få tid för annat.

I personintervjun kom det fram att hon har gått in i väggen, drabbas av ångestattacker, har problem med nacke och axlar och dessutom med sina tvillingar som hela tiden ställer till bråk; pojken vill inte gå i skolan. Annars är hon frisk och arbetsför. Hon vägrade att ta av sig täckjackan och hon hade handväskan i en rem runt halsen och tryckte den mot bröstet.

Utvärderingen visade att det var viktigt att hon tog sina problem på allvar samtidigt som hon borde få hjälp med att se en lösning i stället för en massa hinder; att förstå vad som egentligen var viktigt; och mest av allt att förstå vad ett jobb skulle betyda för henne och vilka fördelar det skulle föra med sig.

Vad skulle det till exempel betyda för hennes barn om hon fick ett jobb ??? Skulle de ta ansvar för sina egna liv? Hennes rädsla för ”att gå in i väggen igen” vändes till inställningen: ”Tur att man har gått in i väggen; nu vet man kanske hur man kan undvika det nästa gång. Man kan lära sig att känna igen signalerna och att undvika att det händer igen.”

All konversation består av frågor som leder deltagaren i riktning mot det stora målet: att få ett jobb och kunna ta hand om sig själv.

Idag har kvinnan ett jobb och glada och positiva barn. Ibland har hon fortfarande smärtor i nacke och axlar, men det kan hon leva med. ”Det har vi alla ibland, så varför grubbla över det???”

Denna process har tagit fem månader och den har varit mycket lyckosam. Men tyvärr går det inte alltid lika bra.

4 Strategier för karriärplanering

Författare: Sara Persson, Andreas Runeson, Malin Reinitz, Jonas Lundberg, Asko Kallioniemi.

Vad som menas med en framgångsrik karriär varierar från person till person. Detta till trots antar många att vi alla har samma bild när vi diskuterar begreppet *karriärutveckling*.

Det är viktigt att identifiera vad ”en framgångsrik karriär” innebär för var och en och också hans/hennes underliggande drivkraft. Klienten eftersträvar ofta en karriär som stämmer överens med hans/hennes egentliga motivation. Ett viktigt syfte är att förstärka deras insikt.

Att hjälpa klienten att upptäcka vilken karriäriktning han/hon är lämplig för; att ge honom/henne ett antal yrken att välja bland; att utveckla en handlingsplan utifrån den sorts anställning han/hon är ute efter, oavsett om det handlar om arbete, att starta eget eller att studera utomlands; allt detta ingår i en strategi för karriärplanering och det kommer att avhandlas i detta kapitel.

4.1 Matchning av personliga egenskaper mot det lämpligaste arbetet

”De som söker jobb idag kan räkna med att få en hel del frågor om sin kommunikativa förmåga under anställningsintervjun.

En rapport av yrkesverksamma rekryterare från företag, myndigheter och organisationer visar att detta är den förmåga som i första hand eftersöks.

Utbildning då? Den kommer med jobbet. Man kan naturligtvis inte utbilda sig till civilingenjör på fabriksgolvet, men i första hand söker man medarbetare med grundläggande social kompetens; sedan får man den utbildning man behöver på arbetsplatsen.

För varje dag som går blir detta en allt större sanning eftersom kompetensen alltid måste vara färsk. En viss utbildningsnivå kommer alltid att krävas, men det arbetsgivaren kommer att vara mest intresserad av är hur förberedda de anställda är på att utveckla och förnya sina kunskaper. Detta innebär att lång och trogen tjänst inte alltid räknas som en merit i en värld som ständigt förändras.” Gillis Herlitz.

Något av det viktigaste man bör tänka på när man matchar en person mot ett jobb är att informera arbetsgivaren om vad klienten kan bidra med för att göra företaget ännu framgångsrikare. Om man kan göra detta blir klienten automatiskt framgångsrik. För att klienten ska kunna åstadkomma detta måste han/hon vara medveten om företagets bransch och kunna bidra med mer än det dagliga rutinarbetet. Med andra ord måste han/hon kunna ge mer än arbetsgivaren förväntar sig (20 procent mer).

Dessutom måste klienten vara väldigt intresserad av det han kommer att arbeta med. Annars blir det svårt för honom att utföra rutinarbetet, vilket innebär att han enbart kommer att kunna göra det som förväntas av honom (80 procent av arbetet).

Idag hyr många arbetsgivare kunskap, men för sitt uppförande får man betalt!

Karriäriinriktningar

Vad som menas med en framgångsrik karriär är en fråga med en mängd olika svar beroende på vem man frågar. Dessa åsikter kan variera mellan så olika saker som hur länge man stannar i samma arbetsmiljö och vilken riktning man vill att ens karriär ska ta. Denna meningsskiljaktighet kan vara ett hot mot mänskliga resurser. Risken är stor att missförstånd uppstår om man inte får klart för sig att folk har olika värderingar angående den idealiska karriären. Det kan hända att en klient får en karriärmöjlighet som han betraktar som en mardröm trots att den är lönsam.

Professor Michael Driver och Doktor Kenneth Brousseau har identifierat 400 karriäriinriktningar eller värderingar om vad som menas med den idealiska karriären. Dessa baseras på nära 30 års forskning i karriärdynamik.

Expertriktningen är den stabilaste och historiskt sett mest dominerande karriärvisionen. Den innebär att karriären byggs upp på livslång basis inom en och samma arbetsmiljö. Man kan identifiera sig med sitt arbete. *Framgång* innebär att man skaffar sig mer och mer kompetens och kunskap inom sitt yrkesområde.

Snabbklättring fokuserar på att så snabbt som möjligt avancera inom organisationens hierarki. En framgångsrik karriär innebär att man avancerar så högt som möjligt inom organisationen och skaffar sig mesta möjliga ansvar och bestämmanderätt.

Expansionsriktningen är mindre traditionell. Den går ut på att man upptäcker sin karriär till skillnad från experten som är sin karriär och snabbklättraren som gör sin karriär. Man rör sig till ett närläget yrkesområde med 5-10 års mellanrum. Dessa förändringar tenderar att bredda ens kompetens och göra nya tillägg till gammal arbetslivserfarenhet.

Episodinriktningen är den mest föränderliga och minst konventionella karriäriinriktningen. Episodmänniskan anser sig inte ha någon karriär. Ju mer nytt som händer och ju fler förändringar som sker i deras arbetsliv, desto bättre är det enligt detta "konsekventa mönster av inkonsekvens".

Drivkraft

Folk skiljer sig åt när det gäller det som motiverar dem i arbetslivet. Expertinriktade människor värderar expertkunskap och säkerhet medan snabbklättrarna sätter värde på makt och prestation. Personlig utveckling och kreativitet motiverar de expansionsinriktade medan de episodinriktade föredrar variation och oberoende.

En av konsekvenserna med dessa individuella värderingar är att en stabil karriär, som uppfattas som rena drömkarriären av den expertorienterade, kan upplevas som en mardröm av andra, till exempel den episodorienterade. För att på ett effektivt sätt kunna vägleda och motivera klienten krävs det att yrkesrådgivaren har förståelse för dessa olika drivkrafter.

Karriärutveckling innebär dock inte enbart att man hjälper andra att förstå sig på sina drivkrafter och utsikter till framgång. Karriäriinriktning definieras också inom organisationen. När det handlar om karriären räcker det inte med ett starkt självförtroende för att effektivisera organisationen. Det är också viktigt att undersöka alla möjligheter som kan leda till en karriärutveckling inom organisationen.

Sammanfattning:

- Karriär:
 - Expert = livslång.
 - Snabbklättrare = uppåt i hierarkin.
 - Expansion = obestämd.
 - Episod = Lateral och relateral (5-10 år; leteal och unilateral (2-4 år).

- Drivkraft:
 - Expertkunskap och säkerhet.
 - Makt och prestation.
 - Personlig utveckling och kreativitet.
 - Variation och oberoende.

- Förmågor/inblandning/kvalitet:
 - Specialisering.
 - Ledarskap, konkurrens, effektivitet.
 - Kreativitet, samarbete.
 - Bred kompetens, brett nätverk, snabbhet, flexibilitet.

Yrken

Det finns många yrken att välja mellan, och när klienten måste göra sitt val är det inte enbart hans karriärinriktning som spelar in utan också hans intressen. Det finns också en hel del andra betydelsefulla faktorer att ta hänsyn till. Be klienten att ta reda på vad som är viktigt för honom/henne och vilka yrken som har vuxit och har möjlighet att anställa. För att klienten ska kunna samla information rekommenderas företagsbesök. På så sätt kan han/hon visa sitt intresse för en tänkbar arbetsgivare och dessutom ställa frågor om vad som krävs för att han/hon ska kunna få sitt drömjobb. Arbetsgivare tycker om att presentera sina företag och dessutom får klienten direkta råd och tips om vilka kvaliteter som krävs; inga prognoser i världen kan ersätta den sortens information.

När klienten har tillkännagett sina kunskaper, förmågor, erfarenheter och intressen och dessutom är klar över vilka yrken som kan vara av intresse har han/hon en fin utgångspunkt för att staka ut riktlinjerna för sin framtid.

Nedan finns exempel på olika yrken.

Administration, finansiering och juridik:

Inom dessa områden finns många jobb och inriktningar. Kontakt med allmänheten, myndigheterna, andra företag och sina medarbetare förekommer ofta. Därför måste klienten vara serviceinriktad och kunna ge skriftlig och muntlig information.

Exempel:

- Utredningar.
- Planering och uppföljning av aktiviteter (resultat och finans).
- Bokföring.
- Att tolka lagar och förordningar.
- Att gå igenom ansökningar.

För en hel del av dessa jobb krävs en universitetsexamen. För andra sorters jobb som sekreterare, kontorsarbetare och transportplanerare är det ofta tillräckligt med en gymnasieutbildning eller motsvarande. Även om det krävs en universitetsutbildning för att arbeta på en bank eller vid ett försäkringsbolag kan man också få jobb där direkt efter gymnasiet. Det internationella samarbetet mellan länder, organisationer och företag påverkar arbetsuppgifterna inom många av dessa områden. Kunskaper i främmande språk och om andra länder och kulturer är ett värdefullt komplement till utbildningar i ekonomi, socialvetenskap och juridik.

Bygg och konstruktion

Inom detta område kan man välja mellan flera jobb och inriktningar. Klienten måste vara beredd på att flytta till de platser där jobben finns. Det kan vara hemma och det kan vara i utlandet. Det är vanligt att man veckopendlar mellan hemmet och arbetet. Klienten kan till exempel bygga eller konstruera:

- Hus.
- Vägar.
- Järnvägar.
- Broar.
- Fabriker.

Klienten använder sig av olika maskiner och tekniskt avancerade instrument. Man kan också specialisera sig inom vissa arbeten där man använder sig av äldre hantverksmetoder. Detta gäller till exempel inom renovering. Nya hus byggs ofta i större småstäder, storstäder och universitetsstäder.

Datorer och IT

Dessa branscher är dynamiska och förändras ständigt. Datatekniken integreras efterhand allt mer i telekommunikationssystemet. Inom vissa områden är förändringarna så tydliga att dagsfärs kunskap anses föråldrad inom mindre än ett år. Gränserna mellan de olika jobben är föränderliga och den titel som klienten använder beror på hans arbetsplats. Att arbeta med datorer och IT skapar ofta nära personliga kontakter med kolleger, folk som skickar ut beställningar och leveranser, kunder och användare.

Det finns många arbetsuppgifter inom dessa branscher. Man kan till exempel arbeta med:

- Systemutveckling.
- Programmering.
- Operationer: underhåll av system och nätverk.

- Användarsupport.
- Design av långsiktig planering av IT-användning.
- Säkerhetsfrågor.
- Utveckling av webbsidor.

Alla samhällets sektorer behöver fler och fler dataspecialister och kommunikationen medför krav på mer och mer utbildad personal i takt med att IT-systemen blir mer och mer sofistikerade. Detta innebär att efterfrågan på ytterst kvalificerad personal kommer att vara hög för många år framåt.

Hälsa/skönhet

Intresset av att sköta om kropp och hälsa har ökat. Prognosen visar att detta intresse kommer att öka även i fortsättningen. Hur mycket pengar man kommer att spendera på hälsa och skönhet är svårt att säga. Om klienten vill arbeta inom något av dessa områden måste han/hon vara serviceinriktad och vara väldigt intresserad av att umgås med andra människor. En god känsla för färger och konturer kan vara en fin tillgång i några av möbblen inom dessa områden. Det finns en hel del möjligheter inom dessa yrkesgrupper, till exempel:

- Fotvård.
- Hudterapi och manikyr.
- Personlig träning och rådgivning om träning.
- Rådgivning om hälsa och kroppsvård.

Dessa grupper är ofta små och har liten efterfrågan. Många är egna företagare vilket kräver hög administrativ och ekonomisk kompetens.

Sälj och marknadsföring

Oavsett om klienten säljer bilar, blommor, maskiner eller resor är det viktigt att han/hon är lyhörd för kundens önskemål. Han måste vara serviceinriktad och intresserad av andra människor. Köpare och marknadsförare måste vara väl förtrogna med den produkt/tjänst de arbetar med. Det är också viktigt att kunna förutspå förändringar.

Att köpa och sälja via Internet blir allt vanligare vilket kan inverka på arbetsuppgifterna och antalet anställda inom detta område. Särskilt mellan företag har köp via e-post och andra tjänster på Internet ökat. Nu när företagen själva kan hitta information och beställa varor via Internet har säljarens roll förändrats till problemlösarens. Tillsammans med kunden löser han de problem som kan tänkas uppstå och ger de råd som kan anses nödvändiga.

Som säljare kan man arbeta inom en hel del områden, till exempel:

- Försäljning i affärer och butiker.
- Försäljning av företagets egna produkter, till exempel medicin eller kontorsmaskiner.
- Försäljning av tjänster, till exempel rådgivning och utbildning.
- Inköp av varor och tjänster.

Kunskapskraven varierar mellan de olika jobben. Kunskap om branschen och unionen behövs om man arbetar med unionerna. Högre utbildning kan krävas för dem som arbetar med inköp,

marknadsföring och företagsförsäljning, till exempel en specialutbildning i ekonomi på universitetsnivå.

Hantverk

Hantverk bygger ofta på äldre tekniker. Klienten arbetar med händerna och olika redskap och maskiner. Hantverkaren ansvarar vanligtvis för hela produkten från råvarorna till den färdiga produkten. Därför krävs lång praktisk erfarenhet för att man ska kunna bli hantverkare.

Artistiska egenskaper behövs ofta. Hantverkare är vanligtvis egna företagare. Ibland delar de på redskap och maskiner för att hålla nere kostnaderna. Möjligheterna är beroende av ens kunskaper och förmåga att sälja sina varor eller tjänster. Man kan vara lärling och få ett diplom efter en tids arbete.

Hantverk omfattar ett stort antal redskap och jobb. Som hantverkare kan man till exempel arbeta med:

- Målning eller metallarbeten.
- Omklädning av möbler.
- Bröd, kakor och tårter.

Hotell, restaurang och industrikök

Inom hotell- och restaurangbranschen finns en mängd specialistjobb med en minsta gemensam nämnare: *service*. Varje dag möter man nya kunder och tvingas anpassa sig till nya situationer. Detta gäller oavsett om klienten arbetar på hotell, i en skolmatsal eller på en pizzeria. Bland jobben inom detta område kan nämnas:

- Servering på ett fartyg.
- Matlagning.
- Portier.
- Ta hand om gästerna på en konferens.
- Tipsa om viner på en restaurang.

Att jobba på hotell kan vara omväxlande. En kypare kan rycka in som portier och vice versa.

Efter en grundläggande utbildning finns goda utvecklingsmöjligheter inom detta område. Behovet av personal är skiftande beroende på vilken stad man befinner sig i och vilken årstid det är. På senare tid har dock efterfrågan ökat.

Hälso- och sjukvård

Detta omfattar allt från undersökningar till behandlingar till omvårdnad. Dessutom ingår vård i förebyggande syfte. Hälso- och sjukvård begränsas inte enbart till sjukhus. Klienten kan också arbeta på kliniker, ålderdomshem, skolor och privata vårdinrättningar. Doktorer och sjukvårdspersonal kan också kontaktas av bemanningsföretag som hyr ut dem till olika vårdinrättningar.

Inom detta område kan klienten arbeta med:

- Att undersöka och behandla patienter.
- Sjukgymnastik.
- Testa hjälpmedel för funktionshindrade och handikappade.
- Arbeta med medicin.
- Kostrådgivning.
- Hjälpa folk som har talsvårigheter syn- eller hörselskador.

Industriell produktion

Produktionsindustrin ger varor baserade på råvaror eller förfinat material. De produkter som framställs blir alltmer invecklade. Arbetarna framställer inte enbart lager utan hela styrsystem där lagren ingår tillsammans med elektroniken. Datorer styr nära nog hela tillverkningen. En hel del maskiner är datastyrda. Maskinskötarna har ofta goda kunskaper i programmering. Processkötarna kontrollerar och övervakar processen med hjälp av ett antal datorer i kontrollrummet. Arbetsplatsorganisationen är ofta en självstyrande grupp med ett stort antal arbetsuppgifter och ansvarsområden.

Inom detta område kan man till exempel arbeta med:

- Övervakning och maskinskötsel.
- Elektronik.
- Snickeri.
- Svetsning.
- Övervakning av industriella processorer.

Installation, skötsel och underhåll

Detta område innehåller många branscher med förgreningar, till exempel elektriker, byggnadstekniker, transportmekaniker och maskinskötare. Många kan arbeta både med produktion och fulländning av produkter, med service och rådgivning.

Exempel på arbetsuppgifter inom detta område:

- Reparation av bilar och andra maskiner.
- Kontroll på byggen.
- Felsökning via med hjälp av datorer.
- Konstruktionsövervakning.
- Olika sorters installationer.

Kraven på miljömedvetenhet och energibesparing producerar jobb som återuppbyggnad, modernisering, installation och administration av effektivare ventilation för värme och kyla. Uppvärmning och återuppbyggnad är ett arbete som i första hand är avsett för specialister. För folk med kunskaper i elektronik blir det mer väsentligt att reparera maskiner.

Kultur, media, design

Kreativa och konstruktiva arbetsuppgifter förekommer ofta inom dessa områden. Inom dessa områden kan man bland annat arbeta som:

- Fotograf.
- Manusförfattare.
- Sångare.
- Annonsör.
- Målare/konstnär.
- Produktionstekniker för film och TV.

Inom kulturområdet kan klienten arbeta som en i teamet som producerar en teaterpjäs. Andra arbetar dock ensamma, till exempel författare, översättare och artister av olika slag.

För en hel del människor är det rena drömmen att arbeta med kultur. Konkurrensen är hård, inte bara när det gäller utbildningsplatser utan också när det gäller fasta anställningar och temporära sysselsättningar. Självtändiga artistiska jobb kräver inte enbart talang utan också envishet. I vissa fall kan klienten ha svårt att klara sig, även om han/hon är välutbildad.

Offentliga insatser spelar en stor roll när det gäller möjligheterna till arbete på bibliotek, teater, med radio och TV och artistisk utsmyckning. Kraven på designers och annonsörer varierar beroende på den ekonomiska utvecklingen. Design har blivit mer konkurrenskraftigt och beräknas spela en ännu större roll i framtiden.

Miljövård, hälsa/säkerhet och avfall

Det finns en hel del jobb inom dessa sektorer. Några av dem syftar till att skapa en väl fungerande miljö. Andra syftar till att undersöka risker och problem och föreslå lösningar. Ett annat alternativ är jobb som kontrollerar och att arbetsvillkoren på en arbetsplats inte är lagvidriga. Om klienten arbetar som städerska eller tvätterska kan hon påverka miljön på arbetsplatsen, andra kontor eller i hemmet. Inom dessa områden kan man också arbeta som:

- Naturvårdare.
- Kontrollant av luft, vatten och land.
- Industrikontrollant.
- Kontrollant av miljöfarligt avfall.
- Livsmedelskontrollant.
- Beskyddare av djurens villkor.
- Avfall, till exempel återvinning, sanering och sopsortering.

Utbildningskraven varierar. För att man ska kunna arbeta med miljövård, säkerhet/hälsa och arbetsvillkor krävs en utbildning på högskola/universitet. Detta innebär i klartext att det krävs breda kunskaper i form av utbildning i miljövård i kombination med en utbildning till naturvetare, tekniker, ekonom, jurist eller informatör. Om man arbetar med sanering eller städning utbildas man oftast på arbetsplatsen. Det krävs kunskaper om material, ny teknologi och arbetsmetoder.

Naturindustrin

De kombinerade yrkena inom jordbruksindustrin, skogsindustrin och trädgårdsskötseln kan med ett gemensamt namn kallas *den gröna sektorn*. Andra gemensamma drag i denna sektor är att man ofta arbetar med kroppen och nära naturen. Många jobb inom jordbruks- och skogsindustrierna har förändrats tack vare nya tekniker. Maskiner utför numera det tunga arbetet och datoriseringen har gett fler kvalificerade arbetsuppgifter.

Inom dessa områden kan man bland annat arbeta med:

- Djurskötsel och jordbruksrådgivning.
- Djurhållning, maskinunderhåll och trädgårdsskötsel på bondgårdar.
- Skötsel av hästar och husdjur.
- Plantering i skogen.
- Trädgårdsplanering.
- Forskning och utveckling inom jordbruks- och skogsindustrierna.

Vetenskap

Det finns stor efterfrågan om vetenskaplig kompetens ute i samhället. I många arbetsuppgifter kan det vara en fördel att ha kunskaper inom andra områden. Samarbetet ökar stadigt mellan biologer, kemister, tekniker, ingenjörer och dataspecialister. Miljövård, framställning av medicin, produkttillverkning och förfining av råmaterial är viktiga områden. Forskningen inom dessa områden går framåt, till exempel inom mikrobiologi och genteknik vilket medför att många av dessa jobb förändras när ny kunskap får fotfäste.

Huvuduppgifterna inom dessa områden är:

- Forskning.
- Utveckling.
- Utbildning.
- Utredning.

Många vetenskapsmän forskar eller undervisar vid högskolor/universitet. Inom sjukvården ansvarar många fysiker för cancerpatienternas strålbehandling. Analytiker med biomedicin som specialitet undersöker resultat av olika prover. Giftexperter studerar orsaker till olika cancersorter. Biokemister, mikrobiologer och framakologer forskar för att upptäcka nya och/eller effektivare mediciner. Fysiker arbetar inom industrin medan geologernas kunskap kommer till sin rätt när det handlar om att bygga vägar och tunnlar.

Pedagogiska yrken

Läraryrket förändras ständigt. Hela tiden måste man vara beredd att lära sig nya fakta och lära ut nya metoder. Med dessa ämnen som grund anpassar man sin undervisning till elevernas förutsättningar.

Som lärare kan klienten arbeta med elever i alla åldrar från förskolebarn till studenter vid högskolor och universitet. I yrket ingår både att arbeta självständigt och att ta gemensamt ansvar för elevernas utveckling.

Bland de arbetsuppgifter som fyller en lärares arbetsdag finns:

- Undervisning.
- Planering av lektioner tillsammans med kollegerna.
- Administration, till exempel budgetering för textböcker.
- Studier på distans via Internet.

Socialarbete

Inom detta område finns goda arbetsmöjligheter. Antalet gamla ökar och många av dem behöver hjälp och stöd. Som socialarbetare hjälper och stöder klienten människor i olika livssituationer. Man kan till exempel jobba med:

- Att hjälpa, stödja och vårda äldre och handikappade.
- Att ta hand om småbarn medan deras föräldrar arbetar.
- Att övervaka fångar och se till så att de rehabiliteras för att så småningom kunna ta en plats i samhället.
- Familjerådgivning.
- Att arbeta med missbrukare och tonåringar som är i behov av hjälp.
- Arbete på en socialbyrå, till exempel med att ge ekonomisk hjälp till samhällets invånare och undersöka familjeproblem.
- Att arbeta på ungdomsgårdar eller som lärarassistent. Till och med religionsrelaterade yrken ingår i en socialarbetares yrkesfär. Präster ger råd och stöd till sina församlingsmedlemmar liksom diakoner som bland annat arbetar med människor som av ett eller annat skäl är utsatta.

Säkerhetsarbete

Inom detta område finns en hel del karriärinriktningar att välja bland. Klienten kan ha ett jobb som förhindrar brott och olyckor. Han/hon kan också arbeta med brott och/eller olyckor som redan har inträffat. Bränder och brandsäkerhet har under årens lopp fått allt större uppmärksamhet. I framtiden står arbete som går ut på att förhindra olyckor i fokus.

Inom säkerhetssektorn kan man arbeta som:

- Väktare av byggnader och människor.
- Brandman.
- Livräddare.
- Flygplatskontrollant.
- Kustbevakare.

I arbetet ingår kontakt med andra människor och samarbete med folk inom olika yrkesområden. Polisen, tullen, kustbevakningen och flygplatskontrollanterna samarbetar exempelvis i kampen mot smuggling och terrorism.

Olika säkerhetskrav blir allt vanligare, inte minst i storstäder. På grund av den tekniska utvecklingen avseende tjuvlarm är det ökade behovet av jobb inom säkerhetsbranschen knappast nämnvärt även om själva säkerhetsmarknaden ökar.

På grund av den teknologiska utvecklingen inom säkerhetsbranschen kommer säkerhetsvakternas arbetsuppgifter att bli mer avancerade. I framtiden kommer kraven på väktarnas språkkunskaper att öka, liksom på deras tekniska kunskaper och deras flexibilitet.

Teknologi

Tillväxten av datorer och elektroniska element inom teknologin fortsätter. Teknologin för varor och tjänster anpassas mer och mer till kundens behov. Detta ökar kraven på flexibilitet, kundanalys och produktionsplanering. Teknikerna skapar en dialog mellan kunder och leverantörer; det finns inte längre några universalprodukter.

Det finns ett enormt antal inriktningar inom ingenjörskonsten, och inom de flesta av dem kan man bland annat specialisera sig på:

- Konstruktion.
- Produktionsplanering.
- Kvalitetskontroll.

Transport

Inom detta område anställs folk på många olika nivåer. Den snabba utvecklingen av datorer och IT påverkar också transportnäringen. Teknologin har banat väg för en effektivare form av transportplanering. Samtidigt ökar kraven på snabbare och exaktare leveranser.

Resor och transporter pågår 24 timmar om dygnet. Inom transportsektorn kan klienten arbeta med:

- Spedition.
- Järnvägar.
- Shipping.
- Flygtransport.
- Upprätthållande av handelns förändringar i förhållande till den teknologiska utvecklingen.

Det finns ständigt nya informations- och kommunikationssystem vilket ställer högra krav på kunskaper i teknologi, språk och datorer. Tack vare datorerna har chaufförernas och lagerarbetarnas arbete effektiviserats.

Efterfrågan på transport ökar, varför det i framtiden kommer att behövas fler busschaufförer, lastbilschaufförer och lokförare.

Framtidsjobb

Den nya teknologiska utvecklingen, till exempel inom data- och bioteknikbranscherna, kommer att producera nya jobb i framtiden. Också inom miljö och turism finns potential för nya jobb. Fackföreningarna försöker utnyttja dessa nya anställningsmöjligheter genom att stödja forskningen och utvecklingen inom den nya teknologin.

Alternativa vägar in på arbetsmarknaden

Det finns många sätt för klienten att erhålla de kvalifikationer han/hon behöver för att få ett jobb. Ett sätt är att sikta in sig på praktisk inläring i stället för teoretisk. Praktiska situationer är sammanlänkade med arbetslivets realitet och klienten kommer att ges en möjlighet att erhålla den kompetens som både han/hon och företaget behöver.

Lärlingsavtal och lärlingstid

Lärlingsavtal är en bra metod att kombinera arbete och studier. Denna utbildningstyp har en lång tradition och är en väg mot anställning.

Den här sortens avtal mellan arbetsgivare och anställd har förekommit sedan länge. Det första ingicks för omkring 4 000 år sedan. Den förste som legaliserade dem var kung Hammurabi av Mesopotamien (1792 – 1750 f. Kr.).

I Finland använde man sig av dessa avtal inom hantverksindustrin på 1600-talet. Studentföreningen utvecklade det till en systematisk utbildningsaktivitet. Också i Tyskland och andra europeiska länder är det vanligt med lärlingsavtal.

Denna utbildningsaktivitet utvecklas hela tiden och erbjuder också ekonomisk hjälp. Den är lämplig både för ungdomar och vuxna. Den skräddarsys för att tillfredsställa både arbetsgivarens och lärlingens behov. Denna utbildningsform är likställd med andra utbildningsformer och syftar till att följa grund- eller specialmönster. Lärlingsavtalet förutsätter en arbetsplats där utbildningen kan utföras. Utbildningsanordnaren och arbetsförmedlingen ordnar de nödvändiga arrangemangen. Både lärlingen och arbetsgivaren kan vända sig till dem och be om hjälp.

Europeiska projekt inom ramen för detta Leonardo Da Vinci-program syftar till att förbättra yrkesutbildningen vilket är till stor nytta för klienten/lärlingen. Årligen går omkring 250 000 ungdomar igenom detta program.

Målen med Leonardo Da Vinci-programmet är:

- Att utveckla en gemensam europeisk policy för yrkesutbildningar.
- Att uppmuntra till utbyte av erfarenheter mellan studenter, trainees och lärlingar.
- Att införa yrkesutbildning över gränserna.

Insamling av erfarenhet i det betydelsefulla projektet *European Voluntary Services for Youths* (EVS)

EVS vänder sig till ungdomar i åldern 18-25 år som vill delta i ett samhällsprojekt i ett EU-land i 6-12 månader. Deltagaren kan engageras i sociala eller kulturella projekt eller miljöprojekt samtidigt som han kan samla på sig erfarenhet av att arbeta i utlandet. Det kostar ingenting att delta. Deltagaren får också fickpengar och fri logi plus ett diplom. Kom ihåg att detta ger mer praktisk erfarenhet än ”riktigt arbete”. Det är ett fint äventyr för studenter och ungdomar, men som de volontärer de är får de ingenting betalt.

Anställningsvillkor

Det finns huvudsakligen två typer av anställning: tillsvidare och visstid. Den senare kan vara av flera olika slag och på olika villkor.

Tillsvidareanställning är nära nog alltid den säkraste anställningsformen. Vid en visstidsanställning bör alltid den anställdes arbetstid och arbetsvillkor fastställas mellan honom och arbetsgivaren i början av anställningen.

En visstidstjänst kan vara av följande slag:

- Vikarie: en tjänst som varar under en viss tidsperiod när man ersätter en person som till exempel kan vara på semester, sjuk, tjänstledig eller på utbildning. En vikarie måste ta över en viss persons tjänst och behåller den tills ”den rätta personen” kommer tillbaka.
- Provanställning: anställning under en begränsad tidsperiod som dock inte får överstiga sex månader. Denna inträder när det är osäkert om personen har de rätta kunskaperna eller klarar av det som förväntas av honom/henne. När provanställningen är över inträder oftast en tillsvidareanställning om inte arbetsgivaren eller den anställda vill någonting annat.
- Projektanställning: anställning under en viss tidsperiod då man arbetar med endast ett projekt. Anställningen upphör när projektet är avslutat.
- Arbetstopp: man anställs under en viss tidsperiod för att klara av en arbetsanhopning.
- Säsongsarbete: anställning under en begränsad tidsperiod beroende på jobbet. Vissa arbeten kan enbart utföras under en viss tid, till exempel att plocka äpplen.
- Praktik: någon får den praktiska delen av sin utbildning på en arbetsplats. Detta ger inte samma säkerhet som en visstidsanställning.
- Kandidatanställning: utbildningsperiod som leder till en tillsvidareanställning. Denna är i första hand avsedd för dem som nyligen har tagit studenten. Större delen av utbildningstiden är avsedd för praktik, men det finns också utrymme för teori. Normalt sett ger detta en tillsvidareanställning.

Att använda sig av bemanningsföretag

De större kraven på flexibilitet är en av orsakerna till att omfattningen av denna bransch har ökat. Syftet med dessa företag är att hyra ut personal till andra företag som behöver hjälp under en längre eller kortare tidsperiod. Utvecklingen har inte varit problemfri. Många som arbetar för bemanningsföretagen har en oviss livssituation med osäker inkomst. Möjligheten att hyra in folk har orsakat problem för dem som redan arbetar med att hyra ut hjälp. I vissa fall har de friställts så att man ska kunna hyra in andra. Eftersom bemanningsföretagen har hög personalomsättning tillhör de sällan någon fackförening. Branschens natur innebär att den

anställde utför arbete åt ett företag som han inte tillhör vilket leder till svåra komplikationer för fackföreningarna.

Fler och fler blir visstidsanställda, projektanställda eller helt enkelt anställda när de behövs. Andra arbetar för bemanningsföretagen. Nu kan man se att allt fler på arbetsmarknaden saknar anställningskontrakt. Detta gäller i första hand ungdomar.

3.2 Handlingsplan

Om klienten vill utveckla sin karriär är det viktigt att han/hon har en tydlig och strukturerad bild av sig själv och sin framtid. Genom att skissa upp en tydlig handlingsplan kan klienten ta ödet i egna händer. Han/hon får också en klar insikt av sitt behov av motivation och drivkraft.

Handlingsplanen hjälper klienten att undvika att hamna i en nedgående spiral. I stället får den honom att arbeta aktivt för en positiv framtid. Han/hon får det också lättare att klara av förändringar med ett klart formulerat mål och en tydlig handlingsplan, även om det kan vara svårt i början.

Ökat medvetande och insikt om yrkesmässiga och personliga resurser spelar en stor roll när klienten utformar en strategisk plan för att kunna komma ut på arbetsmarknaden. Den hjälp yrkesrådgivaren bör kunna erbjuda klienten består bland annat av:

- Kunskap och utbildning som underlättar klientens letande efter ett jobb.
- Individuell coaching.
- Personlig strategi och handlingsplan.

Handlingsplanen innehåller konkreta förslag oavsett om klienten ska söka jobb, studera eller starta eget. Genom att skissa upp en tydlig framtidsplan får klienten en tydligare bild av hur han/hon på bästa sätt kan nå sina mål. Med hjälp av ett tydligt formulerat mål som infogas i en tidsplan har klienten en checklista som leder honom/henne mot framtiden.

Handlingsplanens inriktning varierar beroende på klientens framtidsplaner. Nedan finns några exempel på hur en handlingsplan kan se ut. Syftet med dessa planer är att få en anställning, starta eget och studera utomlands.

Anställning:

Be klienten att skaffa sig kontakter inom verksamheten, dock inte med målgruppen i andra delar av landet. Be honom/henne fråga vad som förväntas av en medarbetare och vilket som är deras största hinder mot att utvecklas.

Låt klienten fråga hur viktiga hans/hennes intressen, kvalifikationer, erfarenheter och utbildning är för verksamheten. Ju fler kontakter han/hon lyckas knyta desto tydligare blir hans bild av verksamheten. Sammanfatta bilden av verksamheten och hurdan en medarbetare förväntas vara.

Be klienten jämföra verksamheten med sitt KEEI (kunskaper, egenskaper, erfarenheter, intressen). Om han/hon är intresserad av verksamheten är det lätt att hitta värdefulla gemensamma intressen. Om utbildning är viktigt för verksamheten och klienten vill studera, vems är beslutet; var och till vad vill klienten studera?

Det är viktigt för klienten att komma underfund med vilka krav verksamheten ställer på honom om han är ute efter en anställning.

Om klienten arbetar mot ett nära förestående mål kommer något intressant att hända!

Klienten kommer plötsligt att upptäcka att han träffar människor, läser artiklar och går in på webbsidor som bokstavligen leder honom mot målet. Han skulle kunna uppleva samma sak utan mål i sikte, men i så fall skulle han vara fullständigt omedveten om det. Oberoende av yrke är det i själva verket lättare om klienten förstår de förväntningar som finns. Om klienten känner till förväntningarna är det lättare att göra det där lilla extra som inte förväntas av honom.

Vad ska klienten göra?

Vilket är klientens övergripande mål; att arbeta, starta eget eller studera?

Vilka är klientens delmål?

Hur ska klienten bära sig åt för att göra det som behövs?

Vad behöver han göra för att nå sina mål?

När ska han göra det?

När ska han börja?

När bör han ha avslutat det han behöver göra?

När bör han ha nått sina delmål?

Starta eget:

Fördelen med att starta eget är att klienten kan komma och gå som han vill och fatta sina egna beslut. Det kan finnas tillfällen när klienten känner sig ensam i sitt svåra beslutsfattande och när frågorna aldrig verkar ta slut.

När klienten startar eget bör han vara medveten om sina förmågor för att ta de nödvändiga initiativen. Han bör också ha en grundinställning till hur verksamheten kommer att se ut. Det sist nämnda kan sammanfattas i den så kallade "affärsplanen", ett dokument som beskriver företagets verksamhet, omgivning och ekonomiska ställning. Med hjälp av en affärsplan kan följande enkelt utföras samtidigt:

1. Sammanställa alla tankar och idéer som dyker upp under planeringsstadiet.
2. Besvara några frågor.
3. Få klarhet i sådant som man inte kände till innan man starten.

En affärsplan kan variera i omfång från några få sidor i ett litet företag till ett noggrant utformat, övergripande dokument i ett stort företag.

Klienten bör inte begå misstaget att skissa upp sin affärsplan utifrån vad han tror om finansierarna. Huvudsaken är att han gör det för sin egen skull. Han bör utgå från sina egna övertygelser, idéer och visioner så länge de är realistiska. Affärsplanen bör klara av en

noggrann undersökning. För ytterligare information om att starta eget gå in på www.careercenteronline.org.

Utlandsstudier:

Idag lever vi i en globaliserad värld vilket har gjort det allt lättare att studera och arbeta utomlands. Det är berikande att studera utomlands dels för klientens personliga utveckling, dels för hans karriär. Allt fler arbetsgivare frågar efter personal med specifika kunskaper, inte minst i språk, och om klienten utöver sin utbildning i hemlandet kan visa upp att han har genomgått en internationell akademisk utbildning ökar hans värde på arbetsmarknaden. Dessutom ger utlandsstudierna klienten en möjlighet att knyta internationella kontakter som han kan ha nytta av i framtiden. På det personliga planet har klienten en chans att uppleva en ny kultur och miljö samt att skaffa sig vänner runtom i världen. Den tid som klienten tillbringar med att studera utomlands är en nyttig erfarenhet och ett minne för livet!

Varför kan klienten studera utomlands i stället för i hemlandet?

Det finns många orsaker. Det kanske inte finns någon utbildning som klienten är ute efter i hans hemland. Det är viktigt att han tänker på vad han vill göra efter att studierna är avslutade. Om han till exempel studerar juridik i Frankrike har han stora chanser att få jobb där medan denna utbildning kanske inte är lika lämplig i hemlandet. Om klienten är intresserad av att arbeta utomlands finns andra alternativ, till exempel att arbeta som frivillig eller aupair.

Vilka är klientens framtidsplaner?

Det finns en hel del utbildningsområden att välja bland. Man bör i första hand välja ett område vilket gör det lättare att hitta den rätta utbildningen. Det tar tid och kräver en hel del av klienten för att han ska hitta den information som krävs för att kunna gå vidare. Vad ska klienten studera; språk, yrkesutbildning eller någonting annat? Det enklaste och snabbaste alternativet brukar vara att anmäla sig till en språkkurs. Om klienten tänker utbilda sig på college eller universitet bör han planera med ett års framförhållning. Det aktuella universitetets studievägledare har mer information om detta.

Var kan klienten studera?

Valet av land beror ofta på klientens språkkunskaper. I vanliga fall avslöjas dessa i ett test vars syfte är att undersöka om klientens kunskaper är tillräckliga för att han ska kunna delta. Språkkurser är ett undantag. Klienten kan gå igenom dessa oavsett om han är nybörjare eller i behov av att förbättra sina redan finna språkkunskaper.

Var kan klienten bo och arbeta efter utbildningen?

Om klienten vill bo utomlands rekommenderas att han utbildar sig i det land där han tänker bosätta sig. Om klienten vill arbeta i sitt hemland bör han beräkna utbildningens kostnader. Information om detta kan man få på universitet, andra utbildningsanstalter eller den lokala arbetsförmedlingen.

Hur finansierar klienten sina studier?

Många undersöker alla tillgängliga stipendiefonder. Det finns stipendiehandböcker på biblioteket och man kan ta en titt i stipendieguiden på Internet.

Klienten kan också titta i databasen Naric (<http://www.enic-naric.net> för att se hur mycket hans utbildning är värd i respektive land. Där kan man också finna de vanligaste frågorna och svaren om utlandsstudier.

Att tänka på:

Klienten behöver ett arbetstillstånd för att kunna studera i mer än tre månader i ett EU- eller ESS-land. Han ansöker om ett sådant i det land där han skulle vilja studera. Denna information finns tillgänglig hos Citizens Europé och respektive lands ambassad.

Om klienten vill studera i ett land utanför EU och ESS måste han vara beredd på att ha med sig visum. Detta ansöker han om på det aktuella landets ambassad före avresan.

Arbete över gränserna

För att kunna fatta ett välgrundat beslut om arbete över gränserna bör klienten och rådgivaren söka rådgivning i eventuella ärenden av praktisk, juridisk och administrativ art.

EURES-portalen för gränsöverskridande arbete innehåller information som är avsedd att ge hjälp och stöd till dem som vill flytta till eller hitta personal från ett annat land. (<http://www.europa.eu.int/eures/index.jsp>). En annan länk för utlandsstudier är: <http://www.citizens.eu.int>.

5 Informationsresurser för arbetssökning

Författare: Rosen Petkov, Svetoslav Dimov, Tsvetelina Ilieva.

I detta kapitel presenteras de olika delar som ingår i arbetssökningsprocessen. Först ger vi allmän information om de viktigaste inlagen i en arbetsansökan. Detta är ett väsentligt inlag i den process som går ut på att ge klienten de råd och stöd som krävs för att han ska hitta det för honom bästa tänkbara jobbet. Yrkesrådgivaren är den som förser klienten med lämpliga informationsresurser, praktiska och teoretiska exempel och användbara råd. Sedan följer en detaljerad presentation av de viktigaste informationsresurserna när det gäller att söka jobb: skriftligt material, arbetsförmedlingen och Internet. Dessutom erbjuds klienten en möjlighet till en realistisk inblick i arbetssökningsprocessen. Därefter kan klienten ta nästa steg i arbetssökningsprocessen, nämligen själva ansökan som kommer att behandlas i nästa kapitel i manualen.

Efter genomgången av de huvudsakliga strategierna för karriärplanering är det nu dags att gå in på var man ska leta och vilka åtgärder man ska vidta när man söker jobb. I detta kapitel presenteras inlagen i jobbsökningsprocessen. Efter en inledande allmän information om de viktigaste inlagen i jobbsökningsprocessen följer en kortfattad beskrivning av vad det egentligen innebär att söka jobb och hur man gör det på effektivast möjliga sätt.

Sedan följer en detaljerad presentation av de viktigaste inlagen i jobbsökningsprocessen: skriftligt material, arbetsförmedlingen och Internet. Där finns också några exempel som är avsedda att öka klientens förståelse för ämnet och ge honom en bättre överblick över jobbsökningsprocessen.

5.1 Tekniker och procedurer för återvinning av information

Det finns flera metoder att göra efterforskningar om återvinning av information om arbetssökning:

- Man kan undersöka skriftligt och elektroniskt material, i första hand tidningar.
- Man kan använda arbetsförmedlingens resurser.
- Man kan hitta information på Internet.
- Man kan få tillgång till information via nätverkskontakter.

Klienten bör engageras i samtliga dessa aktiviteter för att försäkra sig om att utgången av arbetssökningen blir lyckad. Att samtidigt använda sig av dessa resurser gör det möjligt för honom att komma fram till tillförlitliga slutsatser eftersom informationen från de olika resurserna bildar en helhet.

5.2 Vad är jobbsökning?

Att söka jobb är en av rådgivningsprocessens viktigaste åtgärder.

Eftersom en stor del av en arbetssökningskampanj lägger fokus på detaljer är det viktigt att se den som en helhet som syftar till att ge en överblick över hela processen. Det finns flera nyckelbegrepp som hjälper till att utveckla ett positivt, produktivt perspektiv om arbetssökning hos klienten:

- En effektiv arbetssökning är inte detsamma som att utföra en serie förutsägbara uppgifter. Trots att den typiska jobbsökningen består av markanta åtgärder använder sig alla klienter av sina personliga angreppspunkter och strategier. Det är viktigt att veta att det inte finns en vedertagen vetenskaplig metod för en effektiv jobbsökning eftersom en sådan består i att klienten aktivt deltar i en strategiskt varierad serie aktiviteter som utförs simultant.
- Att söka jobb är en process och inte ett evenemang. Klienten bör uppfatta jobbsökningen som en process. Den bör utföras under en väl tilltagen tidsperiod. Man bör gå in i processen med öppna ögon; det finns ingen anledning till självpåtagna deadlines.
- Klientens inställning till processen kommer att påverka utgången av den. Få klienten att fokusera på att hitta vägen till det idealiska jobbet, det som passar för hans intressen och förmågor, motsvarar hans karriärvärderingar och stämmer överens med hans personlighet. Han bör värdera alla sina karriärmöjligheter. Hur upplever han dem för tillfället och hur passar de in i hans livssituation?
- Det som betyder mest är klienten själv! Övertyga klienten om att det är han och ingen annan som spelar nyckelrollen för att han ska kunna nå den ultimata framgången. Få honom att känna sig betydelsefull genom att räkna upp hans meriter. Tillåt honom inte att slösa energi och tid på att jämföra sig själv med alla andra.

Hur utför man en effektiv jobbsökning?

Hur förberedd är klienten på att planera och utföra en effektiv jobbsökning? Effektiva arbetssökande måste vara både välinformerade och välutvecklade i fråga om att hitta det rätta jobbet. Det finns tre faktorer som måste uppfyllas för att jobbsökningen ska vara effektiv:

1. Den sökande måste förstå sig på arbetsmarknaden.
2. Hans jobbsökningskampanj måste vara välplanerad.
3. Han måste vara medveten om sina personliga mål och starka sidor.

Följande åtgärder vidtas under en effektiv jobbsökning:

Steg 1: Klienten måste uppskatta sitt egenvärde.

Klienten bör vara väl medveten om sina värderingar, intressen, starka sidor, meriter, erfarenheter och mål. Trots att självvärderingsprocessen är tidsödande ger den ovärderlig information som underlättar klientens yrkesval och övriga åtgärder i jobbsökningsprocessen. Det är till stor hjälp för klienten att vara medveten om sina personliga värderingar; det hjälper till att definiera hans mål med en framtida karriär och ger större tillfredsställelse i jobbsökningsprocessen.

Klientens intressen är nära relaterade till hans värderingar och utvecklingen av hans starka sidor. De identifieras som aktiviteter som består och håller stånd genom hela klientens liv. En annan nyckel till en effektiv jobbsökning är att hjälpa klienten att komma underfund med sina starka sidor. De mest gångbara starka sidorna är de som fungerar väl i ett stort antal arbetsmiljöer. Dessa sidor kallas allmänt överförbara sidor. Förmåga till effektivt skrivande, verbal kommunikation och ordbehandling/databashantering värderas högt både i den privata och offentliga sektorn. För detaljerad information om självvärdering och andra därtill relaterade metoder, se kapitel 3 i denna manual.

Steg 2: Upptäck utforska olika karriäralternativ:

Nästa steg i jobsökningsprocessen är att utforska matchningen mellan klientens starka sidor, intressen och värderingar å ena sidan och kraven på yrkesområde och organisation å den andra.

Steg 3: Välj först ett yrkesområde och sedan en ”målgrupp” bland arbetsgivarna.

Efter noggrann efterforskning om karriär/arbetsmöjligheter kommer en mängd yrkesområden att uppenbara sig som realistiska och attraktiva. Dessa alternativ kommer att bli mål för jobsökningen. Det är inte troligt att en enda karriärmöjlighet utnyttjar klientens starka sidor fullt ut, utvecklas i fullkomlig enighet med hans intressen eller införlivar ett värderingssystem som är till 100 procent identiskt med hans eget. Försök därför få honom att sikta in sig på en karriär där några av hans högst prioriterade behov tillfredsställs.

Stag 4: Planera och genomför en jobsökningskampanj.

Hjälp sedan klienten att komma fram till en målsättning i form av ett datum då han ska ha fått ett jobb, och besluta hur mycket tid han ska ägna åt att söka jobb. Några tror sig inte ha råd att ta tid ifrån sina studier eller krävande arbeten. Ju större antal kontakter och intervjuer klienten lyckas nå desto fler alternativ har han. Det är därför klokt att använda sig av ett flertal strategier.

5.3 Jobsökning och olika media

Innan man vänder klientens uppmärksamhet mot de olika jobsökningsmetoderna bör du kortfattat men noggrant presentera de olika tillämpningarna. Glöm inte att nämna de traditionella metoderna för jobsökning; ibland ringaktas de, men det kan ändå vara på sin plats att ge dem viss uppmärksamhet när man planerar en strategi. Uppmärksamma sedan de särskilda fördelarna med Internet i denna process.

Vi kan inleda med en presentation av massmedia. Medierna står inte utanför jobsökningsprocessen. De spelar i själva verket en viktig roll när relationen mellan klienten och den potentiella arbetsgivaren etableras.

Tidningar:

Skriftliga massmedier är nog den populäraste källan för de arbetssökande. De är en lättillgänglig och bekväm källa när det handlar om att hitta nödvändig information om olika arbetsmöjligheter.

Det första den arbetssökande bör göra är att försöka förstå sig på annonsens natur. Det innebär att man försöker tyda dess egentliga budskap. För det mesta är detta inte någon svår uppgift, men det finns tillfällen när annonsen innehåller falluckor som man måste se upp med. Generellt antyder man i annonsen vilken sorts företag som erbjuder jobbet och exakt vilken kompetens man är ute efter. De första antydningarna får man redan när man ser var annonsen har publicerats och hur den ser ut.

De tydligaste annonserna kommer från de pålitliga, gamla, etablerade företagen med säkra jobb. De är tryckta på ett sätt som gör dem lätta att hitta. Kontaktpersonen presenteras med

titel. Dessutom namnges avdelningen; specifika arbetsuppgifter anges liksom tydliga instruktioner om vilken sorts ansökan man föredrar. Nästan samma förutsättningar gäller vid vakanser i regeringskansliet eller andra officiella instanser. I deras annonser finns logotypen och inte sällan en liten faktaruta med information om organisationens specifika kännetecken.

När man ser en fantasifull annons med en prålig logotyp innebär det att företaget vill imponera på den arbetssökande. Detta betyder antingen att de gör bra ifrån sig eller att de inte står sig i konkurrensen.

Ibland upptäcker den arbetssökande en platsannons där han ombes skicka sin ansökan till ett boxnummer. De första frågorna som kan dyka upp är: "Vilka är de här människorna?" och "Vad har de att dölja?" Dessa frågor medför att en hel del tänkbara sökande helt enkelt förkastar möjligheten att söka sig till dessa företag.

Annonsens egentliga innebörd

Var speciellt uppmärksam på vikten av att förstå annonsens egentliga innebörd. Därför bör man som rådgivare förbereda och leta efter extra information från olika källor. Tala sedan om för klienten hur informationen i annonsen ska tolkas.

Kodfraser

När man presenterar annonsernas huvudsakliga innehåll för klienten bör man göra honom införstådd med de specifika kodfraserna.

Det är viktigt för klienten att bekanta sig med det för många annonsörer specifika skrivsättet. De har utvecklat ett kodsysteem som de tror att läsarna är för dumma för att förstå. I nedanstående lista återfinns några vanliga sådana kodfraser. Den antyder inte att de som använder sig av fraserna är ute efter att vilseleda klienterna. Här är några av de företeelser som den arbetssökande kan se som "krav".

- **Självstart:** Detta betyder att den sökande sliter som ett djur oavsett om han är den enda på kontoret som verkligen arbetar eller om han utför en tjänst med låg grundlön och provision.
- **God organisationsförmåga:** Det innebär oftast att man utför en hel del arkivering. Ibland används uttryck som "välorganiserad" eller "effektiv" som ersättning för "god organisationsförmåga".
- **Sinne för humor:** Detta kan antingen innebära att man kan ta det varje gång man öppnar lönekuvertet eller att arbetsgivaren är riktigt hemsk.
- **Entusiasm är viktigare än erfarenhet:** Detta innebär vanligtvis att man inte kan få någon inom sitt eget yrkesområde. I dessa fall är lönen ofta mycket låg "på grund av den sökandes bristande erfarenhet".
- **God initiativförmåga:** Undermeningen i denna kodfras är att den anställde stängs in för sig själv i ett litet rum där han förväntas röja undan allt befintligt arbete.
- **Låg tråkighetsfaktor:** Innebörden i denna fras är den rakt motsatta i förhållande till orden. Jobbet är så tråkigt att man anser det fascinerande att slå hål i papper efter en timmes arbete vid företaget.
- **God kommunikativ förmåga:** Klienten kommer sannolikt att arbeta på avdelningen för klagomål från kunder eller vid företagets support till kunderna.

- Njuter av utmaningar: *Utmaningen* kommer bestå av heltidsarbete, ibland utvidgat med övertid. När denna fras förekommer i annonsen är det speciellt viktigt att fästa uppmärksamhet på lönen.

Välj den bästa annonsen för det önskade jobbet.

Det är mycket viktigt att hjälpa klienten att välja ut den bästa annonsen. Men vad ingår i betydelsen av detta ”bästa”? Det kan tolkas på flera sätt och det inrymmer flera kännemärken beroende på vilken utgångspunkt man har.

För det första bör det bästa arbetstillfället innefatta högsta möjliga samstämmighet mellan klientens lämplighet å ena sidan och hans personliga mål å den andra. Detta betyder att han kommer att få visa upp sina specialiteter inom det mest eftertraktade yrkesområdet.

Det är samtidigt väsentligt att hitta det bästa företaget, ett företag där det råder säkerhet och där det inte förekommer tvetydig information i annonseringen. Det finns en kravlista som företaget bör uppfylla för att komma i fråga som tänkbar arbetsgivare. Skriv tydligt företagets namn och adress. Åtminstone bör kontaktpersonens namn eller faxnummer eller e-postadress vara tydligt skrivna i annonsen. Informationen om den vakanta tjänsten bör presenteras på ett enkelt, tydligt och rättframt sätt. Alla abstrakta och orealistiska erbjudanden om jobb bör förkastas som opålitliga.

5.4 Introduktion till olika jobbcenter

Jobbcentren assisterar klienten när han/hon letar efter ett jobb. Både tidningarna och jobbcentren gör sitt yttersta för att hitta lediga jobb. Det tycks vara mycket enkelt att be något jobbcenter att ordna fram det jobb som bäst stämmer överens med klientens kriterier. Tyvärr är det inte så enkelt.

Det kan vara till stor hjälp att skriva in sig vid ett jobbcenter när man söker ett nytt jobb. Det kan naturligtvis hända att de inte har något passande jobb, men det märker man snart. Generellt ska jobbcentret inte ge klienten ett jobb. Däremot händer det ofta att de rekommenderar honom att lägga in sitt CV i en speciell databas dit arbetsgivare vänder sig för att hitta lämpliga personer för vakanta tjänster.

Klienten bör inte enbart förlita sig på jobbcentret; han bör också söka andra infallsvinklar i sin jakt på ett jobb. Det är alltid en tillgång att bli rekommenderad ett företag av en vän eller kollega. Man bör vända sig till flera center, helst sådana som har specialiserat sig inom det yrkesområde som är av intresse.

Klienten bör kontakta centret innan han skickar in sitt CV eftersom oömbedda CVs mycket väl kan hamna i papperskorgen. Det är definitivt en fördel att gå till centret; de bästa bjuder ofta in klienten till ett besök. Om de är specialister inom det önskvärda yrkesområdet bör de kunna ge *inside information* om läget på marknaden.

Det finns i stort sett tre slags jobbcenter:

- Arbetsförmedlingar.
- Vikarieförmedlingar.
- Rekryteringsföretag.

Arbetsförmedlingen:

Arbetsförmedlingen är ofta det mest seriösa jobbcentret. Hur ser det ut där? Praktiskt taget kommer klienten att upptäcka långa rader av anslagstavlor med jobb inom olika områden. På samtliga tavlor finns ett antal kort med allmän information om lediga platser. Oftast handlar denna information om arbetstid, lön och de kvalifikationer som krävs.

Det finns också specialiserade statliga arbetsförmedlingar med regionkontor där den arbetslöse registreras och stämplar när han söker jobb.

Vikarieförmedlingar:

Klienten skriver in sig och förmedlingen finner att han arbetar för arbetsgivare som är i behov av deltids- eller tillfällighetsanställda. Lönen är vanligtvis inte hög. Den statliga minimilönen överskrids inte om det inte föreligger speciella omständigheter eller om klienten inte är inskriven vid en specialistförmedling.

Om klienten har yrkeskompetens eller är kvalificerad är det värt att vara inskriven vid en vikarieförmedling eftersom en potentiell arbetsgivare som behöver nyanställa vänder sig till dem så snart de har konsulterat sina personliga kontakter.

Rekryteringsföretag:

Generellt sett använder sig rekryteringsföretagen av två huvudsakliga arbetsmetoder. Enligt den första lägger klienten in sitt CV i en databas och letar efter den anställning som bäst motsvarar hans kvalifikationer och anspråk. När en lämplig vakans uppenbarar sig informerar rekryteringsföretaget den arbetssökande.

Enligt den andra metoden vänder sig arbetsgivaren först till rekryteringsföretaget för att hitta någon lämplig kandidat för den aktuella tjänsten. Rekryteringsföretaget utför sökningen och erbjuder arbetsgivaren en lista över de kandidater som har sökt tjänsten i fråga.

Det finns välkända etablerade rekryteringsföretag som gör sitt bästa för att utveckla bästa tänkbara paket med tjänster till sina klienter (företag). Efter att ha sammanställt en lista med lämpliga kandidater brukar rekryteringsföretaget göra en första gallring för att få fram den lämpligaste för anställningen. Kandidaterna intervjuas och utför olika tester som kontrollerar deras förmågor. På så sätt kommer endast de lämpligaste kandidaterna i kontakt med företaget som behöver anställa.

Vissa rekryteringsföretag erbjuder hundratals lockande möjligheter, men när den arbetssökande har skrivit in sig upptäcker han snart att de inte är någonting för honom. Då frågar han sig själv hur det kan komma sig. Svaret är att dessa företag får provision av de potentiella arbetsgivarna för att hitta anställda, och en del av annonserna är till för att locka arbetsgivarna.

I själva verket är det en viktig del i jobbsökningsprocessen att hitta lämpligast tänkbara jobbcenter. Man bör kontrollera dem noga, och den arbetssökande bör ha en god känsla för det center han väljer att vända sig till.

En viktig frågeställning om arbetscentren rör deras vinstintresse. När klienten vänder sig till ett jobbcenter bör han vara medveten om att ett av deras huvudsakliga mål är att tjäna pengar och öka sin vinst. De respektabla och professionella centren har infört den långsiktiga strategin att ju bättre de tar hand om klienten desto längre stannar han kvar i verksamheten. Å andra sidan finns det center som inte bryr sig ett dugg om hur länge klienten stannar i verksamheten så länge han bidrar med att dra in massor med pengar.

Med allt detta i minnet är det viktigt att yrkesrådgivaren kan hjälpa klienten att hitta rätt jobbcenter. Detta är en svår uppgift som kräver ingående förberedelser. Dessa består antingen i att man förbereder en lista med pålitliga och erfarna center eller ger klienten en lista med krav som centret bör uppfylla för att rekommenderas som det lämpligaste.

Om klienten bestämmer sig för att anlita ett jobbcenter bör man som rådgivare rekommendera honom att hålla sig till dessa riktlinjer:

- Använd dig av jobbcenter enbart som en del i jobbsökningsprocessen. Eftersom chansen är liten att du lyckas tack vare centren bör de kombineras med andra alternativ.
- Inse att jobbcentrens tjänster i första hand riktar sig till dem som betalar deras räkningar: *arbetsgivarna!* Detta innebär att man inom centret inte nödvändigtvis koncentrerar sig på att placera klienten i den tjänst han är mest lämpad för.
- Försök få kontakt med den bäst ansedda personen inom centret. Om kontaktpersonen vid centret anser att klienten är samvetsgrann är det sannolikt att han har honom i åtanke när det dyker upp en lämplig sysselsättning.

5.5 Internet

- Att förklara fördelarna med Internet.

Beskriv för klienten vilka fördelar som finns med att använda Internet i jobbsökningen. Det kan vara ett ovärderligt redskap när det gäller att göra efterforskningar. På Internet är informationen väldigt lättillgänglig, varför klienten bör tänka på att inte samla på sig för mycket. Du bör dock tänka på att det inte är bra om klienten surfar för mycket på Internet. Påminn honom också om att informationen, trots att den är nästan obegränsad, varierar betänkligt avseende kvalitet.

De stora antalet sökmotorer är kanske det effektivaste verktyget när man söker jobb via Internet. De ger tillträde till informationssamlingar och register. Resurserna som är till för jobbsökning på Internet består av värdefulla karriärsiter, jobblistor, elektroniska annonser och företagens hemsidor.

Det finns olika tekniker för att söka jobb med hjälp av sökmototer. Bland dessa kan dessa båda nämnas:

1. **Efterforskning via sökmotor.** I inledningsskedet av en efterforskning på Internet är sökmotorerna ett mycket effektivt redskap. Därigenom kan klienten inte enbart komma i kontakt med företag som han redan kände till utan också med företag och jobb vars existens han inte alls kände till. Använd i första hand sökmototerna för att samla in mer information om företag som klienten redan känner till. Denna sökning kan inledas med företagsnamnet. Klicka dig sedan fram till den hemsida där den eftersökta informationen finns. Kom ihåg att många företag på sin hemsida har en lista med lediga jobb. Där har du ett utmärkt redskap för att hitta de bästa möjligheterna för klienten. Många företag har också länkar till gymnasieskolors och högskolors hemsidor. Där får du information om vilken utbildning som krävs för att en anställning ska vara aktuell. Sedan kan sökningen utvidgas. Klicka först på kategoriraden med företagsnamnet. Detta utvidgar sökningen till andra företag inom samma bransch.
2. **Nyckelord på sökmotorn.** Efter att sökningen efter specifika arbetsgivare har avslutats kan klienten återvända till sökmotorn och genomföra en sökning med hjälp av nyckelord. Om han till exempel söker anställning som lärare i Berlin gör han en sökning på orden "Lärare Berlin". Denna sökning leder honom till en lista med alla hemsidor där dessa ord ingår. Det kan vara produktsidor lika väl som pressmeddelanden. Det mest sannolika alternativet är dock lediga jobb. Detta kan leda klienten till en arbetsgivare som han annars inte skulle ha upptäckt.

E-posten (den elektroniska posten) är en annan fördel med Internet. Tack vare detta system kan ett meddelande skickas till olika platser i världen på några sekunder. Om klienten har en e-postadress ligger han steget före de arbetsökande som inte har någon. Den underlättar kontakten med eventuella arbetsgivare, gör det möjligt att skicka sitt CV och personliga brev mycket snabbare än via de "vanliga" kommunikationskanalerna.

Sökning:

- Efterforskning. Detta är det område där Internet är mest överlägset alla andra kanaler. Som rådgivare bör man nogsamt rekommendera klienten att ta fördel av denna möjlighet att så snabbt och enkelt som möjligt samla information. Det finns flera fördelar med att göra efterforskningar via Internet. Också mindre företag och organisationer har en egen hemsida. De har huvudsakligen upprättats i försäljningssyfte, men många av dem har också historik om företaget och i vissa fall en lista med vakanta tjänster. Det andra användbara området består av skriftliga medias hemsidor. Nästan alla lokala, regionala och statliga tidningar har en elektronisk version. Några av de statliga tillhandahåller en databas med lediga jobb.
- Rådgivning. Internet används med framgång för att sprida information om alla sorters rådgivning. Precis som i verkliga livet varierar rådgivningens kvalitet. Klienten bör få vetskap om samtliga rådgivningstjänster på Internet, men han bör samtidigt vara medveten om att han bör vara sparsam med att använda dem. De bästa webbplatserna för tillförlitlig och gratis yrkesrådgivning är de större universitetens. På Internet finns speciella karriärrådgivningscenter som ger klienten information och professionella råd och rekommendationer.

Virtual Career Center (VCC) är ett mycket bra exempel på hur man kan använda sig av e-rådgivning och e-inläring (www.careercenteronline.org). VCC har utvecklats inom ramen för DYCS-projektet. På denna webbplats finns värdefull information om hur man kan använda sig av ny IT inom karriärutvecklingen. Den är i första hand till för ungdomar som håller på att bygga upp sin karriär, men den kan också användas av yrkesrådgivare och utbildare vid center för karriärutveckling.

VCC består av flera avsnitt: "E-rådgivning", "E-utbildning" och "Resurser". Det finns ett speciellt utbildningscenter där användaren kan göra framsteg inom alla viktiga områden som ingår i processen som leder fram till att klienten börjar på ett jobb: självvärdering, jobsökning, ansökan, intervju och den nya arbetsplatsen. Dessa moduler innehåller inte enbart teori utan också effektiva övningar för användaren. Därigenom kan han på ett enkelt och intressant sätt ta till sig den kompetens han behöver för att kunna genomföra en effektiv jobsökningskampanj.

Erbjudanden: När klienten söker ett specifikt jobb kan Internet vara tämligen förvirrande. Han bör ta det väldigt försiktigt så att inte mediets mångfald leder till enkel jobb jakt. Det finns i själva verket för många vakanser eller "erbjudanden" att titta på.

Ibland räcker det inte ens med att sortera bort erbjudanden i den lavin som finns för att minska klientens förvirring. Man bör också vara medveten om att vissa siter ger exakt samma information. För vissa företag tycks det vara acceptabelt att klippa ut informationslistor från andras hemsidor och klistra in dem på sin egen.

Man bör också tänka på att en hel del vakanser hinner tillsättas innan siterna uppdateras.

Sökmotorer:

En sökmotor är ett program på Internet som letar efter information inom ett ämne som användaren bestämmer. Det finns hundratals sådana siter, men de bästa av dem länkas ihop med andra sidor för att få fram den begärda informationen.

Vanligtvis skriver klienten in ett eller flera nyckelord i en liten ruta varefter sökmotorn kilar runt ett par sekunder innan en träfflista visas på skärmen. På listan visas de webbsidor där nyckelorden finns. Alla dessa sidor är naturligtvis inte av intresse för klienten. Hjälpmenyn som följer med alla sökmotorer kan ge råd om hur klienten kan ge uttryck åt vad han är ute efter.

Vissa sidor erbjuder klienten att posta sitt CV hos dem varefter den matchas mot en idealisk arbetsgivare. I teorin är detta en fantastisk idé. I praktiken bör dock klienten tänka på att han bara är en av de tusentals eller kanske miljontals användare som sitter hemma och hoppas att "drömjobbet" en dag ska poppa upp i inkorgen. Ja, även om det blir så ibland handlar det inte om jobsökning utan om jobbförhoppningar.

Nätverk:

Detta är en annan styrka med Internet. Om klienten är intresserad av ett visst jobb. Kan han vända sig till någon av de tusentals nyhetsgrupper, mailinglistor och forum som täcker in alla tänkbara infallsvinklar. På så sätt finns möjligheten inte bara till efterforskning av information utan också att ta kontakt med andra med samma intressen. Det finns ingen ände på

möjligheterna att ta till sig smart information, prata med människor och be om råd. Smartast av dem alla är just nyhetsgrupper, mailinglistor och forum. Nyhetsgrupperna tillhandahåller inte nödvändigtvis senaste nytt. Där finns en lista med alla tänkbara ämnen och en grupp människor som finns där för att göra det möjligt för användarna att framföra sina åsikter, ställa frågor, dela med sig av information, etc. Innebörden av de båda andra termerna framgår av själva termerna och bör därför inte vara alltför svåra att förstå.

- Hur väljer man den bästa jobbsiten?

Glöm inte att delge klienten ”de kritiska kriterierna” innan du meddelar honom vilken jobbsite som är den bästa. Med tanke på att det finns hundratusentals webbsidor om jobb är det rimligt att anta att alla inte är lika bra. Om klienten gör rätt val från början tar det kortare tid mot slutet av processen. Han kan dessutom tillbringa mindre tid med att sortera bort så kallade ”skräpmejl” eller spam.

Här följer en lista med frågor som kan hjälpa klienten att komma fram till vilken sida som är den bästa.

1. Kostar det något att komma i kontakt med lämpliga jobb? Det är väldigt sällsynt att klienten betalar för information om jobb på eller utanför Internet. Generellt kan man hitta en annan sida om den ena är belagt med avgifter. Några siter för ”ledare” tar avgifter. Leta i så fall efter skriftliga garantier för jobbmöjligheternas kvalitet och exklusivitet samt referenser från nöjda klienter innan du betalar.
2. Behöver klienten registrera någon profil innan han söker jobb? Var misstänksam mot alla siter som inte tillåter någon att söka jobb innan han har lagt in en profil. Detta höjer en stor röd varningsflagga för att sidan inte är speciellt intresserad av att hjälpa klienten att hitta ett jobb, speciellt om den saknar en utrymmespolicy om hur informationen behandlas. När han hittar en sida där man lägger in en profil bör han ge så få kontaktmöjligheter som möjligt.
3. Är sidan lätthanterlig? Den arbetsökande bör på ett enkelt sätt kunna söka de jobb han är intresserad av genom att specificera med nyckelord eller någon annan metod. Sidans instruktioner bör vara lätta att följa för en ovan användare. Om klienten känner sig obekvämd med en sida bör han inte använda den, oavsett hur ”känd” eller rekommenderad den är.
4. Fungerar siten som den ska, till exempel sökningen? Om klienten till exempel söker jobb i London bör siten kunna ge information om lediga jobb i Londonområdet, om det finns några.
5. Har siten de jobb som efterfrågas avseende yrkesområde, arbetsgivare och vistelseort? Sidans namn bör visa hur användbar den är i just denna jobbsökning. Vanligtvis kan man söka jobb i en viss ort. Den eftersökta orten finns inte med på siten om det inte finns minst ett ledigt jobb där, men det finns undantag. På många siter kan man också använda arbetsgivarens namn som nyckelord. Man kan också i många fall söka på position i företaget.

6. Är jobben ”färska” eller gamla? Undersök och skumma igenom jobblistorna. Har jobbet något anställningsdatum? Har tjänsten nyligen blivit ledig? Man bör vara lite misstänksam om det inte finns något anställningsdatum för tjänsten eller om den tillsätts ”idag”. Ett jobberbjudande från förra veckan, förra månaden eller rent av förra kvartalet kan fortfarande vara otillsatt och det rätta för klienten. I samband med information om lön brukar det anges hur länge erbjudandet om det aktuella jobbet gäller. Den vanliga varaktigheten på ett erbjudande är antingen 30 eller 60 dagar vilket klienten bör observera den dag han ser erbjudandet.
7. Har siden ett egenutrymme som är ”jobsökningsvänligt”? Förklara för klienten att han alltid bör leta efter en policy för egenutrymme och läsa igenom den innan han registrerar sig på en jobbsite. Av denna policy ska det framgå vilken information som siden kräver och vad man ska ha den till.
8. Är de flesta jobb som erbjuds av arbetsgivare på deras egna villkor? Generellt är det fördelaktigt med jobb som erbjuds direkt av arbetsgivaren eftersom den arbetssökande då kommer i direkt kontakt med den/dem som kan tänkas anställa honom. Om den potentiella arbetsgivaren får klientens ansökningshandlingar via ett jobbcenter innebär detta att klienten hamnar i underläge gentemot dem som skickar ansökan själva. Det blir dyrare att anställa någon som kommer via ett jobbcenter trots att han har exakt samma lön som den som på egen hand skickar in sin ansökan. Orsaken till detta är att centret tar betalt för sin rekrytering. Med tanke på detta är det alltså mer sannolikt att den direkt sökande blir anställd än att den som söker via ett jobbcenter blir det. Det är naturligtvis inte alltid möjligt att arbeta direkt med arbetsgivaren eftersom vissa arbetsgivare föredrar anonymitet av konkurrensskäl medan andra inte har personalresurser för ett sådant tillvägagångssätt.

För att sammanfatta kapitlet kan det påpekas att jobsökningen är ett väsentligt inslag i den process där rådgivaren stöder klientens jakt på det bästa tänkbara jobbet. Rådgivaren förser klienten med lämpliga informationsresurser samt praktiska och teoretiska exempel och råd. På så sätt blir klienten väl medveten om de företag som förmedlar jobb och arbetsmarknadspolitiska åtgärder samt de tidningar och webbsidor som erbjuder jobb i den region där de arbetar. Därefter kan klienten gå vidare till nästa steg i processen: själva ansökan som behandlas i nästa kapitel.

En lista med lämpliga sökmotorer för karriärutveckling och utbildning, webbsidor om jobsökning, e-rådgivning och mycket annat återfinns i avsnittet ”resources” under ”Virtual Career Center” på www.careercenteronline.org.

KÄLLOR

Gort, A. H. *Job-hunting*. Harper Collins Publishers, 2000: Ken Lawson, Martin Yate (Foreword).

Guide to managing your career. A Dorling Kiundersley book, 2000.

www.collegerecruiter.com

www.myjobsearch.com.

www.bradleycvs.co.uk.

www.people-on.com.

www.job-hunt.org.

www.collegeview.com.

www.collegegrad.com/jobsearch

6 Att söka jobb

Författare: Emanela Atzorri, Marcella Melis.

Man brukar säga att det är ett riktigt hästjobb att söka jobb. Hur kan det vara så? Det är lika energi- och tidskrävande som vilket jobb som helst. Dessutom kräver det, liksom andra aktiviteter, att man använder sig av nyttiga redskap och strategier för att resultatet ska bli så bra som möjligt.

I det här läget blir klienten medveten om sin egen profil vad avser motivation och inställning eftersom han har guidats i riktning mot en strategi som förhoppningsvis ger goda professionella resultat.

Detta kapitel är avsett att leda klienten till handling, en handling som är avsedd att förverkliga klientens karriärplaner. Här presenteras en syntetisk karta över de vägar som leder klienten in på arbetsmarknaden; presenterar några möjligheter att kontakta en potentiell arbetsgivare; ger information och tips om hur man skriver ett effektivt CV (med tonvikten lagd på det europeiska formatet) och ett personligt brev.

I föregående kapitel visade vi att det finns ett stort antal informationsresurser som skiljer sig från varandra avseende innehåll och format. Det finns dock många vakanser som aldrig dyker upp i tidningar eller andra forum för platsannonser. I sådana fall eller helt enkelt för att motivera klienten att söka sig en ny anställning är det viktigt att ge honom rådet att ta direkt kontakt med arbetsgivaren.

Även om den potentiella arbetsgivaren inte har annonserat om något jobb kan direkt kontakt antyda ett äkta intresse eller en attityd som går ut på att man siktar högt. Tyvärr kan denna process vara tämligen långvarig, tids och energikrävande och inte alltid framgångsrik. För att undvika att skapa frustration hos klienten och inge honom falska förhoppningar är det därför av stor vikt att informera honom om dess för- och nackdelar.

Ett första steg, eller snarare en grundförutsättning, om klienten avser att ta direkt kontakt är att han gör efterforskningar om företaget i fråga. Detta är till stor hjälp när han ska formulera bra frågor och göra ett gott intryck i största allmänhet. När klienten sedan har insett vikten av att förstå sin kontaktperson bör rådgivaren informera honom om de olika kontaktmöjligheter han har.

Personlig kommunikation:

Om klienten bestämmer sig för att personligen besöka en potentiell arbetsgivare är det viktigt att få honom att tänka på följande:

- Att visa sig ren och välklädd (mer eller mindre formellt i enlighet med den stil som kännetecknar företaget).
- Att be att få prata med företagets personalchef.
- Att lyssna noga på vad som sägs och hur det sägs. Därigenom får han en tydlig bild av arbetsgivarens behov och förväntningar.
- Att ställa frågor om vakanser och eventuella arbetsmöjligheter i företaget efter att han har presenterat sig.

- Att vara förberedd på en intervju eller att visa upp en CV eller sammanställning av meriter.
- Dra några kopior på de viktigaste dokumenten. Be företaget att behålla en kopia för framtida bruk om det för tillfället inte finns några arbetsmöjligheter.
- Att tacka den person du har pratat med och visa sin uppskattning för att han/hon har gett honom en del av sin tid.

Telefonkontakt:

Det händer ofta att man som arbetssökande ringer en arbetsgivare eller att arbetsgivaren ringer honom. I det första fallet kan klienten svara på en annons, försöka få en tid för en intervju eller beställa en ansökningsblankett. I det andra fallet kan det hända att arbetsgivaren vill kontrollera några specifika förmågor hos klienten som ett slags urvalstest, till exempel språkkunskaper. I båda fallen gäller det att träna upp klienten så att han använder telefonen på bästa sätt. I denna lista finns några tips som rådgivaren bör tänka på när han tränar upp klienten.

- Om han ringer från sin privata telefon, få honom att försäkra sig om att han ringer från ett tyst och lugnt rum där ingenting kan avbryta konversationen. Om han ringer från en offentlig telefon är det viktigt att han befinner sig på en lugn plats och har tillräckligt med pengar så att inte samtalet avbryts.
- Påminn honom att ha papper och penna till hands så att han kan anteckna utan att behöva avbryta konversationen för att hämta detta material.
- Det kan vara en fördel att ha sitt CV till hands och också en almanacka där han kan notera ett datum.
- Generellt är det en bra idé att skriva ner nyckelfrågor före samtalet.
- Få klienten att ringa vid lämpliga tider. Han bör undvika att ringa vid lunchtid. Måndagmorgnar och fredagseftermiddagar är inte heller lämpliga eftersom arbetsgivaren kan ha rast eller sluta tidigare då.
- Klienten förväntas presentera sig med namn och ärende.
- Om det för tillfället inte finns något arbetstillfälle kan klienten fråga arbetsgivaren om ett annat förslag, skicka sitt CV eller höra sig för när det uppstår en vakans i företaget.
- Det är viktigt att klienten visar en positiv inställning också när svaret är ”nej”. Han bör inte ge upp eller, vilket är ännu värre, insistera för mycket.

Det finns också några allmänna regler för telefonkonversation, som det är viktigt att påminna klienten om:

- Avbryt aldrig arbetsgivaren.
- Undvik att röka, dricka eller äta under samtalet.
- Tacka alltid kontaktpersonen vid företaget för hans/hennes tid.
- Respektera det som sägs under samtalet och skicka en kopia av ditt CV eller ett tackbrev kort efteråt.

Skriftlig kontakt:

Att skriva till en tänkbar arbetsgivare är troligen det vanligaste kommunikationsmedlet för en arbetssökande. Det kan ske som svar på en annons och på eget initiativ. I båda fallen rekommenderas ett personligt brev (se avsnitt 6.2 nedan). Meddela klienten att ett brev ofta

fungerar bra när man skickar en ansökan till ett företag med nations- eller världsomspännande verksamhet. På så sätt får man veta vad som eftersöks och var det eftersöks.

Det finns också några allmänna råd som man bör ge klienten:

- Börja alltid med ett utkast.
- Brevet ska alltid vara koncist och tydligt formulerat vad avser klientens ärende.
- Grammatik och stavning bör kontrolleras och dubbelkontrolleras.
- Undvik att använda för många källor och stilar.
- Ange alltid en fullständig adress där du kan nås.
- Brevet måste undertecknas av klienten.
- Skriv ut brevet på papper av god kvalitet.
- Ett bra brev är ett sådant som klienten är nöjd med.
- Brevet ska alltid skraddarsys efter den befattning som söks.
- Spara en kopia av brevet.
- Glöm aldrig att skicka bilagor om sådana omnämns i brevet.

E-post:

Nu för tiden föredrar många företag att man skickar sitt CV och andra ansökningshandlingar via Internet.

Generellt gäller här samma regler som när man skickar en skriftlig ansökan (se ovan). Ändå medför dock några ytterligare instruktioner som rådgivaren bör delge klienten:

- Texten bör vara möjlig att överföra mellan olika program. Det är därför viktigt att man skickar texten i text- eller ASCIIformat. Man bör dessutom undvika att spara den senaste versionen i det program som har använts.
- Det är viktigt att ha nyckelord i texten eftersom skriptet troligen kommer att lagras och sökas med hjälp av dessa.
- Om man skickar dokumentet via e-post är det viktigt att man undviker att använda sig av mailinglistor och i stället skickar det exklusivt.
- Klienten rekommenderas att skicka texten i själva meddelandet. Bifogade filer kan vara svåra att upptäcka.
- Spara alltid en elektronisk eller utskriven kopia av den text som har skickats.

6.1 CV

Ett flertal dokument benämns delvis med det latinska ordet *curriculum* (*curriculum vitae*, *curriculum studiorum*, *yrkescurriculum*, etc.). I dessa dokument avslöjas klientens utbildning, arbetslivserfarenhet och övriga meriter. Trots att många har försökt införa ett standardformat för dessa dokument finns än så länge inget universalformat.

Ett CV kan generellt sägas innehålla:

- Personuppgifter.
- Förmågor, sammanfattning av karriären.
- Utbildning och andra kvalifikationer.
- Arbetslivserfarenhet.

De huvudsakliga syftena med ett CV är:

- Att presentera sig.
- Att dela med sig av sina kunskaper.
- Att sammanfatta relevant information.

I denna manual tipsas klienten om hur man kan skapa ett CV med hjälp av en modell. I denna modell visas hur texten ska se ut, hur informationen bör formateras och hur de viktigaste inslagen illustreras.

Trots att de standardiserade dokumentens i praktiken är mycket användbara är de begränsade när det gäller att tillgodose såväl klientens som arbetsgivarens behov. Det är därför av stor vikt att påminna klienten om att det som rådgivaren visar upp endast är en mall som måste utvecklas ytterligare och skräddarsys till de specifika ändamålen.

Rådgivaren bör också tänka på att välja en modell som är lämplig för klienten och hans specialområden. Vissa format kräver specialkunskaper för att kunna utnyttjas fullt ut; andra kräver erfarenhet (yrkesmän, studenter och så vidare). I detta avsnitt presenteras två format: Det europeiska formatet och ett standardiserat format.

Det europeiska CV-formatet:

Man bör vara väl införstådd med det huvudsakliga innehållet i och kraven på ett europeiskt CV. Det är också bra att hålla sig ajour med hur det utvecklas så att klienten kommer i kontakt med den färskaste varianten. Här följer en kortfattad historik om ursprungsidén och anledningen till att en europeisk standard har utvecklats.

När Europarådet uppstod i Lissabon (och sedermera Barcelona) betonades vikten av att ta krafttag för att göra det lättare för medborgare i europeiska länder att skaffa sig utbildning och anställning i Europa. Trots att EU-medborgare har laglig rätt att studera var som helst inom unionen finns det fortfarande många praktiska hinder som bör undanröjas för att effektivisera denna frihet. En grundläggande förutsättning är att kunna omvandla sina kvalifikationer till motsvarigheter i andra europeiska länder. Det europeiska CV-formatet är ett viktigt redskap för att åstadkomma detta. Det skapades i samråd mellan regeringar, arbetsgivare och fackföreningar för att användas i klientens hemland och utomlands. Detta sker på frivillig basis och man kan antingen använda sig av en pappers- eller elektronisk version.

Eftersom det europeiska CV-formatet är en produkt av en större strategi är det möjligt att kombinera det med andra certifikat, till exempel tillträde till högskole- och yrkesutbildningar och Europasset. Det kan också användas i databaser för arbetsgivare och arbetssökande, till exempel Eures.

I det stora hela är det europeiska CV-formatet ett enkelt och logiskt redskap. Det finns dock några delar och uttryck som behöver en utförlig förklaring för att klienten utan problem ska kunna använda sig av det. Därför består detta avsnitt av en kopia av ett europeiskt CV samt instruktioner om hur det ska användas. Dessa dokument finns översatta till 13 språk på Internet: www.cedefop.eu.int/transparency/cv.asp.

Europeiskt CV-FORMAT

PERSONUPPGIFTER

Namn: Efternamn och andra namn.

Adress: Husnummer, gatunamn, påstnummer, stad, land.

Telefon:

Fax:

E-post:

Nationalitet:

Födelsedatum: Dag, månad, år.

ARBETSLIVSERFARENHET

Datum (från – till) Skapa en separat post för samtliga relevanta anställningar. Börja med den senaste.

Arbetsgivarens namn och adress:

Verksamhetstyp:

Befattning inom företaget:

Huvudsaklig sysselsättning/ansvarsområde:

UTBILDNING

Datum (från – till) Skapa en separat post för samtliga relevanta kurser. Börja med den senaste genomförda.

Utbildningsanordnarens namn och organisationstyp:

Utbildningens huvudsakliga ämne:

Ger yrkeskunskaper som:

Erhållna kvalifikationer:

Utbildningsnivå:

PERSONLIGA FÖRMÅGOR OCH KUNSKAPER

Erhållna under livets och karriärens gång, men inte nödvändigtvis med ett certifikat eller diplom som belöning.

Modersmål:

Andra språk:

Kunskaper i läsning: Mycket bra, bra, mindre bra.

Kunskaper i skrivning: Mycket bra, bra, mindre bra.

Verbal förmåga: Mycket bra, bra, mindre bra.

Social kompetens: Förmåga att samarbeta med andra i en flerkulturell miljö, i en befattning där kommunikation är ett väsentligt inslag och i situationer där lagarbete är att föredra, till exempel sport. Beskriv denna kompetens och hur du fick den.

Organisationsförmåga: Koordinering och administration av människor, projekt och budgetar på arbetet, i frivilligarbete (till exempel sport) och hemma. Beskriv denna förmåga och hur den erhöles.

Teknisk kompetens: Datorer specialutrustning, maskiner, etc. Beskriv denna kompetens och hur den erhöles.

Artistisk kompetens: Musik, skrivning, design, etc. Beskriv denna kompetens och hur den erhöles.

Annan kompetens som inte har nämnts ovan. Beskriv den och hur den erhöles.

Körkort:

ÖVRIG INFORMATION

Lägg här till all information som kan verka relevant, till exempel kontaktpersoner, referenser, etc.

BILAGOR

Avsluta ditt CV med alla relevanta bilagor.

DETALJINFORMATION OM HUR klienten FYLLER I OCH KOMPLETTERAR DETTA CV

PERSONUPPGIFTER

Se till att klienten fyller i följande:

- Namn: Efternamn och andra namn, till exempel Smith, John, Andrew. Om han/hon har mer än ett förnamn bör tilltalsnamnet fyllas i först.
- Fullständig postadress, till exempel 12, High Street, Newton, 1212 334. Han/hon bör tydligt anteckna en adress där han/hon snabbt och enkelt kan nås. Om den permanenta adressen inte är densamma som den där han/hon för tillfället bor bör båda adresserna fyllas i samt noggranna tidsangivelser för när man kan nå honom/henne på respektive adress. Ordningen för inslagen i en adress varierar mellan olika länder. Rekommendera klienten att följa den praxis som råder i hemlandet. Det gäller att inte glömma landskoden om man söker jobb utomlands (se exempel-CV 2). I Irland, UK och Nederländerna skriver man hela landsnamnet i stället för en kod, till exempel Dublin 2, Ireland. För ytterligare detaljer, konsultera the Inter-institutional style guide som finns på Internet: www.eur-op.eu.int/code/en/en-cover.htm.
- Telefon: Fullständigt telefonnummer; om det är nödvändigt också tider då klienten enklast kan nås. Om klienten skickar sitt CV utomlands måste landets prefix samt riktnummer anges inom parentes. Dessa båda bör förenas med ett bindestreck. Ett Västeråsnummer skrivs alltså: (46-21) 13 90 13. Huvuddelen av ett telefonnummer grupperas alltså i grupper om två. Det enda undantaget utgörs av den första gruppen i ett nummer med udda antal siffror. I sådana fall består den första gruppen av tre siffror, till exempel (46-21) 360 44 44. Ytterligare information finns på Internet: www.eur-op.eu.int/code/en/en-cover.htm.
- Fax: Här gäller samma regler som vid telefonsamtal (se föregående punkt).
- E-post: Skriv ut den fullständiga e-postadressen.
- Nationalitet: Fyll i denna, till exempel svensk.
- Födelsedatum: Fyll i detta enligt följande standard: 04.11.1974 (den 4 november 1974).

ARBETSLIVSERFARENHET

Under denna rubrik bör klienten lägga in en post var för relevanta anställningar och börja med den senaste.

Gör klienten uppmärksam på följande detaljer:

- Han/hon bör i första hand inrikta sig på tidigare anställningar som ökar ansökans attraktionskraft. Klienten bör inte bortse från erfarenhet eftersom den kan räknas som en tillgång även om den inte direkt har någonting att göra med det jobb han söker. Ett exempel på detta är att man bör ta med arbetserfarenhet från utlandet om man söker ett jobb som bygger på att söka kontakt med andra.
- Om klienten söker jobb för första gången bör rådgivaren påminna honom om att nämna praktikplatser eftersom de utgör hans första kontakter med arbetslivet.
- Ge klienten rådet att göra ändringar i tabellen med hjälp av kommandona ”klipp” och ”klistra” så många gånger som behövs. För att radera en rubrik bör han använda sig av kommandona i ordbehandlingsprogrammets tabellmeny.

- Datum (från – till): Klienten bör ta med detta för att visa hur länge han har haft jobbet, till exempel mars 1994 till december 1999.
- Arbetsgivarens namn och adress: Här bör nämnas företagets namn och adress, liksom telefon, fax, e-postadress och hemsida.
- Verksamhetstyp: Beskriv verksamhetens natur och inriktning, till exempel transport och logistik, tillverkning av reservdelar till motordrivna fordon.
- Anställning: Ange klientens titel och befattning.
- Huvudsaklig aktivitet och ansvarsområde: Fyll i klientens huvudsakliga sysselsättning och ansvarsområde. Om det är nödvändigt fyller du också i den procentuella del av arbetstiden som klienten ägnar olika aktiviteter.

UTBILDNING

Lägg in en ny post för varje kvalificerande kurs som klienten har fullföljt; börja med den senaste.

Gör klienten uppmärksam på följande:

- Han/hon behöver inte visa samtliga genomförda kurser. Det är till exempel inte nödvändigt att ta med grundskolan om man har en examen vid en högskola/universitet.
- Be honom/henne lägga tonvikten på de utbildningar som är meriterande för en ansökan.
- Ge klienten rådet att göra ändringar i tabellen med hjälp av kommandona ”klipp” och ”klistra” så många gånger som behövs.
- Datum (från – till): Här bör klienten fylla i kursens start- och slutdatum för att visa hur långvarig den är.
- Utbildningsanordnarens namn och adress: Här bör klienten fylla i namn och (om det behövs) också adressen till utbildningsanordnaren. I vissa fall kan det också vara på sin plats att nämna institutionen.
- Huvudsakligt ämne/leder till kvalifikation som: Här sammanfattar klienten de ämnen och yrkeskunskaper som han har fått under sin utbildningstid. Gruppera dem för säkerhets skull, till exempel:
 - Allmänna: Svenska språket, främmande språk (engelska och tyska).
 - Yrkeskunskaper: Översättning.
 - Fysisk utbildning och idrott.

Notera: Kombinerar inslag och lägg tonvikten på dem som kan vara en tillgång om klienten anställs.

- Erhållen kvalifikation: Skriv exakt titel på den kvalifikation klienten har erhållit, till exempel Översättare, källspråk: engelska. Undvik titelförkortningar utan förklaring.
- Nationell utbildningsnivå: Om klientens kvalifikationsnivå motsvarar en nationell eller internationell klassifikation bör han fylla i den, till exempel ISCED (International Scientific Education). Om nödvändigt kan klienten höra sig för hos utbildningsanordnaren om hans utbildnings nationella och/eller internationella motsvarighet. För ytterligare information om klassifikationssystemet ISCED gå in på www.uis.unesco.org/en/pub/pubj.htm.

- Personliga förmågor och kunskaper som har erhållits under livets eller karriärens gång, men som inte nödvändigtvis har gett något formellt certifikat eller diplom: Rubrikerna nedan hjälper rådgivaren att visa klienten hur han fyller i sin arbetslivserfarenhet med hänvisning till förmågor som han har utvecklat antingen under sina studier eller i mindre formella sammanhang som under yrkes- eller fritidsaktiviteter. Allmän notering: Radera samtliga rubriker där du inte har något av vikt att meddela.
 - Modersmål: Här fyller man i klientens modersmål, till exempel engelska.
 - Andra språk: Här noteras klientens kunskap i något främmande språk, till exempel spanska.
 - Läsning: Här noteras klientens förmåga, till exempel ”bra”. Detta innebär att han förstår arbetsrelaterade meddelanden (telefonsamtal, anteckningar, etc.) om nödvändigt med hjälp av lexikon. Han kan delta i en enkel konversation och framföra sina åsikter med hjälp av enkel syntax. Han kan klara av vardagliga situationer på egen hand när han reser omkring i de länder där språket talas.
 - Skrivning: Här noteras klientens förmåga, till exempel ”mindre bra”). Detta innebär att klienten kan förstå och göra sig förstådd i baskommunikation, men inte mer (enkla meddelanden, anteckningar och instruktioner).
 - Verbal förmåga: Också här noteras klientens förmåga, till exempel ”utmärkt”. Detta innebär att klienten kan kommunicera på ett effektivt sätt i yrkesmässiga sammanhang (förstå det talade och skrivna språket och tala och skriva flytande på språket).

Ge klienten rådet att med hjälp av kommandona ”klipp” och ”klistra” ändra tabellen för varje nytt språk som känns aktuellt för honom/henne.

Ge dessutom klienten följande råd:

- Om klienten har ett certifikat som vittnar om hans språkkunskaper, till exempel TOEIC (Test of English for International Communication) bör han notera nivå och datum då den erhöles.
- Han bör inte överskatta sin nivå; sådant avslöjas enkelt i intervjun.
- Social kompetens: Låt klienten beskriva sina sociala förmågor, till exempel:
 - Laganda.
 - Förmåga till anpassning i en mångkulturell omgivning.
 - Kommunikativ förmåga, till exempel förmåga att skriva klart och tydligt (delge andra information på ett effektivt sätt), och att meddela hur han fick denna förmåga (genom utbildning, arbete eller fritidsaktiviteter).
- Organisationsförmåga: Låt klienten beskriva sina kunskaper avseende organisation:
 - Ledarskap.
 - Sinne för organisation.
 - Lag- och projektarbete.

Låt honom förklara hur han erhöles dessa förmågor (genom utbildning, arbete eller fritidsaktiviteter).

- teknisk kompetens: Låt klienten beskriva sina tekniska förmågor, till exempel:
 - Kunskaper inom vissa tekniska specialområden, till exempel hantverk, hälsa och bankfiske.
 - IT-kunskaper, till exempel förmåga att använda olika programvaror.

Låt honom också meddela hur han erhöll dessa kunskaper (se ovan).

- Artistisk förmåga: Låt klienten beskriva sina artistiska förmågor:
 - Musik.
 - Skriftlig framställning.
 - Ritning.

Låt honom också förklara hur dessa förmågor erhöles (se ovan).

- Andra förmågor och sysselsättningar: Låt klienten anteckna andra förmågor och sysselsättningar som inte passar in under någon av ovan stående rubriker:
 - Hobbies.
 - Idrott
 - Position i något slags frivillig organisation.

Låt klienten meddela hur han har erhållit dessa förmågor (se ovan).

- Körkort: Låt klienten meddela om han har körkort och, i så fall, för vilken sorts fordon.
- Annan information: Här kan klienten fylla i all övrig information som han anser relevant, till exempel:
 - Kontaktpersoner/referenser (namn, titel och adress).
 - Publikationer och forskning.
 - Medlemskap i organisationer inom yrket.
- Övriga tips till rådgivaren:
 - Rekommendera klienten att inte namnge en kontaktperson/referens och lämna ut adress utan vederbörandes medgivande.
 - Låt klienten skicka med en kortfattad beskrivning av publikationer/forskning, om han anser det lämpligt.
- Bilagor: Här ska klienten lista allt som han bifogar till sitt CV, till exempel:
 - Examensbevis och andra kursbevis, inklusive sådana som inte ger formella kvalifikationer.
 - Anställningsbevis eller annat intyg från en tidigare arbetsplats.
 - Publikationer och forskning.

Övriga tips:

- Bilagorna bör listas i en logisk följd, d.v.s. anställningsbevis/arbetsplatsintyg för sig och kursbevis/examensbevis för sig; detta underlättar betydligt för läsaren.
- Klienten bör inte skicka originalversioner av utbildningshandlingar eftersom de kan gå förlorade; fotostatkopior rekommenderas.

ETT STANDARDISERAT CV

Det första som klienten bör få veta när han får se ett standardiserat CV är att ett typiskt tvåsidigt CV innehåller följande avsnitt:

1. Rubrik: Här bör avsändarens namn och adress vara tydligt textat. För att påverka läsaren bör namnet vara skrivet med större text än den i resten av CV:t.
2. Personuppgifter: Här ingår fullständigt namn, adress, numret till hemtelefon och mobiltelefon samt e-postadress. Det bör också framgå vid vilka tidpunkter som klienten kan nås via de olika kommunikationskanalerna. Det finns ingen universell överenskommelse om att man bör ta med specifik information. I vissa länder/kulturer anses det rentav diskriminerande att ta med saker som nationalitet, etnisk bakgrund, religion, politisk uppfattning och sociala detaljer. När man söker vissa jobb kan sådan information dock vara relevant. Om man till exempel söker jobb som flygvärdinna är längden av visst intresse.
3. Sammanfattning av tidigare arbetslivserfarenheter: Här ingår saker som referenser tillsammans med datum, företag, läge, titel, utförda aktiviteter och erhållna certifikat. I detta avsnitt sammanfattas all relevant information om tidigare arbetslivserfarenhet. Denna sammanfattning bör vara kortfattad och precis, men vissa detaljer bör aldrig ingå, till exempel lön och orsaker till varför man lämnade tidigare jobb. Den bör kort sagt omfatta all viktig information och utelämnas sådant som inte är av intresse i ett CV.
4. Yrkesutbildning: Liksom i sammanfattningen av arbetslivserfarenheterna bör här nämnas datum, plats, institutioner och erhållna kvalifikationer. Ta inte med kurser eller delkurser som visar att de blivit avbrutna, underkända och liknande. Korta kurser, till exempel på halvfart, är sällan meriterande.
5. Utbildning: Här återfinns de viktigaste inslagen i klientens utbildning. Arbetsgivare brukar uppskatta välutbildade klienter varför det är viktigt att nämna vad klienten har utfört och hur det har skett. Lista de viktigaste inslagen genom att referera till datum, platser, institutioner och kvalifikationer. Presentera dem i omvänd kronologisk ordning och undvik kurser som var kvalificerande för länge sedan. Om vissa kurser har startat eller startat om är det viktigt att klienten nämner dem i detta avsnitt under rubriken "specialvillkor"; det visar en vilja till livslång inläring och förbättrade kvalifikationer.
6. Referenser: Om man har för avsikt att använda en person som referens är det av stor vikt att man ber om hans/hennes tillstånd till detta. I ett CV bör man dock undvika att namnge referenser. I stället kan man skriva någonting i stil med: "Referenser anges på begäran". Om man väljer en sådan lösning är det upp till arbetsgivaren att be klienten om ytterligare detaljer. Det är klientens sak att kontakta sina potentiella referenser i förväg. Han bör kunna informera om företaget, den position han söker och annan information.
7. Annan information: Här anges all övrig information som kan anses relevant i ett CV, till exempel certifikat, hobbies, intressen, etc.

8. Bemyndigande för dataskydd (utrymmespolicy): Nu för tiden skyddas personuppgifter från otillåtet bruk i många länder. Därför kan det vara på sin plats att citera den lag som tillåter att informationen används i kommunikationssyfte.

KLIENTENS NAMN

BEFATTNING SOM SÖKS

Curriculum Vitae

Förnamn:

Efternamn:

Stad, land:

Adresser (bostad och e-post):

Sammanfattning av tidigare arbetslivserfarenhet: (Nuvarande jobb och tidigare jobb. Ta med datum, befattning, tjänster)

Kvalifikationer (akademiska och yrkesmässiga).

Yrkesutbildning: Specialutbildning (praktisk och/eller akademisk).

Övrig utbildning: College, universitet, vuxenutbildning, kurser.

Annan information: (information som är speciellt relevant för den position som söks, till exempel personliga erfarenheter; förmågor och kunskaper som inte har nämnts ovan).

Referenser:

6.2 Det personliga brevet

Ett CV har framställts som en logisk presentation av klientens kunskaper och erfarenheter. Det personliga brevet syftar till att skapa känsla, att uppfylla de specifika kraven på ett visst jobb. Där upprepas naturligtvis något av det som står i klientens CV, men brevet sätter in dessa detaljer i sitt sammanhang. Det huvudsakliga syftet med det personliga brevet är att förbereda den potentiella arbetsgivaren, ge honom ytterligare en möjlighet att ta till sig klientens kunskaper och erfarenheter liksom hans personliga motivation.

Rådgivaren kan förklara det personliga brevet på följande sätt för klienten: I brevet står att man vill söka ett jobb och orsakerna till detta. Vanligtvis används det som ett redskap när man söker jobb. Det är sällsynt att brevet är den enda ansökningshandlingen. Ofta, , men inte alltid, bifogas ett CV. Det kan skrivas som svar på en annons eller på eget initiativ.

Om klienten har fått några instruktioner är det viktigt att han följer dem till punkt och pricka. Dessa instruktioner kan till exempel handla om följande:

- Ska brevet vara skrivet på maskin eller för hand?
- Ska brevets mottagare tituleras?
- Ska den sökta befattningen anges exakt?
- Hur många kopior behövs?

- Vad ska stå på kuvertet?

I brevet för det framgå varför klienten vill söka just detta jobb med tonvikten lagd på de mest relevanta orsakerna. I avslutningen bör klienten nämna att han bifogar ett CV eller en meritförteckning och också att han skulle uppskatta att bli kallad till intervju för att ta reda på om det sökta jobbet är så lämpligt som han tror.

Det är viktigt att påminna klienten om att det viktigaste med brev och CV inte är att få jobbet utan att få kontakt med den potentiella arbetsgivaren. Därför bör brevet vara positivt och ge intryck av god vilja och stark motivation för jobbet.

Uppmärksamma klienten på att brevet bör:

- Vara grammatiskt korrekt.
- Vara artigt och formellt.
- Innehålla avsändarens namn och adress.
- Innehålla klientens namnteckning.
- Vara skrivet på vitt A1-papper av god kvalitet.
- Bör vara precist och komplett och innehålla alla omnämnda detaljer.
- Komma den potentiella arbetsgivaren tillhanda innan ansökningstiden har gått ut.
- Vara välskrivet.

Ett normalt strukturerat personligt brev bör innehålla:

- Klientens fullständiga namn och adress.
- Ort och datum.
- Företagets och kontaktpersonens namn.
- Ämne: Det jobb som söks.
- Texten.
- En avslutningsmening.
- Klientens namnteckning.

7 Anställningsintervjun

Författare: Teodor Hrehovcik.

Syftet med detta kapitel är att ge rådgivaren värdefull bakgrundsinformation samt att göra det möjligt för honom att ge goda råd till klienter som står inför en anställningsintervju. Olika sorters intervjuer beskrivs liksom olika riktlinjer som förbättrar kandidatens chanser till en anställning. Den huvudsakliga tonvikten kommer att läggas på klientens förberedelser inför intervjun; därför tar vi en titt på dess båda parter. Rådgivaren förses med ett användbart redskap i form av ofta förekommande frågor från intervjuaren och tänkbara frågor från kandidaten/klienten.

Ordet *Intervju* härstammar från det franska ordet "entrevue" som på 1400-talet användes för att beskriva ett högtidligt möte. Nu på 2000-talet betraktas intervjun inte längre som en ceremoni, men för många känns den fortfarande som en sådan. Om en sökande kallas till en anställningsintervju tycker arbetsgivaren uppenbarligen om det han sett så långt. Det innebär i själva verket att hans/hennes ansökan rankas som en av de fem bästa. Den sökande bör därför känna sig stolt eftersom enbart kallelsen är ett tecken på att han/hon är lämplig för tjänsten. Nu vill arbetsgivaren veta mer om honom/henne. Kandidaten bör se intervjun som sin stora chans att visa att han/hon motsvarar förväntningarna.

Det är rådgivarens uppgift att få klienten att känna sig säker och förberedd inför intervjun.

UR ARBETSGIVARENS SYNVINKEL

Trots att det finns överväldigande bevis på att intervjun inte kan förutsäga den sökandes förmåga att utföra det aktuella jobbet, är det utan undantag så att jobbet i sig betyder att den anställda vid något tillfälle har intervjuats. Det kan därför vara lämpligt att först betrakta intervjun ur arbetsgivarens synvinkel.

Få klienten att förstå att syftet med den första intervjun är att låta rekryteraren upptäcka hur väl klienten uppfyller de krav och förväntningar som jobbet ställer jämfört med de övriga kandidaterna. Sedan tar rekryteraren en noggrann titt på klientens skriftliga ansökan och undersöker hans bakgrund på djupet.

I stort sett fokuserar denna intervju på:

- Klientens intellektuella kvaliteter.
- Hur han är som person.
- Hur realistisk hans syn på jobbet är.
- Hur hans kunskaper och förmågor motsvarar dem i specifikationen av kriterierna för jobbet.

Generellt är arbetsgivarens urvalskriterier ingen hemlighet. De specifika kriterierna varierar, men alla arbetsgivare intresserar sig för klientens entusiasm inför jobbet och hur han demonstrerar den. Några andra kriterier bidrar starkt till vem som slutligen anställs, till exempel:

- Effektiv kommunikationsförmåga: Kan klienten uttrycka sig tydligt i tal och skrift?

- Förmåga till lagarbete: Hur bra är klienten på att etablera yrkesmässiga relationer till andra?
- Organisation: Kan klienten organisera andra och sätta upp mål?
- Analytisk kompetens: Kan klienten se helhetsbilden och fatta beslut utifrån tillgängliga fakta och data?
- Kan klienten planera sitt arbete, prioritera och utföra sina åtaganden på ett effektivt sätt?

STÖRSTA FÖRMÅGOR

Gör klienten medveten om vikten av att värdera sina starka sidor, undersöka sina svaga och tänka över vad som kan göras för att förbättra hans situation. Ingen arbetsgivare förväntar sig övermänskliga kvaliteter! En vilja att lära sig nya saker räcker långt. Arbetsgivaren förväntar sig dock att den sökande har analyserat vilka som är hans starka sidor i det jobb han har sökt. I intervjun kommer arbetsgivaren att gå på djupet angående dessa sidor.

I en nyligen genomförd undersökning rankade ett antal arbetsgivare de viktigaste egenskaperna hos en sökande. Denna ranking såg ut på följande sätt:

- Vilja att lära sig nya saker.
- Engagemang.
- Pålitlighet.
- Motivation.
- Lagarbete.
- Förmåga till muntlig kommunikation.
- Samarbete.
- Förmåga att uttrycka sig tidligt i skrift.
- Drivkraft och energi.
- Förmåga att klara sig på egen hand.
- Vilja att avancera.
- Förmåga att lösa problem.

7.1 Olika intervjustilar

Presentera de olika intervjustilarna för klienten:

Den kronologiska intervjun:

Detta är den traditionella intervjustilen, som baseras på klientens skriftliga ansökan. Den är förutsägbar och innehåller frågor av typen: ”Varför studerade du ekonomi på universitetet?” ”Hur kommer det sig att du är intresserad av detaljhandel?” ”Hur tror du att din karriär kan utvecklas inom vår organisation?”

Den kompetensbaserade intervjun:

Nu för tiden använder många arbetsgivare en kriteriebaserad intervjustil för att kunna göra en mer objektiv och rättvis värdering av de sökande. De fattar sina beslut på grundval av urvalskriterierna för respektive jobb och ställer sedan likartade frågor till kandidaterna för att bilda sig en uppfattning om vem av dem som på effektivast möjliga sätt skulle kunna utföra

jobbet. De sökande betygsätts på en skala som visar deras grad av den efterfrågade kompetensen.

Teorin går ut på att den sökandes tidigare bedrifter kan användas som en måttstock på den effektivitet med vilken han kommer att utföra det jobb han har sökt.

Den kompetensbaserade intervjun kräver noggrann eftertanke. Om jobbet till exempel kräver "ett nära samarbete med andra" fr att en uppgift ska kunna utföras kan följande frågor ställas:

- Berätta om ett tillfälle då du gjorde väl ifrån dig i ett grupparbete.
- Vad bidrog du personligen med?
- Behövde du övertyga andra om dina åsikter? Hur bar du dig åt i så fall?
- Stötte du på några svårigheter? Hur hanterade du dem?
- Var du nöjd med resultatet? Var arbetet framgångsrikt? Vad skulle du kunna göra för att det skulle bli ännu mer lyckat nästa gång?

I denna intervjustil är frågorna mer detaljerade och undersökande än i den mer traditionella kronologiska intervjun. Den sökande behöver styrkande omdömen från det allmänna till det rent specifika. Det är troligt att intervjuaren frågar efter den intervjuades åsikter i olika frågor för att höra hur han uttrycker dem. Det är tillrådligt att förbereda sådana frågor inom olika ämnesområden för att som förberedelse för detta.

Telefonintervjuer:

Nu för tiden finns det ett litet antal organisationer som använder sig av telefonintervjuer för en första utgallring av sökande. Syftet med dessa kan variera från en grundkontroll av hur kandidaten uppfyller de aktuella urvalskriterierna till en djupgående intervju.

De flesta intervjuare finner denna process förvirrande eftersom de saknar möjlighet till de vanliga visuella kontakterna och därför har svårt att uppskatta hur klienten klarar testet. Det bästa i detta läge är att slappna av och agera som om man intervjuade klienten ansikte mot ansikte. Det är viktigt att klienten är så entusiastisk som möjligt eftersom intervjuaren bara har hans röst att utgå ifrån.

Hur förbereder man sig för en telefonintervju?

Betona för klienten hur viktigt det är att förbereda sig noga inför telefonintervjun. Följande råd kan vara till stor hjälp för klienten:

- Börja med att studera arbetsbeskrivningen och kandidatprofilen. Detta gör det möjligt att identifiera företagets specifika behov och demonstrera att du har de kvalifikationer som krävs för att tillgodose dem.
- Ta reda på allt du kan om företagets produkter, tjänster, historia och kultur. Ansträng dig lite extra för att hitta områden där dina specifika kvaliteter är av speciellt stort värde.
- Bekanta dig med företagets hemsida och var beredd att ge den konstruktiv kritik om du blir ombedd.
- Förbered en lista som matchar dina företräden mot företagets önskemål.
- Ha denna lista framför dig under intervjun och referera till den så ofta som möjligt.

- Intervjuare brukar vara pigga på att höra om utmaningar och problem som du har ställts inför på tidigare arbetsplatser, de specifika åtgärder du vidtog och de mätbara resultaten av dina handlingar. De försöker hitta nyckelförståelser som organisationsförståelse, social kompetens, lagarbete, drivkraft och initiativförståelse. Var beredd att ge exempel på tillfällen då du demonstrerat dina nyckelförståelser.
- För att förbereda dig på att intervjuas på telefon kan du sammanställa en lista med tänkbara frågor och be en vän ställa dem i en fiktiv telefonintervju. Förbered dina svar med hjälp av nyckelord eller fraser från arbetsbeskrivningen och kandidatprofilen. Försök att inte skriva ner fullständiga svar; dessa låter antagligen otympliga och skriftspråkliga.
- Välj en tyst och lugn plats där du inte kommer att bli störd under intervjun.
- Ha platsannonser, ditt personliga brev, din meritförteckning och eventuella anteckningar till hands under intervjun.
- Krafsa ner nyckelord/begrepp under intervjun.
- Det är en bra idé att stå under en telefonintervju; då låter den intervjuade mer självsäker. Dessutom ger han ett professionellt intryck.
- Matcha röstens ton och tempo med intervjuarens. Detta bidrar starkt till att skapa en god relation. Radios programledare kan intyga att ett leende ger ett vänligt och entusiastiskt intryck. Kosta därför på dig ett leende vid lämpliga tillfällen under intervjun.
- Eftersom det är viktigt att förmedla ett intryck att du är genuint intresserad av företaget och ivrig att kunna bidra bör du hänvisa till iögonfallande information som har kommit fram under din jobbsökningsprocess.
- Lyssna uppmärksamt på intervjuarens frågor och kommentarer. Ge lämpliga svar avseende såväl ord som röstläge. Be intervjuaren att uttrycka sig tydligare om du inte förstår en fråga. Ge välformulerade, ballanserade och analytiska svar. Undvik att svara enstavigt (Ja” eller ”Nej”).
- Om intervjuaren ber dig förklara varför du lämnat en tidigare anställning bör du ha positiva förklaringar till hands. Du bör aldrig under några omständigheter kritisera tidigare arbetsgivare eller kolleger.
- Efter att ha utforskat företaget och analyserat arbetsbeskrivningen bör det vara enkelt att komma på relevanta frågor när intervjuaren ger dig tillfälle till sådana.
- Betona ditt intresse för jobbet, företaget och dina personliga kvaliteter vid slutet av samtalet. Säg också att du skulle uppskatta en intervju ansikte mot ansikte med arbetsgivaren.
- Formulera ett kort tackbrev efter intervjun.

7.2 Intervjun som process

Numera anser inte arbetsgivarna att enbart intervjun är den mest pålitliga måttstocken för den sökandes kvalifikationer. Den första intervjun används ofta som en utsällningsprocess; sedan följer ett andra stadium. Upplägget av detta kan variera, men det omfattar ofta uppgifter som att delta i gruppdiskussioner, personlighets- och lämplighetstester, presentationer samt en andra intervju. Med hjälp av olika observationstekniker får arbetsgivaren en tydligare bild av kandidatens styrkor respektive svagheter.

Den andra intervjun

Låt klienten förstå att han/hon som arbetssökande förväntas veta så mycket som möjligt om organisationen varför eventuella frågor bör vara av mer djupgående och teknisk art. Det underlättar om man vet vem som utför intervjun för företagets räkning. Personalansvariga tenderar att vara intresserade av den sökandes långsiktiga strävanden och mål medan chefer på mellannivå vill veta vad den han/hon kan åstadkomma just nu.

Personlighets- och lämplighetstester

Dessa testar den sökandes förmåga och anpassningsbarhet och utförs av arbetsgivaren i urvalssyfte.

Personlighets- och lämplighetstesterna består av standardiserade svar på omsorgsfullt konstruerade frågor som godkänns på vetenskaplig grund för att säkerställa att de mäter exakt vad de avser att mäta. De används av organisationer i olika urvalsskedet. Den sökande kan behöva komplettera ett test eller en serie tester innan han kallas till intervju, men testerna kan också ingå som ett led i den slutgiltiga utvärderingen.

Det finns många sorters personlighets- och lämplighetstester på marknaden, men de flesta består av verbala och numeriska resonemangstester. Ibland åtföljs de av logiska resonemangstester.

Personlighetstester

Den sökande ombes att besvara frågor i en rad olika ämnen. Det finns inga korrekta eller felaktiga svar.

I formuläret till personlighetstestet finns ett antal frågor om hur den sökande tänker, agerar, eller kan tänkas agera i olika situationer. De försöker få fram idealiska svar angående uppförande och stil, svar som inte avviker från företagets behov avseende det eftersökta jobbet. Det finns ingen tid till förberedelser inför personlighetstestet; det bör fyllas i utan alltför lång eftertanke.

Gruppdiskussioner

Observatörer värderar kandidaterna genom deras bidrag till diskussionen, deras sätt att reagera på andras åsikter och uttrycka sina egna. Kandidater som imponerar kommer med förslag, får andra att godta deras förslag, utvidgar andras idéer, ser till att gruppen håller sig till ämnet, och drar in nya deltagare i samtalet. Kandidater med låga betyg deltar inte i samtalet, lyssnar inte, vill stå i centrum, utesluter deltagare ur samtalet, avbryter, och kommer med undanflykter.

Lagarbete

En liten grupp kan få olika grundläggande föremål och deras uppgift är att konstruera någonting. Individernas samarbete med att lösa problemet är viktigare än själva lösningen. En kandidat som kommer med ett förslag till lösning av uppgiften innan den har påbörjats, kontrollerar om det finns relevant kunskap i gruppen, och ser till att man håller sig inom givna tidsramar imponerar på observatörerna.

Presentation

En kandidat kan bli tilldelad ett ämne eller tillåtas att välja ett på egen hand. Det är sannolikt att han måste presentera sitt ämne för andra kandidater och/eller rekryteringspersonalen. Det är viktigt att han undersöker sin publik i förväg för att kunna lägga presentationen på en lagom nivå. Kandidaterna rekommenderas att först presentera sitt ämne inför vänner och bekanta och be dem om feedback.

7.3 Riktlinjer som förbättrar kandidatens chanser

Förberedelser

Goda förberedelser ger kandidaten självförtroende, kontroll och en förmåga att på ett skickligt och effektivt sätt hantera alla frågor som kan komma att ställas. Rådgivaren bör ge klienten/kandidaten följande råd:

- ”Ditt erbjudande”: Titta igenom din ansökan och fundera på hur du skulle vilja framlägga denna information under intervjun. Kom ihåg att det är just din ansökan som ligger till grund för intervjuns agenda. Förbered frågor som du skulle vilja ta upp. Därigenom visar du genuint intresse för företaget. Du kan bland annat ta upp frågor som: hur företaget är strukturerat; vad du skulle vilja göra; hur din karriär skulle kunna utvecklas; och vilken utbildning de skulle ge dig.
- Fokusera på dina kunskaper/förmågor. Hur tänker du gå till väga för att övertyga intervjuaren om dina färdigheter som organisatör, analytiker, framgångsrik lagarbetare och allt annat som han/hon kan förvänta sig av dig? Förbered så många exempel som möjligt ur ditt eget liv där dessa förmågor kommer till sin rätt. Påpeka alla personliga egenskaper, kvaliteter, kunskaper, motivationskällor och tekniska färdigheter som enligt företagets arbetsbeskrivning anses relevanta. Var medveten om att du bör presentera mindre positiva erfarenheter så att det framgår vilken nytta du trots allt har haft av dem.
- Förbered några stödord till intervjun; dessa beskriver olika situationer, vilka åtgärder du vidtog och vilket resultat du uppnådde. Detta kan fungera som ett bra exempel på din förmåga att tänka kreativt och analytiskt, planera din tid och arbeta framgångsrikt för att uppnå en målsättning.
- Företaget: Förbered dig noga genom att göra efterforskningar om företaget. Läs noga all information om din potentiella arbetsgivare, till exempel kravbroschyrer, årsrapporter eller personbeskrivningar. Titta (om möjligt) på deras rekryteringsvideo och skumma igenom deras hemsida. Läs lämpliga tidningar och tidskrifter för att få ytterligare information om företagets verksamhet. Försäkra dig om att du känner till alla nuvarande händelser/aktiviteter som kan påverka arbetsgivaren och/eller din kommande arbetssituation. Försök hitta faktorer som skiljer dem från andra företag.
- Jobbet: Skaffa dig nödvändiga insikter i det jobb eller den position du har sökt. Vet du vilka kvaliteter du behöver visa hur du bör uppträda för att åstadkomma detta? Upptäck så mycket du kan om jobbet funktion inom företaget. Ta reda på vad man förväntar sig av dig i form av förmågor, kunskaper och erfarenheter, och demonstrera med exempel hur du bär dig åt för att uppfylla dessa förväntningar.

Ofta förekommande frågor

Betona vikten av de allmänna, men ofta förekommande frågorna. Få klienten att tänka på följande:

Om han känner sig nervös är det en bra idé att gå igenom de svar han tänker ge på förutsägbara frågor av typen: ”Varför söker du dig till detta företag?” ”Vad tror du dig kunna tillföra inom detta yrke?” ”Vad har varit positivt respektive mindre positivt i dina studier/tidigare anställningar?”

Starka öppningar och positivt tänkande

- Få klienten att tänka igenom öppningsskedet i en intervju. Han/hon bör inrikta sig på bästa möjliga start. Påminn honom/henne om det första intryckets betydelse. Ge honom/henne rådet att öva framför spegeln eller tillsammans med en vän.
- Få klienten att tänka positivt: ”Jag är jätte bra på att ...”, ”Jag var framgångsrik som ...”, ”Jag var jättenöjd med det jag åstadkom vid ...”.
- Förbered klienten på intervjuens avslutningsfrågor och det oundvikliga: ”Har du några frågor?” Utnyttja detta tillfälle till att skaffa information som kan påverka din inställning till jobbet. Detaljfrågor är inte att rekommendera.

Klä upp dig för att nå framgång vid intervjun

Glöm inte att nämna intervjuens klädeskodex för klienten. Beakta följande:

Män och kvinnor.

- Konservativ tvådelad affärskostym; marinblått eller grått rekommenderas.
- Konservativ långärmad skjorta eller blus; i första hand vit, i andra hand ljusa färger.
- Nyputsade skor.
- Välvärdad frisyr.
- Rena, välskötta naglar.
- Inte utmärkande parfym eller colognedoft.
- Tomma fickor för att undvika störande ljud.
- Inga tuggummin eller cigaretter.
- Smidig attachéväska eller portfölj.
- Inga synliga piercingringar i näsa eller ögonbryn.

Ta speciell hänsyn till klädesskillnader mellan könen och presentera den rekommenderade klädseln på följande sätt:

Män:

- Slipsen bör vara i siden och med konservativt mönster.
- Mörka skor; svarta snörade kängor rekommenderas.
- Mörka strumpor; svarta rekommenderas.
- Klipp håret; kort hår passar alltid bäst vid intervjutillfället.
- Mustascher kan ge ett mindre positivt intryck, men om du måste ha den kvar, se till att den är välskött.
- Inga ringar förutom eventuell vigselring.
- Inga örhängen; om du brukar ha sådana bör du ta ut dem.

Kvinnor:

- Var alltid klädd i dräkt med jacka; aldrig någon klänning.
- Skor med inte alltför höga klackar.
- Bär hudfärgade nylonstrumpbyxor.
- Ingen handväska; bär i stället en attachéväska.
- Om du har nagellack, vilket inte är nödvändigt, se till att det är genomskinligt eller i ljusa färger.
- Använd så lite make-up som möjligt.
- Endast ett par örhängen.

7.4 Förberedelser för icke-verbal kommunikation

Betona för klienten vikten av att kommunikation är mycket mer än det som sägs. I många fall spelar den icke-verbala kommunikationen en viktig roll i intervjun. Här följer de fem viktigaste elementen i den icke-verbala kommunikationen i en intervju.

- **Ögonkontakt:** Detta är det oöverträffat viktigaste inslaget i den icke-verbala kommunikationen. Om man tittar bort när man lyssnar ger man intryck av bristande intresse och låg uppmärksamhetsströskel. Om man misslyckas med att hålla ögonkontakten när man talar ger det intryck av att man inte riktigt tror på vad man säger i bästa fall; att man ljuger i värsta fall. Fråga andra om du har för vana att tappa ögonkontakten. Om de säger sig ha noterat detta bör du fråga om det var när du själv talade eller när du lyssnade. Vissa håller utmärkt ögonkontakt när de talar, men inte när de lyssnar; för andra är det tvärtom.
- **Ansiktsuttryck:** Vissa intervjuare lägger märke till kandidater som är helt omedvetna om det trumpna, förvirrade eller rentav lätt hysteriska ansiktsuttryck som tycks sitta fastklistrat under hela intervjun. Kandidaten bör därför länge och ingående granska sig själva i spegeln, granska sig själva på det sätt som andra skulle göra. Sedan bör han ändra sitt ansiktsuttryck genom att avlägsna alla negativa drag och plocka fram ett positivt som nästan alla som intervjuas glömmer: ett leende! Inte något dumt flin, utan ett äkta och genuint leende som visar upp dig som en glad person som njuter av att intervjuas av företagets representant. Klienten/kandidaten bör inte ha leendet påklistrat under hela intervjun, utan återkomma till det vid lämpliga tillfällen.
- **Hållning:** Denna ger signaler om klientens självförtroende och styrka. Påminn klienten om följande: "När du står upp, se till att stå rakt. När du sitter, gör det långt fram på stolen, lätt framåtlutad."
- **Gester:** Klienten bör begränsa sina gester under intervjun, vilket många inte tror. Konstlade gester är inte att rekommendera; de ter sig enbart teatraliska. När kandidaten gestikulerar bör det ske naturligt.
- **Utrymme:** Hjälpt klienten att hitta gränserna för sitt eget personliga utrymme, och intervjuarens. Se till så att han inte hamnar för nära eller långt ifrån en person som har ett mindre personligt utrymme än han själv.

Kroppsspråk

Det är också viktigt att klienten får veta något om kroppsspråk under intervjun även om han inte alltid inser det. Det händer inte ofta att man utnyttjar kroppsspråkets signaler för att under intervjun få fram så positiva budskap som möjligt. Kroppsspråket utgör i själva verket endast små signaler i den icke-verbala kommunikationen. Här följer några vanliga tolkningar av kroppsspråkets signaler:

- Öppenhet och värme: Leende med särade läppar; öppna händer med handflatorna synliga; uppknäppt jacka när du sitter.
- Självförtroende: Framåtlutad ställning i stolen; hakan uppåt; fingertopparna på den ena handen mot dem i den andra i böneställning; händerna bakom ryggen när man står.
- Nervositet: Rökning; vissling; nypa sig själv i skinnet; omskakning av fickornas innehåll; rörelser med tungan längs framtänderna; harklingar; händer som döljer ansiktet eller delar av det; fingrar genom håret; att nypa sig själv i örat; vridning av händerna; att bita på naglarna; knäppningar med tungan; kroppsrorelser.
- Opålitlighet, defensiv: Rynkade ögonbryn; skelögdhet; leende med sammanpressade läppar; korsade armar framför bröstet; att vända sig bort; hakan neråt; beröring av näsa och ansikte; nedåtriktad blick när man pratar; sammanslutna händer; gester med knutna nävar; pekande fingrar; att slå den ena handen i den andra handflatan; att gnida sig själv i nacken; händerna bakom nacken när man lutar sig tillbaka.

Säg detta till klienten: ”Denna lista är inte avsedd för att du ska lära in och imitera det positiva kroppsspråket, utan för att undvika det negativa. Om du har för vana att utföra någon av ovan nämnda negativa rörelser bör du göra dig av med dem innan de sänder ut fel signaler.”

- Koncentrera dig på att göra dig av med de negativa signalerna så snart som möjligt för att slippa tänka på dem under intervjun. Kom också ihåg intervjuaren på andra sidan skrivbordet. Var medveten om intervjuarens kroppsspråk och icke-verbala signaler. Försök inte läsa in mer i hans kroppsspråk än vad som finns där; koncentrera dig i stället på att utveckla en känsla för intervjuarens inställning till dig. Leendet är det tydligaste exemplet. Om ditt leende leder till att intervjuaren börjar le har han en god uppfattning om dig. Gör ditt bästa för att behålla kontakten med intervjuaren, både verbalt och icke-verbalt.

Intervjuns trestegsprocess

Glöm inte att presentera intervjuns tre viktigaste steg för klienten:

1. Skapa ett samförstånd.
2. Samla information.
3. Avslutningen.

Betona vikten av dessa tre steg i en framgångsrik intervju. Varje steg kräver ny fokus och ny betoning. Det har sitt eget protokoll och sina egna krav. Det är viktigt att varje steg avslutas på ett framgångsrikt sätt för att man ska kunna gå vidare till detta, oavsett om det handlar om en ny intervju eller erbjudande om det sökta jobbet.

Att skapa ett samförstånd bygger på det första intrycket. Vissa arbetsgivare bildar sig en uppfattning om kandidaten inom 30 sekunder eller ännu mindre. Denna uppfattning grundar han på kandidatens fysiska uppenbarelse och hans inledande svar. Intervjuaren analyserar kandidatens artikulation och ordförråd samt hans positiva inställning och självförtroende.

Under insamlingen av information ställer arbetsgivaren frågor och matchar svaren mot de kritiska framgångsfaktorerna. Några av frågorna är slutna medan andra är öppna beteendefrågor av typen: "Kan du ge mig ett exempel på ...?". Förberedelserna är visserligen viktiga, men kandidaten måste också kunna visa att han svarar ärligt och uppriktigt på frågorna.

I avslutningssteget fokuserar intervjuaren på nästa steg i processen. Om kandidaten har gjort bra ifrån sig så långt handlar konversationen om företaget och om nästa steg i anställningsprocessen. Om kandidaten har gjort mindre bra ifrån sig handlar konversationen om fotbollslaget, vädret eller något annat neutralt ämne som leder till ett smärtfritt avsked.

Om intervjun var lyckad följer oftast indikationer på vad som kommer att hända. Kandidaten får information om företaget som endast är avsedd för "de få utvalda". Efter en mindre lyckad intervju följer ett påstående i stil med: "Vi kommer att gå igenom alla ansökningar. Sedan hör vi av oss."

Det är enbart ett startskott om man förstår innebörden av dessa grundläggande steg i intervjun. Klienten måste vara förberedd på olika personlighetstyper, olika intervjustilar och olika frågor.

De åtta frågetyperna vid en intervju

Intervjun är en sorts mänsklig kommunikation som är avsedd att pröva hållbarheten i den potentiella relationen mellan arbetsgivare och anställd.

I intervjusituationen kan kandidaten i första hand ställas inför åtta typer av frågor:

1. Referensfrågor: Där återfinns frågor av typen: "Hur länge var du anställd vid ...?". Syftet med dessa frågor är att sätta mätbara mål för kandidaten med utgångspunkt från hans bakgrund.
2. Erfarenhetsfrågor: Detta är frågor av typen: "Vad fick du lära dig när du studerade till ...?" eller "Vilket var ditt ansvarsområde när du var anställd som ...?". Syftet med dessa frågor är att fastställa kandidatens tidigare erfarenheter.
3. Åsiktsfrågor: Här återfinns frågor av typen: "Vad skulle du göra i den situationen?" eller "Vilka är dina starka respektive svaga sidor?". Syftet med dessa frågor är att subjektivt analysera kandidatens svar på frågor om hur han skulle lösa vanliga situationer.
4. Dumma frågor: Här återfinns konstiga frågor av typen: "Vilket djur skulle du vilja vara?". Syftet med dessa frågor är att undersöka om kandidaten kan svara på en fråga där svaret inte är förprogrammerat.
5. Matematiska frågor: Detta är frågor av typen: "Hur mycket är 1000/73?". Syftet är inte enbart att testa kandidatens förmåga till huvudräkning utan också hans förmåga att på ett kreativt sätt formulera ett svar.
6. Sakfrågor: Här finns problemlösningar inom allt från att svara på hur många bensinstationer det finns i Sverige till att be kandidaten ge intervjuaren sin syn på

världsmarknadens framtida utveckling. Syftet med dem är att utvärdera kandidatens förmåga att lösa olika problem.

7. Beteendefrågor: Här finns frågor av typen: ”Kan du ge mig ett exakt exempel på hur du löste detta?” Hur uppskattas framtida bedrifter med tidigare bedrifter som utgångspunkt.
8. Kompetensfrågor: Här kan klienten ombes att ge ett specifikt exempel på sina talanger inom ledarskap eller hur han kom fram till en kreativ lösning på ett problem. Syftet är att ställa tidigare beteenden mot de specifika kompetenskraven för det aktuella jobbet.

Ofta förekommande intervjufrågor

Presentera de oftast förekommande intervjufrågorna för klienten. Lägg därtill extra information som har inhämtats dels från olika källor, dels genom egna observationer. I nedanstående lista återfinns några sådana frågor:

- Varför söker du ett nytt jobb?
- Vad vet du om den här organisationen?
- Varför söker du dig till vårt företag?
- Vad vet du om den befattning du har sökt? Vilka plikter tror du ingår i befattningen?
- Hur länge skulle du stanna kvar på denna post, om du fick avgöra själv?
- Vilka är dina löneanspråk?
- Vad tror du krävs för att man ska lyckas inom vår organisation?
- Varför vill du arbeta för oss?
- Vilka utmaningar respektive problem tror du att du kommer att ställas inför på denna befattning?
- När förväntar du dig en befordran?
- Vad anser du om företagets framtidsutsikter?
- Vilka faktorer skulle vara avgörande för om du tackade ja eller nej till detta jobb, om det erbjöds dig?
- Detta företag är mycket större än något som du tidigare arbetat för. Hur ställer du dig till det?
- Detta företag är betydligt mindre än något som du tidigare har arbetat för. Hur ställer du dig till det?
- Vad vet du om våra produkter/tjänster?

Lämpliga frågor att ställa under en intervju

Övertyga på samma gång klienten om att han under en seriös intervju också kan förvänta sig en chans att ställa frågor till intervjuaren. Det är därför viktigt att förbereda honom på den situationen och få honom att tänka på vilka frågor han bör ställa och varför han bör göra det. Nedan följer några frågor som kan skraddarsys för den specifika position som söks:

- Hur ser befordringsgången ut i detta företag?
- Planerar företaget en expansion som förbättrar mina möjligheter att utveckla min karriär?

Dessa frågor tyder på att den sökande är intresserad av en långsiktig framtid inom företaget/organisationen.

- Jag skulle gärna vilja utveckla mina kunskaper och erfarenheter. Finns det möjligheter till detta inom ert företag?

De flesta arbetsgivare har program för utbildning och personalutveckling, och en sökande som vill fortsätta att utvecklas anses ofta som en stor tillgång för dem. Det är tillrådligt att återkomma till den sökandes negativa erfarenheter vid lämpliga tillfällen under intervjun.

Efter intervjun

Gör klienten medveten om att intervjun inte tar slut i och med att han/hon lämnar företaget. Alla informella turer eller måltider kan vara en del av utgallringen. Få honom därför att agera därefter.

Klienten bör tänka på hur intervjun avlöpte. Gör en anteckning om att han/hon bör analysera intervjun: Identifiera områden som kan utvecklas och sådana som fungerar bra.

Få klienten att inte känna sig alltför nedstämd om han inte blir anställd. Ge honom följande råd: ”Du var en av många som kallades till intervju. Hör av dig till företaget och försök få reda på varför de inte valde dig. Ta till dig denna erfarenhet på ett positivt sätt inför nästa intervju.”

8 Att börja på ett nytt jobb

Författare: Teodor Hrehovicik.

I detta kapitel ges nyttiga rekommendationer om hur rådgivaren kan guida klienten genom hans/hennes första dagar på ett nytt jobb. Texten informerar om viktiga inslag i klientens gradvisa anpassning till den nya miljön: Vilka faktorer bör han/hon undvika att bortse ifrån? Hur ska han/hon bära sig åt för att ge ett positivt intryck bland överordnade och kolleger? Hur organiserar han/hon en rutinmässig arbetsdag? Hur ska han/hon bära sig åt för att utveckla sin karriär inom företaget?

Inled presentationen av detta ämne med att betona hur viktigt det är för klientens liv att tacka ja till en anställning. Man bör nämligen vidta ytterligare ett par åtgärder före den första arbetsdagen. Försök att göra klienten uppmärksam på dessa åtgärder.

Introduktionsprogrammet

Klienten bör försäkra sig om att organisationen ger honom något slags introduktionsprogram. Större organisationer ordnar vanligtvis seminarier på två eller tre dagar där samtliga anställda förväntas delta. I mindre organisationer finns inget sådant formellt program. Introduktion ges edast till dem som kommer direkt från högskolan eller gymnasiet. Men även om det inte finns något formellt program bör klienten kunna få något slags företagsintroduktion.

Att be andra om hjälp

Det är alltid nyttigt att lära sig mer om företagets kultur och beslutsfattningsprocess. Det finns också andra fördelar med att ta kontakt med folk inom andra delar av organisationen; dessa kan fungera som nätverkskontakter genom klientens karriär. Förmågan att knyta nya kontakter har nog utvecklats under jobsökningsprocessen, och klienten bör utnyttja denna förmåga för sitt eget bästa.

Det kan vara till stor hjälp för klienten att söka sig en mentor inom samma yrkesområde. Mentorn kan ge värdefulla tips om vissa inslag i arbetet som klienten bör känna till, till exempel företagets kultur och arbetssätt, men också dess administrativa procedurer och rapporteringsmekanismer.

Att förstå sig på och sätta sig in i organisationen

Klienten fick en hel del information om företaget redan under sina efterforskningar före anställningsintervjun. De flesta fortsätter inte med dessa efterforskningar efter att ha tackat ja till den erbjudna befattningen trots att informationen kan bidra till att de utför sina arbetsuppgifter på ett mer effektivt sätt och ge dem större chanser att påverka utvecklingen inom företaget. Vi råder klienten att söka ytterligare information om:

1. Företagets mission och strategi samt dess filosofi och kultur. Det är väsentligt att klienten blir väl förtrogen med de värderingar och inställningar som företaget betonar extra starkt. Det är nämligen inte sannolikt att han/hon har speciellt stora utvecklingsmöjligheter om han inte anpassar sitt arbetssätt till företagets kultur och värderingar. Många företag har en extremt stark företagskultur, och även om den inte faller klienten i smaken bör han vara medveten om dess inverkan på arbetsmetoder

och krav avseende de anställdas beteende inom organisationen. Det är viktigt att tipsa klienten om olika strategier och få honom att välja den som han anser vara bäst lämpad att komma till rätta med det som han känner sig osäker på. Under de första månaderna är det speciellt viktigt att på ett positivt sätt sätta sig in i organisationens hierarki och annat som de värderar högt. Under denna tidsperiod yppar sig klientens stora chans att göra ett positivt intryck på chefen och kollegerna.

2. Företagets kommunikationssystem. Alla företag har såväl formella som informella kanaler för kommunikation uppåt, neråt och på samma nivå. Rådgivaren bör bekanta sig med samtliga dessa kanaler och avgöra vilken som är den lämpligaste för klienten. Företagets kommunikationsmetoder skiljer sig avsevärt från varandra i fråga om status och användbarhet.
3. Företagets produkter/tjänster. Detta är en viktig punkt även om klienten inte skulle vara inställd inom försäljning, marknadsföring eller produktion. Även om han/hon kommer att arbeta med personal- eller administrationsfrågor är det viktigt att han har en djupgående insikt i marknadspositionen för företagets produkter/tjänster. Annars används deras expertis till ingen nytta, åtminstone i frågor som rör företagets nuvarande och framtida prestationer.
4. Företagets jargong. Alla företag har sin egen jargong. Den är ofta obegriplig för dem som nyligen har kommit in i verksamheten. Det är viktigt att klienten så snabbt som möjligt bekantar sig med denna terminologi. Om klientens karriärinriktning har ändras på ett markant sätt är det dessutom viktigt att han sätter sig in i hela branschens jargong.

Förståelse för medarbetarna

För att försäkra sig om att klientens nya anställning blir lyckad bör han så snabbt som möjligt skapa en god arbetsrelation till sina kolleger. Detta innebär inte enbart att skapa goda relationer till dem som jobbar på samma avdelning som klienten utan också till de personer på andra avdelningar som han kommer att ha regelbunden kontakt med och som kan spela en stor roll i hans framtida prestationer.

Klienten måste accepteras av sina arbetskamrater på avdelningen. Det är väsentligt att komma ihåg att denna acceptans inte uppstår automatiskt; klienten måste göra sig förtjänt av den. De första månaderna är ett slags invigningsprocess som klienten måste ta sig igenom för att bli accepterad. Under denna tid kommer kollegerna och chefen att testa honom. Detta gäller inte enbart i fråga om hans tekniska kunnande utan också arbetssätt, attityder, värderingar och personlighet. Detta test sker nästan alltid i det undermedvetna, men de äger trots allt rum. Kollegerna behöver bli förvissade om att deras värderingar stämmer överens med din klients (deras nya kollega) och att han/hon har något att tillföra avdelningen.

Det är värt att vidta åtgärder för visa upp klienten utanför avdelningen, närmare bestämt i delar av företaget som han sannolikt kommer i kontakt med. Ett stort problem i dagens företag är bristen på lateral kommunikation över avdelningsgränserna trots att man strävar mot samma mål. Det lönar sig i längden att under de första veckorna av anställningen identifiera och ta till sig ”de interna sederna”, särskilt om han försöker förstå sig på deras prioritering. Klienten bör dessutom vidta sådana åtgärder gentemot leverantörer utanför företaget eftersom han sannolikt kommer att ha regelbunden kontakt med dem.

Utbildning

Om klienten har för avsikt att avancera så högt som möjligt på kortast möjliga tid inom företaget är det av vitalt intresse att han har en utbildning som täcker in de ansvarsområden och plikter som ingår i hans nya befattning. De flesta företag arrangerar nödvändig teknisk utbildning, men ägnar sannolikt mindre tid åt ”mjukare” utbildningsområden, till exempel administration och relationer med andra som han/hon kan vilja uppdatera. Tänk på att skissa upp en utbildningsplan med fokus på klientens behov; den fungerar som en stomme på vilken han bygger sin personliga utveckling.

Under jobbsökningsprocessen har klienten troligen analyserat sig igenom områden som kan anses starka och andra som med fördel bör utvecklas. Utbildning inom företaget och andra utvecklingsmöjligheter som den nya arbetsgivaren kan erbjuda bör betraktas som en viktig resurs i klientens fortsatta karriärutveckling. Med jämna mellanrum (ungefär sex veckor under de första månaderna) bör klienten systematiskt analysera sina behov; han bör dock inte fokusera på de tekniska egenskaperna som oftast kräver den minsta uppmärksamheten. Få klienten att revidera sin utbildningsplan för att införa alla nya utvecklingsbehov som uppstår under arbetets gång. Det är också värt att i största möjliga utsträckning delta i relevanta utbildningar som anordnas av utbildningsbolag utanför företaget. Klienten förväntas ha en viss kompetens redan när han anställs varför han inte bör försvaga sin ställning genom att begära för mycket i fråga om utbildning i början av sin anställning. Glöm inte att böcker och TV-program är en utmärkt källa till självutbildning.

Att förstå sig på sitt jobb

Under urvalsprocessen får kandidaterna en inblick i de ansvarsområden de kommer att ha och den rapportstruktur som råder på deras arbetsplats. Det är dock sällsynt att det första intrycket efter intervjuprocessen är tillfredsställande eller fullständigt. För att klienten ska kunna utföra sina arbetsuppgifter på ett så effektivt sätt som möjligt bör han så snart som möjligt (helst inom ramen för de första sex veckorna) ha en klar bild av:

- Sitt exakta ansvarsområde.
- Företagsledningens förväntningar på honom.
- Befogenhet att fatta beslut.
- Ansvar för budget och administration.
- Avdelningens struktur.
- Avdelningens position i företagets hierarki.
- Avdelningens status. Är den hög? Om inte, varför?
- Lateralansvarsgränser och förbindelser.
- De viktigaste sederna inom företaget och viktiga leverantörer att skapa en fungerande arbetsrelation till.

Prestationsmätning

Idag använder sig de flesta företag av utvärderingssystem vars syfte är att mäta de anställdas prestationer genom en serie tester varefter de tillsammans med företagsledningen sätter upp sina personliga mål. Emellanåt fungerar dock denna process inte alltför bra; vid sådana tillfällen tas den ur bruk. Det är därför viktigt att klienten får några tydliga parametrar och tänkbara mål för hur han på effektivast möjliga sätt kan bidra till företagets framgång. Om

han inte ges sådana målsättningar under sin inledningsfas i företaget bör han hålla sig till chefens riktlinjer angående:

- Jobbets nyckelfunktioner (d.v.s. de områden där klienten kan förväntas tillföra något).
- En serie mätbara målsättningar som följs upp med jämna mellanrum. Dessa kan beskriva vad klienten kan tillföra för att förstärka lönsamheten och utvecklingen för företaget i allmänhet och den avdelning där han arbetar i synnerhet.
- Hur den personliga prestationen mäts och hur ofta den följs upp. Det är också av stor vikt att man tar reda på prestationsmått för det som utförs på hela avdelningen. Därigenom kan man avgöra om målsättningarna är realistiska och möjliga att uppnå. I vissa fall har klienten ingenting att säga till om avseende dessa målsättningar.
- Om företaget inte systematiserar sina målsättningar kan det vara en bra idé att rådgivaren i samråd med klienten sätter upp en serie mål som klienten kan försöka uppnå. Låt chefen ta del av klientens personliga mål. De bör stå i relation till vad klienten kan tillföra företaget samt arbetsaspekter som han själv kan påverka, till exempel marknadsföringsinitiativ och säljtåtgärder. Denna informella prestationsmätning kan vara ovärderlig för klientens möjligheter att övervaka sin utveckling under de första månaderna på det nya jobbet.

Karriärplanering

Förutom de ovan nämnda områdena, som rör klientens inledningsfas på ett jobb, bör han också ta sig tid till en mer långsiktig karriärplanering. Under jobbsökningsprocessen kan han ha gjort en systematisk analys av olika karriäralternativ. Det är viktigt att karriärplaneringen inte avstannar så snart klienten har fått en ny anställning. För många är karriärplaneringen alltför inriktad på befordringsmöjligheter i stället för möjligheten att utveckla sina egna kunskaper och förmågor. De tillbringar en kort tid i en helt ny arbetsmiljö eller så vidtar de positiva åtgärder för att förstärka sin nuvarande position.

Nedan ges några förslag som rådgivaren kan vidarebefordra till sin klient för att han ska planera sin karriär i stället för att låta den föra honom dit den vill, vilket sker alltför ofta. Låt honom läsa igenom dessa rekommendationer, men innan dess kan det vara på sin plats att ge honom en kortfattad överblick.

- Fastställ en plan för din karriär. Så snart du har påbörjat en anställning bör du skapa nya mål för din karriär inom företaget. Dessa behöver inte nödvändigtvis beskriva vad du förväntar dig att åstadkomma under de närmaste fem åren. De kan lika gärna utgöras av milstolpar som du kan använda för att värdera din utveckling på kort sikt. Det kan rekommenderas att du följer upp din plan var sjätte månad. Gör nödvändiga justeringar för efter att ha reflekterat över de mål du uppnått, din personliga utveckling samt förändringar inom företaget.
- Spara material som visar vad du har åstadkommit. Du har antagligen reflekterat över vad du har åstadkommit under tidigare anställningar och lagt in några av dessa prestationer i ditt CV. De kan ha varit till stor hjälp när du fick din nuvarande anställning. Det är därför viktigt att du sparar material som visar vad du har åstadkommit på din nuvarande position. Det är till nytta dels vid uppföljningar av vad du har åstadkommit, dels för framtida bruk när du byter position inom eller utanför företaget.
- Behåll dina kontakter. Du har antagligen knutit ånga nya kontakter under jobbsökningsprocessen. Det kan vara värt att behålla detta nätverk också när du har

påbörjat din nya anställning eftersom du kan komma att behöva utnyttja det i framtiden, kanske för att sälja företagets tjänster eller i något marknadsföringssyfte. Det är dessutom artigt att låta kontakterna veta hur du utvecklas i din nya roll. Du bör också vara beredd att återgälda det som dina nätverkskontakter har gett dig, till exempel genom att hjälpa någon annan i hans jobbsökningsprocess.

- Gör dig synlig utanför företaget. För att du ska kunna utveckla din karriär i en positiv riktning är det sannolikt inte tillräckligt att du gör ett bra jobb. Folk utanför företaget behöver få kännedom om dina förmågor; det är enbart till nytta för dig att bli känd utanför dina egna ansvarsområden. Ditt nätverk kan utvidgas ytterligare om du skriver artiklar till tidskrifter inom yrket eller att delta i yrkesrelaterade föreningar eller handelskammare.
- Utveckla dina starka sidor. Jobbsökningsprocessen får dig oundvikligen att betona dina starka sidor. Du har troligen stärkt din insikt om vad du är bäst på. Du kommer att behöva utvecklas ytterligare när det handlar om att förvärva nya kunskaper, ny kompetens och ny erfarenhet. Du bör hela tiden vara öppen för att lära dig nya saker, vara känslig för företagets behov samt de kunskaper och beteenden de försöker förmedla till dig. Du bör också se förändringar inom företaget som ett tillfälle att lära dig nya saker. Idag förändras företagen snabbare än någonsin, inte minst på grund av den allt hårdare konkurrensen. Det är därför sannolikt att den som inte är beredd att underkasta sig dessa förändringar avskedas. Det är alltid värt att komma ihåg att arbetsmarknaden är just en marknad. Om du tar lärdom av dina erfarenheter och förvärvar ny kompetens är det troligt att du, när du återinträder på arbetsmarknaden, har mer att erbjuda dina framtida arbetsgivare än du har idag.

Målsättningar utanför jobbet

Jobbsökningsprocessen kan också ha hjälpt klienten att fokusera på vad han vill åstadkomma utanför jobbet. De har kanske redan satt upp sina mål avseende fritidsaktiviteter och personlig utveckling. Också dessa mål bör följas upp. När ett mål har uppnåtts kan de ersättas av nya. En serie gripbara mål utanför arbetet kan bidra till att förbättra klientens livsbalans och ge honom ett tillfälle till avkoppling och att befria sig från arbetsrelaterad stress. Ungefär var sjätte månad kan det vara på sin plats att analysera den personliga utvecklingskurvan och justera sina målsättningar uppåt eller neråt.

Personligt ledarskap

Nyckeln till en framgångsrik karriär finns i allt större omfattning i klientens förmåga till att själv planera sin karriär. Det blir alltmer orealistiskt med företag där det finns en person som arbetar med att hjälpa de anställda med karriärplanering. Man måste vara beredd på att själv ansvara för detta. Det är naivt att tro att enbart lojalitet mot företaget räcker till för att man ska nå målen med sin karriär. I framtiden kommer det viktigaste troligen att bestå i att klienten kan anpassa sig till förändrade arbetsvillkor och vara flexibel när det gäller att lära sig nya saker, inte minst i dessa tider av snabb teknisk utveckling.

Nedan följer en checklista med rekommendationer för de första dagarna som rådgivaren bör ge klienten:

- Du bör vara insatt i vad företaget arbetar med.
- Du bör förstå vad du kan bidra med i företagets verksamhet.
- Du bör ta en kopia på företagets senaste årsrapport och läsa igenom den.

- Klä dig mer eller mindre konservativt när du befinner dig på företaget.
- Kom ihåg namnen på dem du presenteras för.
- Ta tid på dig att sätta dig in i företagets tjänsteförmåner. Skjut inte upp detta tills du behöver använda dig av en av dem.
- Ta lärdom av och försök överträffa dem som har lyckats inom företaget. Låt dem gärna fungera som mentorer för dig.
- Skapa ett personligt utrymme, till exempel genom att sätta upp en namnskylt på din arbetsplats så att alla vet vem du är.

Sist men inte minst bör du ge klienten de grundläggande råden om hans nya arbete och framtida möjligheter till karriärutveckling avseende:

A: den dagliga rutinen:

- Gå igenom det du behöver göra under dagen så snart du kommer till arbetet på morgonen.
- Ta dig till jobbet med allmänna färdmedel om du har en möjlighet. Därigenom kan du samla energi och läsa. Ha alltid intressant läsning med dig.
- Ta för vana att skriva ner dina tankar och det du behöver komma ihåg under dagen så snart det dyker upp i ditt minne.
- Kom alltid i tid på morgnarna.
- Ta en kvart på morgonen till att planera dagen; detta ökar sannolikt din produktivitet.
- Inför enbart rutiner som förstärker din produktivitet.
- Var först med att hälsa på morgnarna. Gör det gärna med ett leende.
- Ha munvatten till hands vid skrivbordet om du får dålig andedräkt.
- Se till att ha extra ombyten med dig om det skulle behövas, till exempel skjorta, blus, slip och strumpbyxor.
- Titta dig alltid i spegeln innan du lämnar badrummet.
- Passa alltid tiden vid möten. Ha extra arbete till hands om du väntar på andra.
- Sitt inte och dagdröm under ett möte. Om något avhandlas som du inte har något intresse av kan du alltid ta en titt i din fickkalender och planera din dag ytterligare.
- Åt lunch på jobbet; det besparar dig både tid och pengar.
- Ta en kort promenad varje dag, antingen på morgonen eller i samband med din lunch; detta ökar din produktivitet under resten av dagen.

B: Arbetsetik:

- Sätt tydliga etiska gränser som du aldrig går över, speciellt inte när andra uppmuntrar dig till det.
- Var alltid hederlig. Detta innebär att alltid göra det rätta, även om det inte är populärt eller modernt eller om det strider mot företagets intressen.
- Gör dig ryktbar som en ärlig och hederlig person. Om du har misslyckats med detta tidigare är det nya jobbet ett tillfälle att börja om på nytt. Detta är ett rykte som du måste göra dig förtjänt av. Lev alltid upp till det, både på och utanför arbetet.
- Svär aldrig, inte ens när andra gör det.
- Kom aldrig med smutsiga, rasistiska eller sexistiska skämt. Ignorera dem som försöker dra dem för dig.
- Försök aldrig ljuga, luras eller stjåla, inte ens när frestelsen är stor.
- Höll alltid dina löften. Lov ingenting som du inte är säker på att du kan hålla.
- Gör ingenting som du inte är säker på att du vill göra. Lyssna till samvetets röst.

- Sök alltid det goda hos andra; i så fall är det troligt att de ser det goda i dig.

C: Mellanmänskliga förmågor:

- Prata under 20 procent av tiden och lyssna under 80 procent. Undvik dem som pratar hela tiden.
- Beröm alltid andra som gjort sig förtjänta av det. Ta dig tid att ge komplimanger åt dem som har gjort något bra.
- Avbryt aldrig när någon berättar en historia. Försök aldrig överträffa dem med en bättre historia.
- Le ofta, även när du känner för att rynka på näsan.
- Om någon söker konflikt med dig, försök undvika det. Lugna ner dig innan du svarar.
- Var den person på kontoret som ser till så att de andra ler. Alla älskar en gladlynt person.
- Leta efter lösningar i stället för problem; problemen finns det andra som kan upptäcka.
- När någon berömmar dig för ditt arbete bör du inte säga någonting i stil med "Det var ingenting", eller försöka prata bort det; säg bara "Tack", le och fortsätt. Varken mer eller mindre.
- Livet är inte rättvist. Ibland är inte heller arbetet rättvist. Det finns dagar som man bara måste ta sig igenom på något sätt. Gör det och vänta och se om det dyker upp en lösning under morgondagen; det gör det ofta.
- Var inte den som klagar. På nästan alla arbetsplatser finns det någon som tar på sig rollen som "klagare". Låt någon annan ta på sig den uppgiften och ignorera honom när han försöker pracka på dig sina klagomål.
- Försök att visa upp ett glatt yttre också när du innerst inne är olycklig. Till sist fattar ditt innersta galloppen och vänder.
- Respektera din chef i alla lägen. Baktala inte chefen tillsammans med andra; sådant kan straffa sig.
- Som underordnad måste du vara beredd på att rätta dig efter andras vilja. Underkastelse handlar inte om att lyda order från dem som du är överens med. Underkastelse handlar om att lyda order från dem som du inte är överens med.
- Diskutera aldrig din lön med medarbetarna. Din vägran att diskutera detta kommer att göra dem galna av nyfikenhet. Hur kommer det sig egentligen att du tjänar så mycket mer än de?
- När någon berömmar dig för något som är hela teamets förtjänst bör du vara noga med att dela med dig av berömmet.
- När andra börjar kritisera bör du undvika att ge dig in i kritiken alltför snabbt.
- Var den som bygger upp och inte den som förstör.

E: Utbildning:

- Se till att förstå dig på och dra nytta av företagets utbildningsprogram.
- Lär dig att matcha din utbildning mot det du har lärt dig på företaget.
- Fortsätt med din utbildning. Även om den inte ger någon formell examen bör du göra inläringen till ett livslångt yrke; det tjänar du på.
- Träna upp din kapacitet som maskinskrivare om du är dålig på det. Det kommer att spara omåttligt med tid åt dig under karriären.
- Skaffa dig nödvändig datakunskap. Du behöver inte vara något geni, men försök att följa med i utvecklingen.

- Lär dig att uppträda som ”en lagspelar”. Här betyder individuella utmärkelser ingenting; arbetsgivare förordar lagbedrifter.

F: Ekonomi:

- Det finns annat i livet än välstånd. Pengar får du aldrig för mycket av. Du måste finna ditt välstånd på annat håll.
- Välstånd och lycka är inte samma sak.
- Läs företagets årsrapport varje år. Den ger både historien om det år som gått och visionen om det som kommer. Fokusera dina tankar om karriären på att göra vad du kan för att denna vision ska förverkligas.

G: Karriärutveckling:

- Lär dig vem som är chef åt din chef. Det är denna person som kommer att rekommendera och genomdriva din befordran i framtiden.
- Be din chef att påpeka sidor som behöver förbättras.
- Gör dig känd antingen som den som kommer först på morgnarna eller går sist på kvällarna, eller rentav bådadera. Men gör inte båda sakerna hela tiden. Det är en bra början på din karriär, men det är inte bra för ditt liv som helhet.
- Gör dig ryktbar som problemlösare. Skicka inte det problem som hamnar på ditt skrivbord till någon annan.
- Fråga vad du kan förbättra i framtiden även om det görs regelbundna uppföljningar av vad du åstadkommer.
- Var medveten om det arbete som pågår runt omkring dig. Där ligger din framtida tillväxt i karriären.
- Skaffa kopior av konkurrenternas årsrapporter. Därigenom kan du uppskatta och förstå ditt företags konkurrenssituation på ett bättre sätt.
- Om du älskar det du gör kommer du att lyckas.
- Ät gärna lunch tillsammans med andra på företaget. Därigenom lär du dig mer om företaget och dess olika avdelningar. Låt dem stå för pratet medan du står för lyssnandet.
- Lär dig hur företagets nätverk fungerar. Karriärutveckling handlar mer om att klättra på en spindeltråd än på en stege. Se till att knyta så många kontakter som möjligt.
- Du är inte skyldig någon ditt liv eller ditt jobb. Du har gjort och gör dig förtjänt av det. När du kommer fram till detta har du tagit ett litet steg till i din karriärutveckling.
- Om du gör mer än du får betalt för att göra kommer du så småningom att bli belönad för detta.
- Be aldrig om löneförhöjning bara för att du behöver mer pengar. Be om den för att du är värd mer pengar.

Förutom de arbetsrelaterade råden kan rådgivaren erbjuda sin klient en lista med kunskaper som i första hand rör själva livet. Försök att tala vänligt och inte mästrande. Se till att ge klienten en kopia av listan:

- Livet blir aldrig exakt som vi har tänkt oss. Livet bara ÄR. Det är det vi gör av livet som för det närmare det liv vi vill ha.
- Du själv är den bästa investering du någonsin kommer att göra. Den återbäring du får av denna investering kommer att belöna dig för resten av ditt liv.

- Planera din framtid på ett aktivt sätt. Det som händer i framtiden bör i största möjliga utsträckning förberedas idag.
- Ha stora förväntningar på dig själv, och hoppas på mycket från andra.
- Sätt upp mål i ditt liv. Bryt ner dina långsiktiga mål och gör dem kortsiktiga. Bryt sedan ner de kortsiktiga målen och låt dem sträcka sig ett år framåt. Fortsätt på den vägen: låt årsmålen bli månadsmål, som i sin tur blir veckomål, som i sin tur blir dagmål, som i sin tur blir uppgifter. Försäkra dig om att alla dessa mål och uppgifter skrivs ner på papper. Sedan utför du dem. Då är du på god väg att nå dina långsiktiga mål. Börja använda en fickkalender med fanatisk noggrannhet. Den blir snart din dagliga följeslagare som ser till så att du utför dina mål, långsiktiga liksom som kortsiktiga.
- Var observant: Ta lärdom av dina egna och andras misstag så att de inte upprepas.
- Ta omedelbart ansvar för de misstag du begår. Att förneka dem leder enbart till att misstaget förvärras. Medge att du gjorde fel, och gå sedan vidare. Gör sedan inte om samma misstag igen.
- Alla resor inleds med ett steg. För varje steg du tar kommer målet allt närmare.
- Dela alltid med dig till dem som inte lyckas lika bra som du själv. Det spelar ingen roll hur hårt du har arbetat för att komma dit där du är idag; det finns alltid någon som inte har fått samma chanser som du. Gör ditt bästa för att ge tillbaka någonting.
- Sist, men inte minst: kom ihåg att arbete aldrig får vara din enda mening med livet. Det finns ingen som på sin dödsbädd har sagt: "Om jag ändå hade tillbringat mer tid på kontoret."

25 tips på hur man kan planera sin karriär, baserad på yrkesrådgivarnas personliga erfarenhet:

Dessa tips har verksamma yrkesrådgivare lärt sig genom att lyssna till folk som talar om arbete. Låt klienten jämföra dem med de råd och rekommendationer som listats ovan.

1. Att nå framgång innebär oftast uppoffringar. Om det vore enkelt skulle alla köra omkring i en Porsche.
2. Även om du arbetar för ett stort företag är du i första hand din egen.
3. Ditt arbete kan vara roligt och spännande, men också hårt. Det kräver ansträngningar, planering och utbildning. Likgiltighet och bristande förberedelser straffar sig.
4. Ta tid på dig att värdera dina kunskaper, ditt temperament, din lämplighet; dina naturliga gåvor samt det du gillar och ogillar. Om du behöver hjälp med din planering bör du kontakta en professionell rådgivare.
5. Karriären kan vara din största ekonomiska tillgång. Du kan omgående få betalt efter förtjänst, men undersök marknaden. Över- eller undervärdera inte dina egna insatser.
6. Att hoppa från jobb till jobb inom samma eller olika branscher är ingen karriär. Att börja som kontorist för att sedan avancera till revisor, kontrollant, chefskontrollant, etc; det är en karriär. En karriär utvecklas av sig själv under tidens gång, om man gör bra ifrån sig.
7. Att byta yrkesområde, industri, eller specialområde är svårt; och ju större förändring desto svårare blir det. Välj därför inriktning med omsorg. När du lämnar ett spår i karriären för att pröva på någonting nytt kan det vara svårt att komma tillbaka.
8. Dagens ingenjörsutbildningar är föråldrad inom fem år; det kan du också vara. Om du inte lär dig någonting nytt idag kan du vara ute i kylan imorgon. Detta gäller i synnerhet dem över 40.
9. Betrakta din karriär som en PR-kampanj, som till stor del liknar en politisk valkampanj. Ditt mål är inte enbart att på kortast möjliga tid väcka gillande hos så

många som möjligt; de bör helst fortsätta att tycka om dig. Därför är alla viktiga: man såväl som kvinna, ung såväl som gammal. Visa andra vänlighet och respekt. Gör livet lättare för folk i din närhet; det tjänar din karriär på.

10. Social kompetens är lika viktig som teknisk kompetens eftersom man alltid arbetar tillsammans med andra; detta gäller också i jobb där högkvalitativ teknisk kompetens är ett måste. Det är bättre att vara en social person med genomsnittliga tekniska kunskaper än att vara expert på slipning som drar fördel av andras misstag.
11. Var försiktig med att uttrycka starka känslor i affärssammanhang, speciellt ilska och besvikelse. Visa dina känslor på ett taktfullt sätt.
12. Tillbringa mycket tid tillsammans med folk som du beundrar. Framgång smittar av sig. Ingenting är så värdefullt som "att känna rätt människor" och "att vara på rätt plats vid rätt tillfälle".
13. En positiv attityd och utåtriktat uppträdande är din största tillgång i karriären.
14. Ditt jobb kan ta slut vilken dag som helst, även om du äger företaget. Tänk därför kortsiktigt. Ta inte ditt nuvarande tillfälle för givet. Känn dig alltid arbetslös när du vaknar och bevisa din storhet. Uppskatta ditt jobb, men tänk på vad du skulle vilja göra sedan. Det är aldrig fel att ha en "plan B".
15. Förebrå inte någon tidigare arbetsgivare för att du blivit avskedad, annat än i undantagsfall. Rannsaka dig själv i stället. Fråga dig själv vad du kunde ha gjort bättre. Jobba sedan med att förbättra dina svaga sidor även om du anser att det var arbetsgivarens fel. Det lönar sig inte att leva i det förflutna.
16. Om du blir av med jobbet är 80 procent av jobbsökningsprocessen redan genomförd. Ditt rykte angående prestationer och social kompetens har redan spritts. Du kommer att vara efterfrågad om du har varit produktiv, vänlig och lätt att samarbeta med. Annars inte.
17. Dina vänner är dina främsta allierade, både i livet och karriären; inte minst när du söker jobb. Ingen är bättre lämpad att hjälpa dig än dem som känner dig. Gör en lista med dina affärsmässiga och personliga kontakter och se till att behålla dem, också när du har fått ett nytt jobb.
18. Arbetsgivare anställer i första hand sina vänner. De anställer främlingar enbart när de inte kan anställa någon som de känner och litar på. När ett företag anställer någon ur en grupp "utomstående" gör de omsorgsfulla val och intervjuer. Förutom att uppdatera dina kunskaper består din viktigaste karriärstrategi i att ha många vänner.
19. Dina prestationer är din inträdesbiljett till framtiden. De avgör vilken marknad du är mest lämpad för. När du säljer dig själv är det resultat som räknas. Försök att bidra på ett påtagligt sätt varje dag. Anteckna dina prestationer och resultat.
20. Låt dig aldrig bli arbetslös, inte ens för en dag. Hoppa in som frivillig, arbeta deltid temporärt, hjälp en vän med hans/hennes jobb.
21. Kärlek, glädje, vänskap och tid för dig själv är lika viktigt som att åstadkomma något stort. Om karriären är ditt liv är du mottaglig för besvikelse och utbrändhet. Den som är utbränd brukar hamna utanför marknaden.
22. För stor framgång kan bli din död. Lär dig vad som är gränsen för det rimliga. Om du misstänker att du håller på att bli utbränd kan du ha rätt. Utbrändhet är oftast förekommande bland de mest framgångsrika. De kräver för mycket av sig själva och andra i deras omgivning. Försök att hitta den rätta ballansen.
23. Stanna inte kvar i ett jobb som du avskyr. Om du avskyr dina dagliga rutiner kan det vara förödande både för din egen hälsa och för folk i din omgivning, inklusive dina närmaste anhöriga. Ta en risk! Gör något! Åstadkom en förändring!
24. Hitta inga ursäkter när någonting går snett. Säg såhär till dig själv om du ställs inför en utmaning: "Jag har kontroll på min egen framtid. Ingen kan missunna mig ett lyckligt

liv om jag planerar och arbetar för det. Ingen kan stoppa mig från att lyckas, ingen utom jag själv.”

25. Var beredd på att dela med dig av dina expertkunskaper.

9 Slutkommentar

Denna manual om karriärutveckling för yrkesrådgivare gör inga anspråk på att täcka in alla situationer som en rådgivare kan ställas inför. Livet är så rikt (och människor så olika) att ingen bok eller vetenskap kan beskriva dem till punkt och pricka.

Kom ihåg att böckerna enbart kan ge dig en *input*, en grund för ditt yrke. Som yrkesrådgivare har du mer att lära av ditt yrke än av alla manualer i världen. Men som professionell yrkesman behöver man naturligtvis några ”instrument” som kan assistera i yrket.

Inom ramen för DYCS-projektet som stöds och sponsras av EU:s Leonardo Da Vinci-program, har vi utvecklat några redskap som kan vara yrkesrådgivaren till hjälp under hans dagliga arbete. Vi hoppas att du använder dem och att de är till hjälp i ditt yrke, och i din karriärutveckling.