

Het Perfecte Interview

Met het Perfecte Interview willen we je heel compact wat adviezen geven die jou kunnen helpen om jezelf voor te bereiden op je interview bij de opdrachtgever.

3 B's

Uiteraard moet je goed snappen wáár je op gesprek gaat en wat er mogelijk speelt bij het bedrijf of in de branche. En als dat niet online te vinden is dan kun je hier mooie vragen over stellen.

De 3 B's geven een goed houvast:

1. Bedrijf

- Wat verkoopt het bedrijf en aan wie?
- Wat is het "verhaal" van het bedrijf?
- Hoe onderscheidt het bedrijf zich?
- Wat is de uitstraling van het bedrijf?
- Wat zijn de marketing doelstellingen?
- Hoe ziet de marketing organisatie eruit?

2. Branche

- In welke branche opereert het bedrijf?
- Wie zijn de concurrenten?
- Wat zijn belangrijke ontwikkelingen en trends?

3. Baan

- Wat is het doel van de baan?
- Welke verantwoordelijkheden krijg je?
- Wat zijn de belangrijkste uitdagingen?
- Waar staat de positie in het organogram, aan wie rapporteer je?
- Wat zijn de doorgroeimogelijkheden?

Gesprekspartner(s)

Met wie zit je aan tafel tijdens je sollicitatiegesprek en hoe kun je hier jezelf optimaal op voorbereiden?

Bekijk zijn/haar profiel op LinkedIn (LI) en check carrière. Lees ook welke activiteiten hij/zij heeft ondernomen op LI, dat zegt iets over interesse.

Bereid relevante vragen voor over de persoon, zoals de reden waarom bepaalde stappen zijn genomen in carrière (en met name naar huidige werkgever) of refereer naar een artikel dat hij/zij heeft gepubliceerd op LI.

Wat is de positie van de gesprekspartner in de DMU?

Zit je met de Hiring Manager of met HR/Recruiter? Dat maakt nogal een verschil. De één wil vooral kijken of je bij de organisatie past, de ander hoe het zit met je marketing trackrecord. De één houdt van een directe manier van communiceren, de ander is wat bedachtzamer. Stem optimaal af op je gesprekspartner en zijn/haar belangen en stijl.

Personal Branding

Je bent nu even de Marketing Manager van jezelf. Dat betekent dat je moet nadenken over wat je wil uitstralen. Wat is je kracht, welke problemen los jij op, welke waarde voeg jij toe? Je "brochures" zijn je CV en je LinkedIn profiel, die moeten volstrekt helder en unaniem zijn over jouw "branding".

Vertaal alles naar een sterke "pitch"; binnen 60 seconden moet jij in staat zijn om jezelf neer te zetten. Deze mag je ook best noemen op je CV en LinkedIn profiel. Oefen de pitch totdat je hem overtuigend kunt brengen!



Het interview

Tijdens het interview ben jij de verkoper van jezelf. Voor verkopers is dat soms wat comfortabeler dan voor marketeers. Ook die fase is goed voor te bereiden, hier wat adviezen.

Interview methode

Professionele interviewers hebben zo hun methodes om erachter te komen of jij het in je hebt. Het goede nieuws is dat jij je hier op kunt voorbereiden.

De bekendste methode is de STARR-techniek:

S **Situatie:** Je gaat op zoek naar een situatie in je werkverleden waarin je kunt laten zien dat je over de benodigde competenties beschikt.

Bedenk overtuigende voorbeelden die vrij recent plaatsvonden, voorbeelden ouder dan 5 jaar zijn verjaard. Belangrijk; zorg er voor dat je minstens drie goede voorbeelden kunt geven.

T **Taak:** Beschrijf dan in het kort wat jouw taak was binnen het voorbeeld. Dus niet “we” maar “ik” deed dit en dat.

A **Actie:** Daarna benoem je de zaken die je feitelijk hebt gedaan om het probleem op te lossen of het doel te realiseren, dus de acties.

R **Resultaat:** Bij marketing gaat het om resultaten, dus geef aan wat de case jou of het bedrijf heeft opgeleverd in omzet, een specifieke klant of conversie of vindbaarheid uitgedrukt in concrete cijfers.

R **Reflectie:** Welke inzichten heb jij gekregen uit deze situatie en wat heb je hiermee gedaan?

Communicatie

Een paar eenvoudige maar belangrijke tips:

De eerste indruk telt: veel interviewers laten hun eerste indruk zwaar wegen in hun beoordeling. Wat zeggen ze, wat voelden ze? Sales is voor een groot deel uitstraling, maar ook marketeers worden daar op gescand. Check de uitstraling van het bedrijf en denk echt even na over de wijze waarop jij je daar wil presenteren. Bij twijfel geldt beter overdressed dan andersom, want daar kun je behoorlijk onzeker van worden.

Luister goed naar de vragen en beantwoord deze zo to-the-point mogelijk.

Maak aantekeningen, dat laat zien dat je actief, alert en geïnteresseerd bent.

Wees rustig, hoe meer rust je kunt uitstralen hoe meer senioriteit je laat zien.

Communiceer op gelijkwaardig niveau. Je gesprekspartner mag dan misschien aan de touwtjes trekken, maar jij bent de persoon die zijn/haar problemen gaat oplossen. Vergeet dat niet!

“Spuug niet in de ruif waaruit je hebt gegeten”, oftewel spreek met respect over je vorige werkgevers en ga niet met modder gooien. Wees integer.

Laat zelfreflectie zien, wees eerlijk over gemaakte fouten en vertel wat je er van hebt geleerd.

Neem verantwoordelijkheid voor alles wat je hebt gedaan, leg de schuld voor eventuele missers niet buiten jezelf.

Stel bijvoorbeeld aan het einde van het interview de vraag “heb je een goed beeld van mij gekregen?” In hoeverre zie je mij zitten op deze plek?” Een goede verkoper vraagt om de deal en zorgt er voor dat eventuele bedenkingen nog tijdens het gesprek worden genomen.