

Studiehandleiding Solliciteren



Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Voorbereidingsfase	4
2. Inhoud en opbouw van de sollicitatiebrief	7
2.1 Inhoud sollicitatiebrief	7
2.2 Opbouw sollicitatiebrief	8
3. Curriculum vitae, formuleren en verzorging	11
3.1 Het curriculum vitae	12
3.2 Formuleren: stijl en toon	15
3.3 Controle en revisie	17
4. Invulling van de communicatieve aspecten	18
4.1 Doel: het appellerend aspect	18
4.2 Inhoud: het zakelijk aspect	19
4.3 Toon: het relationele aspect	21
4.4 Indruk: het expressieve aspect	23

Inleiding

In de gehele handleiding wordt gemakshalve gesproken over “bedrijf”. Overal waar “bedrijf” wordt genoemd bedoelen we ook “organisatie” of “onderwijsinstelling”. Tevens spreken we over de mannelijke vorm stagiair, uiteraard bedoelen we daarmee ook de vrouwelijke vorm stagiaire.

In deze studiehandleiding geven we aanwijzingen voor het schrijven van een sollicitatiebrief. Wie deze aanwijzingen ter harte neemt, zal naar ons oordeel zeker in staat zijn een behoorlijke of zelfs goede sollicitatiebrief te schrijven. Daarmee is, wat ons betreft, de kous af: een goed geschreven sollicitatiebrief is helaas geen enkele garantie voor het daadwerkelijk verkrijgen van de gewenste plaats.

Als een bedrijf bijvoorbeeld geen stageplaats of stagementor beschikbaar heeft, dan levert geen enkele brief resultaat op, hoe briljant geschreven ook. Anderzijds is het ook denkbaar dat een bedrijf graag een stagiaire aan wil nemen en de keus laat vallen op de eerste de beste die zich aandient, hoe weinig geslaagd zijn brief misschien ook is.

Heeft het dan nog wel zin om veel energie te steken in het schrijven van een sollicitatiebrief? Zeer zeker. Je moet je namelijk goed realiseren dat het in veel gevallen zo is dat je niet de enige bent die het bedrijf benadert met een verzoek er stage te mogen lopen. De concurrentie van studenten van andere scholen is groot. Het is in deze situatie dat de kwaliteit van je sollicitatiebrief een doorslaggevende rol gaat spelen. Een goed geschreven brief vergroot je kansen.

Er is nog een andere veelvoorkomende situatie waarin de kwaliteit van je brief doorslaggevend kan zijn: het bedrijf waarnaar je schrijft, weet eigenlijk nog niet of het wel plaats heeft voor een stagiaire: men 'heeft er nog niet over nagedacht'. Een vakkundig geschreven brief kan de interne besluitvorming dan sterk in jouw voordeel beïnvloeden. Maak dus werk van je sollicitatiebrief! We hebben in deze studiehandleiding geen modelbrieven opgenomen; de enige complete brieven die je zult aantreffen, zijn voorbeelden van hoe het liever niet moet. Een sollicitatiebrief is namelijk, een persoonlijk visitekaartje, waarin ieder zijn eigen vorm zal moeten vinden.

Als je zelf voor de klus staat een sollicitatiebrief te schrijven, neem dan eerst deze studiehandleiding door; die is bedoeld om je een helpende hand te bieden bij 't schrijven. Ben je na het schrijven van je sollicitatiebrief nog niet overtuigd van de juiste aanpak of formulering, raadpleeg dan je studieloopbaanbegeleider.

1. Voorbereidingsfase

Een goede sollicitatiebrief krijg je door een optimale invulling van de vier aspecten van het communicatiemodel. Een goede invulling van het zakelijk aspect is hierbij een minimale voorwaarde, een goede invulling van het relationeel-expressieve aspect weegt bij een sollicitatiebrief eveneens heel zwaar.

Hoe kun je nu zo'n optimale invulling van de vier aspecten krijgen? In dit hoofdstuk geven we je daar een aantal aanwijzingen voor. Hiertoe bespreken we onder andere activiteiten die je onderneemt bij het zoeken naar een stageplaats: een oriëntatie op je eigen wensen en mogelijkheden én een oriëntatie op bedrijven. Een goede oriëntatie is nodig om tot een goed gemotiveerde keuze van een stageplaats te komen; een goede oriëntatie biedt je tevens mogelijkheden tot een optimale invulling van de vier aspecten in je sollicitatiebrief. We beperken ons hier tot dit laatste; voor aanvullende informatie over het zoeken van een stageplaats verwijzen we naar de [sollicitatieportal](#).

Bij de oriëntatie op je eigen wensen en mogelijkheden gaat het om vragen als:

- Naar wat voor (type) bedrijf gaat mijn voorkeur uit, en waarom?
- Naar wat voor soort werkzaamheden gaat mijn voorkeur uit en waarom?

Bij de oriëntatie op bedrijven gaat het vooral om de vraag: waarom kies ik juist voor dit (type) bedrijf? In de loop van je oriëntatie moet je in staat zijn dit soort vragen te beantwoorden. Hiertoe verzamel je informatie uit diverse bronnen. Voor de sollicitatiebrief is met name de oriëntatie op bedrijven belangrijk; hier gaan we nu wat dieper op in.

Bij de invulling van het zakelijk aspect van je sollicitatiebrief moet je voorkomen dat je tevéél informatie geeft: als je uitvoerig aan de lezer uitlegt wat hij al weet, kan dat irritatie oproepen. Te weinig informatie kan echter ook schadelijk zijn voor het welslagen van je verzoek om een stageplaats: je krijgt misschien een volkomen verkeerd aanbod, als je vergeet je studierichting te vermelden. Voor de invulling van het relationele aspect moet je een indruk hebben van het bedrijf: wil men graag een formele benadering of juist niet. Maar voor alles is het noodzakelijk om te weten wie je lezer nu precies is en aan wie je je brief precies dient te richten! Houd dus bij je oriëntatie op bedrijven steeds in de gaten dat dit ook een oriëntatie op je lezerspubliek is!

Voor je oriëntatie bekijk de tegel "[Oriëntatie](#)" in de sollicitatieportal.

Relevante informatie over stagemogelijkheden bij 'nieuwe' bedrijven kun je ondermeer verkrijgen door contact met het bedrijf zelf op te nemen, door te bellen of eens bij het bedrijf langs te gaan.

Vraag in dat geval naar een medewerker van de afdeling Personeelszaken voor een eerste ingang in het bedrijf. In sommige gevallen word je in tweede instantie in contact gebracht met een eventuele toekomstige bedrijfsmentor. Let op: zorg ervoor dat je de naam, afdeling en functie weet van degene(n) met wie je gesproken hebt; als je een naam misschien niet goed hebt verstaan, vraag hier dan aan het eind van het gesprek nog even naar. Als je de naam van

je contactpersoon gaat gebruiken voor je brief, als geadresseerde of ter introductie in de openingsaline, zorg er dan voor dat je die naam op de juiste wijze schrijft, inclusief de juiste initialen. Het zijn details, maar wel hele belangrijke: het staat erg slordig als je de naam van de geadresseerde fout geschreven hebt!

In verband met de invulling van het zakelijk en relationele aspect van je brief kun je in zo'n telefoongesprek de volgende onderwerpen aan de orde laten komen

- de stage zelf;
- de school;
- de inhoud van de sollicitatiebrief.

We bespreken deze punten hier even kort.

Over de stage

Heeft het bedrijf een stageplaats voor je? Zo nee: is het bedrijf misschien bereid een stageplaats te creëren? Is het bedrijf bekend met het doel en de aard van de stage (gebruik hiervoor je studiehandleiding)? Heeft het bedrijf ervaring met hbo-stagiairs en heeft het ervaring met jouw specifieke opleiding?

Over de school

Is het bedrijf bekend met jouw studierichting? Als het bedrijf niet of slecht op de hoogte blijkt te zijn met jouw studierichting, dan kun je misschien door enige informatie te geven in het gesprek, het bedrijf stimuleren over een mogelijke stageplaats na te denken. Die bereidheid zal minder groot zijn als het bedrijf niet weet wat het van een student van een specifieke opleiding kan verwachten.

Over de brief

Aan wie moet je een eventuele sollicitatiebrief precies richten? Wil men het per post of liever digitaal ontvangen of vraagt men via hun website een sollicitatieformulier in te vullen waarbij je een cv kan uploaden?

De hierboven genoemde onderwerpen kun je aan de orde stellen in een eerste oriënterend gesprek. Bij volgende contacten met het bedrijf (bijvoorbeeld om je stage definitief te regelen), zul je specifiek overleg moeten hebben. Mogelijke onderwerpen: je stageactiviteiten, eventuele stagevergoeding, de secundaire arbeidsvoorwaarden, enzovoort.

Resumerend: door je oriëntatie op bedrijven heb je tevens een oriëntatie op het lezerspubliek van je sollicitatiebrief gemaakt; je weet als schrijver wat de voorkennis van de lezer is en je weet enigszins hoe je de lezer moet benaderen - hierdoor kun je je brief zo goed mogelijk op die lezer afstemmen, waardoor je het effect van je brief positief beïnvloedt.

Kruiwagens?

Tot slot van dit hoofdstuk nog een enkele opmerking over 'kruiwagens'. Je verzoek om een stageplaats maakt waarschijnlijk meer kans, als je een of andere ingang bij het bedrijf hebt. Zo'n kruiwagen kan zijn: een kennis of een familielid in het bedrijf, een stagiair die in het bedrijf goed bevallen is; een voorafgaand contact met een medewerker van het bedrijf, een

telefoontje of eigen bezoek; een tip van een docent-begeleider of van het Praktijkbureau. Als je van zo'n contactpersoon gebruik wilt maken in je brief, bijvoorbeeld ter introductie in de openingsalinea, dan moet je een paar dingen in acht nemen:

- Overleg met de betreffende persoon over het al dan niet noemen van zijn of haar naam.
- Het noemen van de naam van een contactpersoon heeft alleen zin als de lezer van je brief de betreffende persoon kent; soms moet je naast de naam nog wat aanvullende gegevens geven om het geheugen van de lezer op te frissen. Moet je teveel informatie geven om duidelijk te maken wie je contactpersoon is, dan kun je de vermelding daarvan misschien beter achterwege laten.
- Gebruik je contactpersoon niet al te nadrukkelijk in je brief; uiteindelijk gaat het om jouw kwaliteiten, waardoor je aantrekkelijk bent voor het bedrijf.

We hebben het hier over 'kruiwagens' in een zeer ruime betekenis gehad, met inbegrip van het (niet expliciet genoemde) begrip 'referentie'; hierover vind je nadere informatie bij de bespreking van het curriculum vitae. Nu nog een voorbeeld van een bijzondere 'kruiwagen': de schrijver zelf:

“Zoals u bekend is, heb ik in 2014 bij ASR stage gelopen voor mijn mbo-opleiding op de afdeling Transport. De daarbij opgedane ervaring en het feit dat binnen ASR ook de nodige aandacht besteed wordt aan de begeleiding van stagiairs, heeft mij ertoe gebracht ook nu weer om een stageplaats bij uw bedrijf te vragen”.

Dit is een fragment van een brief uit 2016; de vermelding van de mbo-stage in 2014 is natuurlijk alleen zinnig als je als schrijver zeker weet dat de lezer hiervan op de hoogte is. Zo niet, dan heb je te weinig informatie gegeven en is het '*Zoals u bekend is...*' een loze kreet.

Ook het expressieve en relationele aspect van een sollicitatiebrief kunnen verkeerd op de lezer afgestemd zijn; we hebben dan te maken met een verkeerde toon of stijl. Voorbeelden hiervan worden besproken in paragraaf 3.2 over formuleren.

2. Inhoud en opbouw van de sollicitatiebrief

Een sollicitatiebrief is in feite een met redenen omkleed verzoek, dat bovendien aan de bekende briefconventies moet voldoen. In de eerste paragraaf van dit hoofdstuk geven we aan welke informatie de sollicitatiebrief dient te bevatten. Op welke manieren je je brief kunt opbouwen komt in de daaropvolgende paragraaf aan de orde. Een aantal aanvullende opmerkingen over de verzorging van de sollicitatiebrief (en met name over de inrichting van het bij de sollicitatiebrief behorende curriculum vitae) vind je in het volgende hoofdstuk.

2.1 Inhoud sollicitatiebrief

Centraal in de sollicitatiebrief staat het verzoek om een stageplaats. Nederland zou een luilekkerland voor stagiairs zijn, wanneer ieder aangeschreven bedrijf al bij voorbaat positief op dergelijke verzoeken zou reageren. Zo is het dus niet.

Er is echter al veel gewonnen als je je er rekenschap van geeft dat aan de beslissing om een stageplaats beschikbaar te stellen ook binnen het bedrijf een bepaalde afweging voorafgaat. Daarbij zal het gaan om vragen als: wat wil de student precies, kunnen we iets aan deze stagiair hebben, is er iemand in het bedrijf aanwezig die over voldoende tijd beschikt om de begeleiding op zich te nemen, kunnen we een stagiair een zinvolle opdracht verschaffen, hoe zijn onze ervaringen met stagiairs van deze school of opleiding tot nu toe, welke van de stagiairs die zich voor een beschikbare plaats hebben aangemeld, lijkt het beste?

Op een aantal elementen in deze afweging zal je met je brief nauwelijks invloed kunnen uitoefenen. Natuurlijk is het wel zo dat de neiging om bovenstaande vragen positief te beantwoorden een stuk groter wordt, wanneer de briefschrijver een goede indruk heeft achtergelaten op de lezer. Wat zoal kan bijdragen tot het vestigen van zo'n goede indruk komt in hoofdstuk 4 nader aan de orde, met name bij de bespreking van het expressieve aspect.

Als we het vestigen van een positieve indruk even als de aanval beschouwen, dan is het vermijden van een negatieve indruk de verdediging. En die verdediging dient bij een sollicitatiebrief in ieder geval in orde te zijn. Je zult in je brief namelijk op een aantal punten informatie moeten verschaffen, informatie die onder andere een rol speelt bij de vragen die hierboven werden opgesomd. De lezer verwacht zonder meer een aantal gegevens in je brief aan te treffen en zal zich onaangenaam verrast tonen als dergelijke gegevens ontbreken. Wanneer je dus verzuimd hebt, zoiets vanzelfsprekends te vermelden als de periode waarin je het bedrijf met je aanwezigheid dacht te vereren, of de naam van de school waaraan je studeert, dan kan dat tot gevolg hebben dat de lezer van je brief je verzoek onmiddellijk voor gezien houdt. Het verschaffen van de juiste informatie is dus essentieel. Een goede sollicitatiebrief bevat in ieder geval vier punten:

- 1) een expliciet geformuleerd verzoek;
- 2) informatie over de opleiding;
- 3) informatie over de stage;
- 4) informatie over jezelf.

Ad 1) Een expliciet geformuleerd verzoek:

Veelal zal het om een *direct* verzoek gaan: onomwonden vraagt de brieven-schrijver of het bedrijf een stageplaats voor hem beschikbaar heeft. Je kunt echter ook kiezen voor een *indirect* verzoek. Als het erg onzeker is of een bedrijf überhaupt stageplaatsen te vergeven heeft, of als je vermoedt dat het verzoek om een stageplaats om wat voor reden dan ook nogal gevoelig ligt binnen het bedrijf, dan kun je een omzichtiger tactiek volgen. Je vraagt in dat geval niet om een stageplaats zelf, maar om inlichtingen over de mogelijke beschikbaarheid van een stageplaats of om hulp bij het zoeken van een bedrijf of instelling dat jouw wensen op stagegebied zou kunnen vervullen. Brieven volgens deze opzet zijn echter in niets te onderscheiden van werkelijke verzoeken om hulp of informatie. Het antwoord op een dergelijke brief zal dan ook veelal informatief van aard zijn, maar het is ook heel wel mogelijk dat je naar aanleiding van je brief een stageplaats in het bedrijf krijgt aangeboden.

Ad 2) Informatie over de opleiding:

Maak duidelijk aan welke school je studeert, welke studierichting en eventuele afstudeerrichting je volgt, hoeveelstejaars je bent, en, als je mag aannemen dat de ontvanger daar weinig van af weet, wat de opleiding en studierichting van jouw keuze nu eigenlijk inhoudt. Zo weet de buitenwereld in het algemeen goed wat Bedrijfseconomie inhoudt, Culturele en Maatschappelijke Vorming is wellicht minder bekend. In dit geval doe je er dus goed aan even kort duidelijk te maken wat deze afstudeerrichting eigenlijk inhoudt.

Ad 3) Informatie over de stage:

Geef aan hoe lang je stage duurt en in welke periode hij valt. Als je het nuttig acht, geef dan ook het doel van de stage, de aard van de stageopdracht, wensen met betrekking tot de inhoud van de stageopdracht en de afdeling waar je stage zou willen lopen.

Ad 4) Informatie over jezelf:

Beperk de informatie over jezelf tot een minimum. Je persoonlijke gegevens zoals naam, adres, telefoonnummer enzovoort kun je vermelden in het curriculum vitae (zie concrete uitwerking in paragraaf 3.1 van deze studiehandleiding).

2.2 Opbouw sollicitatiebrief

Uit de voorgaande paragraaf zal duidelijk gebleken zijn welke informatie de sollicitatiebrief in ieder geval dient te bevatten. Over de volgorde waarin die informatie te verschaffen, hebben we tot dusver niets gezegd. In deze paragraaf bespreken we twee globale opbouwmodellen voor de sollicitatiebrief, waarbij we bepaalde porties informatie met trefwoorden aanduiden. Hoe de porties zijn samengesteld en in welke volgorde de ingrediënten moeten worden toegevoegd, is hier van ondergeschikt belang.

We beperken ons hier tot brieven waarin een direct verzoek wordt gedaan, dus waarin expliciet om een stageplaats wordt gevraagd. Wat de opbouw van de sollicitatiebrief aangaat, maakten we onderscheid tussen de *directe* en de *indirecte* opbouw.

Aangezien het verlenen van een stageplaats voor de meeste bedrijven min of meer een routinekwestie is, gaat onze voorkeur uit naar het directe opbouwmodel. Bij deze opbouw speel je namelijk vanaf de eerste alinea open kaart, zodat de lezer direct weet wat de bedoeling is. Je hanteert zodoende een zakelijke aanpak die als het ware vraagt om een zakelijke, snelle beslissing. De volgorde van deze opbouw kan in essentie gekenschetst worden als: **verzoek, gevolgd door motivatie**.

Directe opbouw

- 1) openingsalinea, waarin:
 - het verzoek om een stageplaats

- 2) *middendeel* (één of meer alinea's) waarin:
 - informatie over school & studierichting;
 - informatie over de stage;
 - informatie over jezelf + een verwijzing naar het cv;
 - hoe je aan dit bedrijf bent gekomen;
 - motivering voor juist dit bedrijf;
 - eventuele wensen wat betreft de stage en de stageopdracht.

- 3) slotalinea, waarin:
 - een verzoek om een reactie

Als je echter verwacht dat het bedrijf niet erg genegen is stagiairs aan te nemen, dan zou het tweede opbouwmodel wel eens effectiever kunnen zijn. Je begint dan in feite met het wegnemen van weerstanden, zodat het verzoek, waarmee je pas daarna op de proppen komt, meer kans krijgt. Deze volgorde kun je typeren als: **overwegingen, gevolgd door verzoek**.

Indirecte opbouw

- 1) openingsalinea, waarin:
 - interesse voor het bedrijf;
 - eventuele aanleiding voor die interesse;

- 2) *middendeel* (één of meer alinea's), waarin:
 - informatie over school & studierichting;
 - informatie over jezelf;
 - informatie over de stage en het probleem een geschikte stageplaats te vinden;
 - wensen wat betreft de stage en de stageopdracht;
 - conclusie: geschiktheid van het bedrijf voor de vervulling van jouw stage.

- 3) slotalinea, waarin:
 - het daadwerkelijke verzoek om een stageplaats en een verzoek om een reactie

Ter illustratie volgen hier de openingsalinea's van een brief waarin de directe opbouw is gevolgd, en van een tweede brief, die gekenmerkt wordt door een indirecte opbouw:

Openingsalinea 1)

Geachte heer Hoogerheide,

Tijdens het zoeken naar een stageplaats in het kader van mijn opleiding kreeg ik contact met Roel de Knijff, die vorig jaar bij u stage gelopen heeft. Naar aanleiding van zijn enthousiaste verhalen over zijn stage bij uw bedrijf en over Brazilië wil ik u vragen of ik bij u stage zou kunnen lopen in de maanden april, mei en juni 2003.

(...)

Hoogachtend

Openingsalinea 2)

Geachte mevrouw/meneer,

Als tweedejaars student aan de Hogeschool Utrecht, opleiding Commerciële Economie, word ik gedurende de periode van 15 april tot en met 15 juli 20.. in de gelegenheid gesteld stage te lopen. Om deze geboden mogelijkheid optimaal te benutten, ben ik zo snel mogelijk begonnen te onderzoeken welke bedrijven bereid zijn mij een leerzame stageperiode te verschaffen.

Ik schrijf u naar aanleiding van een advertentie in Elseviers Weekblad van begin augustus, waarin speciaal gevraagd werd naar een commerciële HBO-student. Hieruit heb ik afgeleid dat u reeds vertrouwd bent met de opleiding CE. Hopelijk heeft u ook al enige ervaring gehad met stagiairs, wellicht zelfs van onze hogeschool.

(...)

Wanneer de mogelijkheid bestaat een stage te lopen bij de NV Heidemaatschappij Beheer, dan zou ik daarvoor graag in aanmerking komen. Mijn persoonlijke gegevens vindt u in bijgevoegde cv. Uiteraard ben ik graag bereid mijn motivatie nader mondeling toe te lichten.

Hoogachtend,

3. Curriculum vitae, formuleren en verzorging

Je sollicitatiebrief is je visitekaartje: het bedrijf krijgt hierdoor de eerste, belangrijke, indruk van je. Het aspect 'indruk' (expressief aspect) kwamen we ook al tegen als wezenlijk onderdeel van iedere communicatiepoging. Bij de sollicitatiebrief is de indruk die je brief bij de ontvanger weet te wekken (je attractieve persoonlijkheid, je enthousiasme voor de stage) nog aanzienlijk belangrijker dan bij normale zakelijke correspondentie. Wat zijn dan de elementen, die zo bepalend zijn voor de indruk die je brief maakt? We noemen er een aantal:

- Heb je je goed voorbereid op je keuze van de stageplaats?
- Kun je die keuze duidelijk motiveren?
- Heb je je brief niet 'zomaar' geschreven, omdat je stage 'moet' lopen?
- Geef je de lezer juiste en voldoende informatie?
- Heb je je brief aan de juiste persoon gericht?
- Heb je zorg aan je brief besteed?
- Zijn de briefindeling en de opbouw conform de conventies?
- Zijn formulering en spelling correct?

Inhoud, communicatief aspect en vormgeving van je 'visitekaartje' bepalen sterk de indruk die men van je krijgt en daarmee het effect van je brief. Besteed daarom veel aandacht aan het uiterlijk van je brief. Je zult dat vooral moeten doen in de schrijffase nadat je de eigenlijke inhoud van je brief hebt bepaald en geformuleerd: je kiest voor de directe of de indirecte opbouw; je kiest voor een bepaalde indeling; je controleert nauwkeurig formulering, stijl en spelling op onjuistheden en verbetert die.

In dit hoofdstuk geven we je informatie en aanwijzingen over het curriculum vitae en maken we enkele opmerkingen over formuleren.

3.1 Het curriculum vitae

Verschillende persoonlijke gegevens vermeld je niet in de brief, maar voeg je daar in een bijlage aan toe: het curriculum vitae. 'Curriculum vitae' is Latijn voor 'levensloop'; je spreekt over 'het' of 'een' curriculum vitae. Let er op dat je 'vitae' correct spelt: veel mensen hebben de neiging de 'a' en de 'e' om te draaien, maar daarmee val je direct door de mand. Wil je dure woorden vermijden, spreek dan over 'Persoonlijke gegevens'.

We gaan nu wat nader in op enkele vaste elementen in het curriculum. Die elementen geef je in de vorm van een opsomming, verdeeld in enkele rubrieken.

Curriculum vitae Wim van der Brok

Personalia

Naam: Van der Brok
Voornamen: Wilhelmus Cornelis (Wim)
Geboorteplaats: Haarlem
Geboortedatum: 13 mei 1996
Adres: Meenkselaan 12
3436 JJ Den Dolder
Telefoon: 030-6212121
E-mail: kingofdunk@hotmail.com
(Burgerlijke staat: ongehuwd)
(Godsdienst: geen)

Opleiding en ervaring

Opleiding: 2014 - heden studie Commerciële Economie aan Hogeschool Utrecht (Faculteit Economie en Management)
2012 - 2014 VWO te Hilversum
2007 - 2012 HAVO te Hilversum

Ervaring: 2012 - heden deeltijd-verkoopmedewerker Compuland Hilversum (werkzaamheden: verkopen, adviseren, eenvoudig installatiewerk)
2007-2012 supermarktmedewerker Albert Heijn Hilversum

Overige: Rijbewijs B, behaald juli 2013
2014 certificaat Microsoft Office

2015 – heden: penningmeester basketbalvereniging Heliakos, Den Dolder.

Personalia

De personalia spreken voor zich; de tussen haakjes geplaatste onderdelen zijn voor een sollicitatiebrief minder relevant en kunnen gewoon weggelaten worden. In een sollicitatiebrief vermeld je ze alleen als er expliciet naar gevraagd wordt of als het naar jouw mening relevant is ze te vermelden.

Opleiding en ervaring

Onder opleiding noem je eerst de meest recente (huidige) opleiding. Vervolgens geef je gegevens over je ervaring. Bij opleidingen vermeld je in ieder geval de vorm van onderwijs (havo, vwo, mbo en dergelijke) en de jaartallen dat je de respectievelijke onderwijsvormen hebt gevolgd. Eventueel kun je nog de naam van de school vermelden. Het is niet nodig om je vakkenpakket of je cijferlijst precies te vermelden; wel is het nuttig om, bijvoorbeeld in het geval je mbo hebt gedaan, richting of specialisatie te noemen en eventueel je afstudeeronderwerpen.

Het is bepaald geen schande om in je curriculum vitae opleidingen te vermelden die je niet hebt afgemaakt. Mocht het echter een hele waslijst zijn, dan is het misschien beter ze onvermeld te laten.

Bij ervaring kun je eventuele werkkringen noemen. Ook vakantiebaantjes of bijbaantjes kun je hier vermelden, mits het iets toevoegt aan je cv en daarmee je kans van slagen vergroot wordt. Geef bij elke vorm van ervaring de naam van het bedrijf of instelling, de periode, de afdeling, de functie die je had en eventueel de naam van de begeleider.

Overigens hoeft het effect van de vermelding van je ervaring niet te schuilen in de overeenkomst tussen het werk dat je gedaan hebt en het werk dat je op je stagebedrijf wilt doen.

Het effect kan namelijk ook schuilen in de aard of het niveau van je ervaring. Die kan bijdragen aan de - positieve - indruk die de lezer van je krijgt: iemand die actief is, niet te beroerd om werk aan te pakken, iemand die initiatieven neemt. Kortom: van een baantje als 'vakkenvuller' bij Albert Heijn op koopavonden maak je alleen melding als je een stage bij Albert Heijn zelf of een andere 'grootgrutter' zou willen lopen. Een vakantiebaan als baliemedewerker bij een bank - betrouwbaar, degelijk - noem je altijd in je cv.

Overige

Onder 'overige' kun je gegevens kwijt als het bezit van een rijbewijs, eventuele extra cursussen die je hebt gevolgd, activiteiten als lidmaatschap van de medezeggenschapsraad, bestuursfuncties van verenigingen en dergelijke. In Angelsaksische landen wordt in het cv vaak ook iets vermeld over activiteiten op sportgebied. Let er in ieder geval op dat de informatie in deze rubriek (enigszins) relevant moet zijn voor je verzoek om een stageplaats. Laat het noemen van alle zwem- en zeildiploma's waar je wellicht (terecht) trots op bent dus liever achterwege.

Naam document: Studiehandleiding Solliciteren

Auteurs: Cees Braas, Job Krijgsman en Wendy van Doorn

Versie: december 2016

Referenties

Tot slot enkele opmerkingen over referenties. Je zult in je cv voor een stageplaats meestal geen referenties vermelden; een eventuele 'kruiwagen' noem je in de eigenlijke brief. Meestal is het ook iemand die direct bekend is bij de lezer van de brief. Ook in sollicitatiebrieven noem je tegenwoordig geen referenties in het curriculum: als een - toekomstige - werkgever al referenties natrekt, zal hij dat pas doen na een verzoek aan de sollicitant om één of meer namen op te geven. Zo'n verzoek wordt meestal tijdens het sollicitatiegesprek gedaan. Word je niet opgeroepen voor een gesprek, dan worden je referenties zeker niet nagegaan en heeft het dus geen zin dat je ze in je cv vermeld had.

Als je in een situatie komt waarin je referenties moet opgeven, denk dan aan twee dingen:

- vraag je referenties van tevoren of je hun naam mag opgeven;
- vermeld volledige en juiste gegevens over je referenties: naam, bedrijf, functie, adres en telefoonnummer.

3.2 Formuleren: stijl en toon

Een belangrijk, maar moeilijk te hanteren aspect van een effectieve brief, is een goede stijl en toon; hierbij komen het expressieve en relationele aspect, erg belangrijk in een sollicitatiebrief, naar voren. Stijl en toon komen vooral tot uitdrukking in de formulering van de brief, de woordkeuze. In deze studiehandleiding beperken we ons tot drie adviezen.

Advies 1: formuleer persoonlijk

Laat duidelijk blijken uit je brief dat je daarin persoonlijk 'aanwezig' bent. Je kunt dit op twee manieren door de stijl bereiken. Gebruik, als je het over jezelf hebt, het woord 'ik', in plaats van de - algemenere - aanduiding 'de studenten'. Ten tweede gebruik niet, of zeer spaarzaam, de lijdende vorm. Bij de lijdende vorm wordt de handelende persoon namelijk meestal niet aangeduid, wat vaak onpersoonlijk overkomt.

Advies 2: formuleer direct

Probeer de lezer bij jou en je brief te betrekken door hem of haar direct aan te spreken. Gebruik dus expliciet 'u' in je formuleringen. Verklein de afstand op een neutrale, niet te informele manier, tussen jou en de lezer door de directe aanspreking. Doe je dat niet, dan loop je de kans dat de lezer denkt dat de zaak hem of haar helemaal niet aangaat.

Advies 3: formuleer positief

Laat merken dat je de stage, het stagebedrijf en vooral jezelf serieus neemt. Soms kan een negatief geformuleerde zin, misschien onbedoeld zo opgeschreven, tot pijnlijke missers leiden. Het gaat hier vooral om het relationele aspect van je brief, de toon, dat soms in subtiele woordkeuzen tot uiting komt. Hiervoor zijn moeilijk adviezen te geven. Lees in ieder geval je brief een aantal malen kritisch door, bij voorkeur na hem een tijdje weggelegd te hebben. Zet dan negatieve formuleringen om in positieve.

We geven hier enkele voorbeelden van een verkeerde toon ten gevolge van een negatieve formulering:

Aangezien mijn belangstelling uitgaat naar een profitorganisatie, werkzaam in de automatiseringsbranche, ben ik uiteindelijk bij uw bedrijf uitgekomen.

'uiteindelijk': uw bedrijf was het laatste op mijn lijstje.

Momenteel studeer ik Commerciële Economie aan Hogeschool Utrecht. Aangezien ik nu met het tweede studiejaar begonnen ben, moet ik in april, mei en juni 2007 stage lopen.

'moet': de stage is een verplichting, ik zie het niet als een verrijking van mijn ervaring.

Tevens denk ik dat de heao een goede ondergrond is om wat te kunnen doen in het bankwezen.

'ondergrond': ik volg een studie die eigenlijk niet veel soeps is.

'wat te kunnen doen': ik heb geen flauw idee wat ik zou kunnen doen.

Concrete ideeën heb ik nog niet over deze opdracht, alleen dat het een bedrijfseconomisch onderwerp moet zijn.

'Concrete ideeën heb ik nog niet': ik ga later nog wel eens nadenken over mijn werk. *'moet zijn'*: dat is me ook maar verteld.

Door de formulering in bovenstaande voorbeelden positief of in ieder geval positiever te maken, verbetert de schrijver de toon van zijn brief (het relationele aspect) en tegelijk ook de indruk die hij/zij met de brief weet te maken (het expressieve aspect). Ter illustratie de bijstelling in positieve richting van de vier voorbeeldformuleringen hierboven:

Aangezien mijn belangstelling vooral uitgaat naar een profitorganisatie, werkzaam in de automatiseringsbranche, lijkt uw bedrijf mij een ideale stageomgeving.

Ik ben net begonnen met het tweede studiejaar van de opleiding Commerciële Economie aan de Hogeschool Utrecht en zie met spanning uit naar de periode april, mei en juni 2006 waarin ik mijn eerste stage mag gaan lopen.

Ook denk ik dat mijn opleiding, Commerciële Economie, een goede ondergrond kan zijn voor belangrijke functies (of liever nog: een carrière) in het bankwezen.

Ik heb al wel verschillende concrete ideeën over een mogelijke stageopdracht (bijvoorbeeld een klanttevredenheidsonderzoek of een marktonderzoek onder een of meer doelgroepen die belangrijk zijn voor uw bedrijf), maar het lijkt me vooral wenselijk in nauwe samenspraak met u te komen tot een opdracht waar Cunex BV nu vooral behoefte aan heeft.

3.3 Controle en revisie

Tot slot van dit hoofdstuk over de uiterlijke verzorging een advies over de afwerking van je brief .

Hoe goed je brief ook is opgebouwd en hoe zorgvuldig je de informatie en het verzoek ook heb ingevuld, je slaat een zeer slecht figuur met een brief waarin één of meer kanjers van spelfouten staan. Over het algemeen springen fouten in de werkwoordspelling het meest in het oog. Ook slechtlopende zinnen vallen een lezer al snel op. Zorg er dus voor dat er geen formuleer- en spelfouten in je brief voorkomen.

Lees je brief in ieder geval zelf aandachtig en kritisch door. Je controleert je eigen teksten het beste door ze een tijdje weg te leggen. Op die manier kun je een beetje afstand nemen.

Gebruik bij spellingproblemen hulpmiddelen de spellingcorrectieprogramma van Word (dat helaas lang niet alle werkwoordsfouten onderkent), schrijfhandleidingen (brievenboeken, *Schrijfwijzer*), woordenboeken en de *Woordenlijst Nederlandse Taal* (Het Groene Boekje) of de *Spellingwijzer Onze Taal* (het Witte Boekje)..

Durf je niet helemaal te vertrouwen op je eigen vaardigheid in spellen en formuleren, laat dan je brief altijd door iemand in je omgeving kritisch bekijken, in wiens vaardigheid je vertrouwen stelt.

Besteed de nodige tijd aan deze controlefase: één spellingsblunder valt meer op dan een zorgvuldig volgens de regels opgestelde briefinhoud en -indeling. Pas als je je tekst verbeterd hebt is deze klaar voor (digitale) verzending.

4. Invulling van de communicatieve aspecten

De beste graadmeter voor de kwaliteit van een sollicitatiebrief zou zijn: het rendement. Levert de brief de schrijver een uitnodiging voor een gesprek op of zelfs een regelrechte toezegging van een stageplaats, of wordt het een afwijzing. Helaas is dit criterium weinig betrouwbaar voor het vaststellen van de kwaliteit van de brief. Er zijn namelijk honderden redenen te bedenken waarom een instelling of bedrijf je verzoek om een stageplaats niet honoreert. Het kwalitatieve gehalte van je brief en cv is slechts één van die mogelijke redenen, zij het wel een hele belangrijke.

Wat kan dan wel als graadmeter dienen voor de kwaliteit van de sollicitatiebrief? Welnu, als criterium hanteren we de optimale invulling van de vier communicatieve aspecten. De stof over deze communicatieve aspecten in het algemeen, en bij brieven in het bijzonder vind je in het boekje [Taaltopics Corresponderen](#). Aan de hand van deze vier aspecten geven we in de volgende paragrafen aanwijzingen voor een passende invulling van ieder aspect. Daarnaast bespreken we steeds de fouten die het meest gemaakt worden in de sollicitatiebrief.

De voorbeelden zijn meestal afkomstig uit concept-stagebrieven. Enkele van de voorbeelden zijn ontleend aan de definitieve sollicitatiebrief zoals hij werd voorgelegd aan docent of medewerker Praktijkbureau.

4.1 Doel: het appellerend aspect

Zoals gezegd, het uitblijven van positieve respons op je sollicitatiebrief mag niet worden opgevat als een bewijs dat de brief die je gestuurd hebt niet deugde.

Of de invulling van het appellerend aspect van de brief geslaagd mag heten, hangt vooral af van de wijze waarop de overige aspecten zijn ingevuld. Er is echter één fout die onmiskenbaar het appellerend aspect betreft, en die, hoe onwaarschijnlijk dat ook lijkt, veelvuldig wordt gemaakt. De volgende brief illustreert dat.

Gamma Holding
Engelseweg 7
5705 AS Helmond

R. Bertels
Havenstraat 14
3581 RS Utrecht

Utrecht, 27 oktober '16

Betreft: stageplaats

Geachte heer,

In het kader van mijn opleiding aan het heao in Utrecht ben ik op zoek naar een passende stageplaats. Ik volg de IM (International Marketing Management). Het is daarom het beste als de stageplaats mij in aanraking brengt met im- en exportactiviteiten van Uw bedrijf.

Ik weet dat U twee jaar geleden een stagiaire in Uw bedrijf hebt gehad van het heao Eindhoven. Deze stagiaire heeft mij vertelt over uw bedrijf en naar aanleiding daarvan schrijf ik U deze brief.

De stage is van school uit gepland in de maanden april, mei en juni 2002. Indien U meer informatie nodig hebt zal ik U die graag geven. Ik hoop spoedig van U te horen en teken met vriendelijke groet,

Rob Bertels

Men moet als lezer wel een erg slechte verstaander zijn, wil men bij lezing van de brief aan Gamma Holding niet de stellige indruk krijgen dat de schrijver ervan hengelt naar een stageplaats. Bij tweede lezing van de brief zal echter opvallen dat nergens expliciet gevraagd wordt of de schrijver stage zou kunnen lopen bij Gamma. Wat is er dan makkelijker om een verzoek, dat bij nader inzien niet eens gedaan wordt, naast je neer te leggen?

Overigens is bij dit voorbeeld ook de rest van de brief bepaald zwak te noemen. De neiging van de lezer om een fout (zoals het vergeten van een expliciet verzoek) welwillend over het hoofd te zien, zal dan ook niet bijzonder groot zijn.

4.2 Inhoud: het zakelijk aspect

Eerder noemden we een aantal gegevens die de brief in ieder geval zou moeten bevatten. Op het vlak van de informatieverschaffing, de invulling van het zakelijk aspect, kunnen drie soorten fouten worden gemaakt:

De schrijver geeft te weinig informatie, de schrijver geeft te veel informatie of de schrijver geeft irrelevante informatie.

Hieronder gaan we nader in op ieder van deze drie mogelijke fouten.

Te weinig informatie

In de meeste gevallen zul je niet bekend zijn met de instelling of het bedrijf waaraan je je sollicitatiebrief stuurt. Natuurlijk probeer je je vooraf zo goed mogelijk te informeren, maar het kan zijn dat het niet lukt om alle benodigde gegevens te verzamelen. Als je je daarvan bewust bent, kun je je enigszins tegen een eventueel tekort aan informatie indekken door aan het eind van je brief de 'bezweringformule' op te nemen dat je 'je verzoek graag nader mondeling zult toelichten.'

Toch is een tekort aan informatie in je sollicitatiebrief vaak eerder een gevolg van slordigheid of onnadenkendheid dan van een onmogelijkheid om aan bepaalde informatie te komen over het bedrijf waaraan je je brief richt. Zo komt het regelmatig voor dat in sollicitatiebrieven elementaire gegevens ontbreken als de naam van de school waaraan men studeert, de studierichting die men volgt, of, nog meer in het oog springend, de periode waarin men zou willen stage lopen. En de student die vergat zijn eigen adres in de brief te vermelden, kon natuurlijk al heel snel de hoop op enig antwoord laten varen.

‘Tijdens mijn stageoriëntatie heb ik verslagen gelezen van studenten die bij Kodak Nederland stage hebben gelopen en ik ben tot de conclusie gekomen dat de door uw bedrijf verstrekte stageopdrachten prima aansluiten bij mijn interesse als student bedrijfseconomie. Vooral de opdracht omtrent de kostenbewaking spreekt zeer tot mijn verbeelding’.

Dit is een fragment uit een brief, gericht aan de afdeling Personeelszaken van Kodak Nederland BV te Wijk bij Duurstede. De schrijver noemt hier *'de opdracht omtrent kostenbewaking'* alsof elke medewerker van PZ meteen weet waar het over gaat! Als de schrijver duidelijk had willen maken, waarom die opdracht zo tot zijn verbeelding sprak, dan had hij meer over die opdracht in de brief moeten vertellen. Waarom spreekt die opdracht tot zijn verbeelding, wat hield die opdracht in, welke stagiair heeft die opdracht uitgevoerd, op welke afdeling en bij welke bedrijfsmentor is de opdracht uitgevoerd, wanneer vond de stage plaats? Dit zijn vragen die bij de lezer opkomen, als hij al de moeite zou nemen zich te verdiepen in de vraag, wat die bewuste opdracht voor de schrijver zo interessant maakt. Een duidelijk voorbeeld van 'te weinig' informatie, dat ook hier weer gevolgen op het expressieve (indruk) en relationele vlak (toon) kan hebben!

Te veel informatie

Informatie is overbodig als de ontvanger ervan er al mee bekend is op het moment dat je hem ermee benadert. Met de informatie over jezelf en wat je met de stage wil, zul je dat risico niet lopen, wel met gegevens over school, de studierichting en de stage.

Voordat je de brief gaat schrijven, moet je dus de informatiebehoefte van de ontvanger vaststellen. Kernvraag moet in ieder geval zijn: heeft het bedrijf al eerder hbo- stagiairs van jouw opleiding afkomstig van de HU gehad? Is dat het geval, dan kun je volstaan met een simpele vermelding van school en studierichting, tenzij deze betrekkelijk nieuw is en nog weinig bekendheid geniet in het bedrijfsleven. Ook zal de informatie omtrent het doel van de stage en de aard van de stageopdracht beperkt kunnen blijven. Het verschaffen van informatie waarvan je eigenlijk wel kon weten dat die bekend zou zijn, getuigt van onderschatting van de lezer. Het gevolg kan zijn dat de lezer zich gekleineerd voelt, of, juist omgekeerd, dat hij de schrijver gaat beschouwen als onnadenkend en slecht op de hoogte.

‘Tijdens de bedrijfsoriëntatiedagen ben ik op bezoek geweest bij uw bedrijf. De bedoeling van dit bezoek was dat studenten BE van de FEM werden voorgelicht over het reilen en zeilen van het bedrijf (...) Het doel van de stage is het laten wennen van de studenten aan het bedrijfsleven, al dan niet aan een tevoren opgestelde opdracht’.

De brief waaruit dit fragment is, was gericht aan de personeelsfunctionaris van KPMG. Dit bedrijf heeft, zoals de schrijver van deze brief had moeten weten, veel contacten met onze school, doordat veel studenten er stage lopen en gelopen hebben. Het is dus overbodige informatie, als je dit bedrijf gaat uitleggen wat het doel is van een tweedejaarsstage. De tweede zin bevat ook overbodige informatie: de personeelsfunctionaris van KPMG was zelf nauw betrokken bij de organisatie van de bedrijfsoriëntatiedagen.

Deze voorbeelden van 'teveel informatie' zijn missers op het zakelijke vlak; ze hebben natuurlijk ook hun uitwerking op expressief en relationeel niveau: de lezer kan geïrriteerd raken door deze overbodige mededelingen en daardoor een slechte indruk van de schrijver krijgen.

Irrelevante informatie

De grens tussen wat overbodig is en wat irrelevant is, is moeilijk te trekken. Wat overbodig is, hangt af van de precieze situatie, van wat bij de lezer bekend is; irrelevant is alles wat eenvoudig niet ter zake doet in een sollicitatiebrief. Irrelevant is bijvoorbeeld het gegeven dat je de basisschool hebt doorlopen of dat je over drie zwemdiploma's beschikt. Eveneens irrelevant zijn uitweidingen over de relatie tussen jouzelf en de degene die je inlichtingen heeft bezorgd over het benaderde bedrijf.

Het zal duidelijk zijn dat de motivering voor de keuze voor de heao, zoals in onderstaand voorbeeld, in het bestek van een sollicitatiebrief zeker niet op zijn plaats is. Het lijkt er op dat de schrijver er zelf behoefte aan heeft zijn motieven nog eens op een rijtje te zetten, maar dat mag natuurlijk geen reden zijn om er anderen mee lastig te vallen.

Mijn naam is Jasper Vermey. Ik ben tweedejaarsstudent aan de afdeling Commerciële Economie van de Hogeschool Utrecht. Ik heb voor de heao gekozen, omdat het bedrijfsleven volgens mij de motor is van onze samenleving. Bovendien biedt een heao-studie veel meer carrièremogelijkheden dan een studie Bouwkunde, waar lange tijd mijn belangstelling naar uitging.

4.3 Toon: het relationele aspect

De wijze waarop je in je brief de ontvanger tegemoet treedt, kan van grote invloed zijn op het welslagen van je brief. In het algemeen zul je kunnen volstaan met het aanhouden van een normale, beleefde toon; speciale kunstgrepen op het relationele vlak zijn zeker niet nodig. Een overtuigende sollicitatiebrief moet het vooral hebben van een passende invulling van het zakelijke aspect en het expressieve aspect.

Fouten op het relationele vlak bij de sollicitatiebrief liggen vaak in de sfeer van een al te formele, of juist een al te informele benadering van de lezer. In het volgende voorbeeld is de toon te formeel:

Waarom juist uw bedrijf en geen ander marktonderzoeksbureau? Ik heb juist voor uw bedrijf gekozen, omdat jullie een van de grootste op jullie gebied zijn en daarom, omdat jullie zo groot zijn, meer tijd en kennis hebben om een stagiaire te begeleiden.

(We hebben het dan nog maar even niet over het vergaande egocentrisme van de briefschrijver, zoals dat uit deze motivering naar voren komt.)

Een sterk formele benadering is eveneens af te raden. Wie zijn brief begint met:

Mijne heren,

Gaarne deel ik U bij deze mede grote belangstelling te hebben ontwikkeld voor Uw onderneming.

en uiteindelijk ondertekent met:

Met verschuldigde hoogachting,

wekt de stellige indruk een stijf en “ouderwetsch” persoon te zijn.

Een andere fout op het relationele vlak die regelmatig in stagebrieven kan worden waargenomen, is de neiging zich te bedienen van complimentjes en vleiend bedoelde opmerkingen. Zodra de lezer het gevoel krijgt dat de schrijver hem probeert te lijmen, zal hij zich extra kritisch, zo niet afwijzend opstellen.

Als een schrijver zijn verzoek om een stageplaats motiveert met de uitspraak:

Het dynamische en internationale karakter van uw bedrijf spreekt mij bijzonder aan

zonder dat hij ook op een andere wijze en om de zelfde redenen blijk geeft van zijn belangstelling, dan zal zijn opmerking in de ogen van de lezer al gauw bedacht en onoprecht aandoen. Integere belangstelling en waardering voor een bedrijf komt, als het goed is, op een andere wijze tot uitdrukking.

Vrijwel iedereen zal het er over eens zijn dat het uitoefenen van pressie geen geschikte manier is om de lezer ertoe te bewegen een stageplaats beschikbaar te stellen. Toch duikt er, vaak onbedoeld, nog wel eens wat pressie op in de bewoordingen waarin de sollicitatiebrief gesteld is. De zin *“Het is daarom het beste als de stageplaats mij in aanraking brengt met im- en exportactiviteiten van Uw bedrijf”* uit de brief aan Gamma Holding (zie paragraaf 4.1) zal in combinatie met het ontbreken van een expliciet verzoek om een stageplaats door de lezer zeker als een vorm van ongepaste druk worden ervaren.

Hetzelfde geldt voor deze slotzin, afkomstig uit een andere brief:

Met belangstelling zie ik uw positieve reactie tegemoet.

(Blijkbaar wordt van de lezer verwacht dat-ie zeker niet afwijzend reageert.)

4.4 Indruk: het expressieve aspect

Het belangrijkste aspect in je sollicitatiebrief is het expressieve aspect. In feite is de sollicitatiebrief een soort verkoopbrief met maar één product in de aanbieding: jezelf. Als je de sollicitatiebrief vanuit dit commerciële perspectief bekijkt, zal je inzien dat de positie van de briefschrijver nogal ongemakkelijk is: als hij zijn product aanprijst is hij in feite bezig zichzelf op de borst te slaan. Bovendien: wie is in staat enigszins objectief over zichzelf te oordelen?

De lezer weet wat je te verkopen hebt en zal geneigd zijn vooral op zijn eigen oordeel te vertrouwen. Alles wat je hem expliciet meedeelt zal hij met de nodige korrels zout nemen: het zijn tenslotte maar verkooppraatjes.

Als je weet dat een lezer zoveel mogelijk zijn eigen conclusies wil volgen, dan heb je er als schrijver van een sollicitatiebrief voor te zorgen dat hij de juiste conclusies trekt.

Het eerste waar lezers van een brief op afgaan is de uiterlijke verzorging. Je kunt in je brief, al dan niet ondersteund met getuigschriften en diploma's, keer op keer herhalen hoe accuraat en netjes je werkt en hoeveel belang je hecht aan een stijlvolle presentatie, de aanblik van je brief zal voor de lezer veelzeggender zijn dan alles wat je in je brief te beweren hebt. Spelfouten voeren de lezer tot zodanig negatieve conclusies dat ze de nekslag kunnen betekenen voor je stageaspiraties.

Het volgende punt waar lezers hun oordeel op zullen baseren is de stijl en opbouw van je brief. Van hbo'ers mag verwacht worden dat zij in staat zijn een zakelijke brief te schrijven, die in overeenstemming is met de geldende conventies en die in foutloos Nederlands is gesteld. Natuurlijk voeg je nog een dimensie toe als je je bedient van een levendige en aantrekkelijke stijl, getuige de volgende openingsalinea uit de sollicitatiebrief van een CE-studente:

Geachte heer/mevrouw,

"Luierproducent uit Zweden groeit als kool." Door dit kopje werd mijn aandacht onmiddellijk getrokken, toen ik in Elseviers Weekblad van 27 september zat te bladeren. Het bleek te slaan op Mölnyke (Ned.) B.V., en bedrijf dat moeite heeft met het verkrijgen van voldoende personeel en ruimte: een opmerkelijk feit in Nederland anno 2002!

Het belangrijkste advies dat wij je kunnen geven voor de invulling van het expressieve aspect in je brief is: deel niet alleen mee dat je enthousiast, belangstellend en gemotiveerd bent; laat vooral *blijken* dat je het bent. Zo blijkt bijvoorbeeld uit bovenstaand fragment dat de schrijfster daadwerkelijk in Mölnyke geïnteresseerd is.

Diezelfde belangstelling kan ook blijken uit de stappen die je hebt ondernomen om iets over een bedrijf te weten te komen: het feit dat je de moeite hebt ondernomen om de naam te

Naam document: Studiehandleiding Solliciteren

Auteurs: Cees Braas, Job Krijgsman en Wendy van Doorn

Versie: december 2016

achterhalen van degene die aan wie je de brief moet richten, het feit dat je stageverslagen hebt geraadpleegd, het feit dat je contact hebt opgenomen met ex-stagiaires, enzovoort.

Als je er vrij zeker van bent dat de naam van degene die je informatie over het bedrijf heeft verschaft, positieve associaties oproept, aarzel dan niet deze naam in je brief te vermelden.

Ten slotte

Hoewel enige blijk van gezond zelfvertrouwen geen kwaad kan, moet je in je brief niet te hoog van de toren blazen. De onderstaande passage is afkomstig uit een brief die een aantal jaren geleden aan de eigenaar van Heineken persoonlijk werd verstuurd.

Deze is, ondanks het enthousiasme dat uit de brief spreekt, wijselijk niet ingegaan op het aanbod van een tweedejaarsstudent om in 3 maanden tijd een marktonderzoek in Japan uit te voeren:

Tijdens mijn verblijf in Japan in 1994 en 1996 heb ik verschillen in bierconsumptie geconstateerd. Heineken bier verliest zijn vooraanstaande positie op de Japanse markt. Mijn hypothese is dat Heineken zijn marktaandeel verliest aan Grolsch. Ik zou graag willen onderzoeken welke factoren deze veranderingen teweeg hebben gebracht:

- Heeft de originele beugelverpakking ertoe bijgedragen dat in het emballagegevoelige Japan Grolsch zo'n hoge vlucht heeft genomen naar vermogend bier-minded Japan?
- Treedt er smaakverandering op bij de Japanners?
- Wat zijn de mogelijkheden van het Heineken concern op de Japanse markt?

Ik heb er vertrouwen in een dergelijk project op te kunnen zetten en deze naar voldoening te kunnen afronden.