



CHRISTIAN JESPERSEN (f. 1984) er forfatter til karrierestarttrilogien Studiebooster, Brandingbooster og Specialebooster – tre bøger, som han med tiden forstod, han selv manglede som studerende, og som studerende stadig mangler for at blive bedre afklaret og rustet til den optimale karrierestart.

Christian er i dag freelance marketingspecialist ved siden af sit arbejde med at hjælpe studerende med at blive afklaret på deres karrierestart og finde deres vej dertil og sin mission for at afskaffe akademisk arbejdsløshed blandt nyuddannede universitetsstuderende. Han er uddannet cand.ling.merc. fra CBS og bor i København med sin kone.

For mere info, besøg christianjepsersen.dk og brandingbooster.dk.

Vi lever i en digital tid, og når du skal vise, hvem du er, sker det i høj grad online. Det er også i den retning, din kommende potentielle arbejdsgiver kigger. Derfor er det vigtigt, at du online fremstår som en profil målrettet mod din ønskede karrierestart og målgruppe af eftertragtede arbejdsgivere.

Brandingbooster er et 14-dages kursus i personlig branding specifikt til universitetsstuderende. Du lærer, hvordan du kan underbygge dit CV og din ansøgning med en online-profil, der gør dig til en troværdig ansøger, som bliver inviteret ind til den jobsamtale, du helst vil til.



CHRISTIAN
JESPERSEN

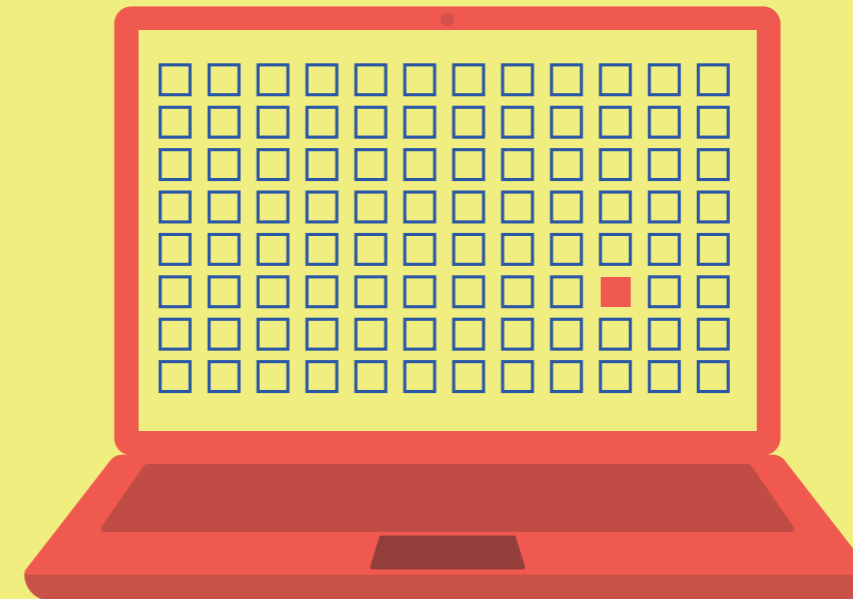
Branding
Booster

CHRISTIAN JESPERSEN



Branding Booster

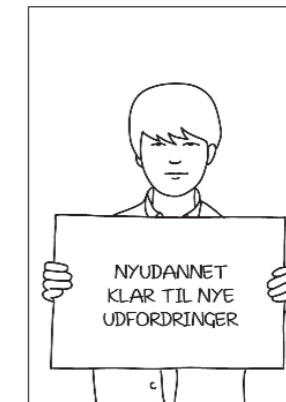
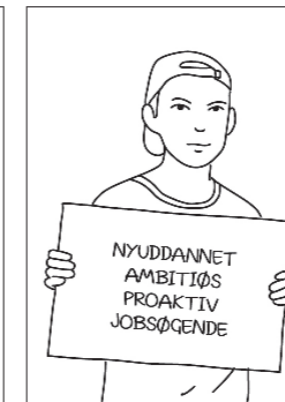
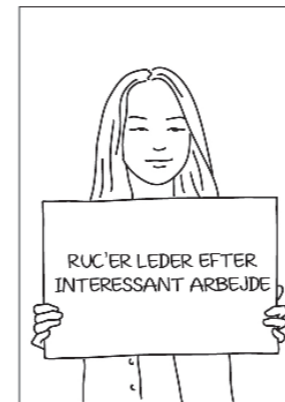
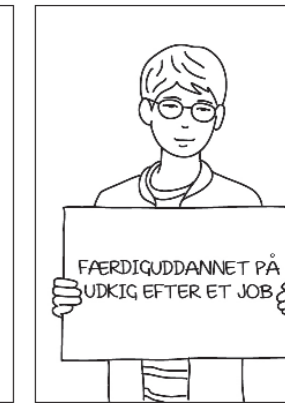
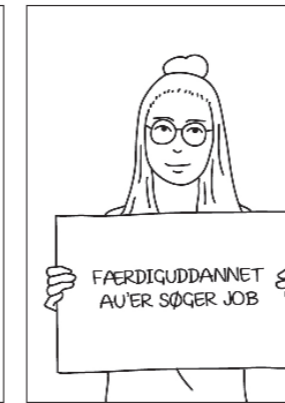
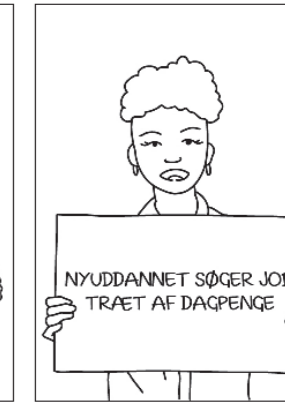
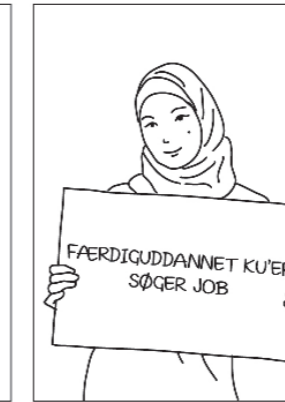
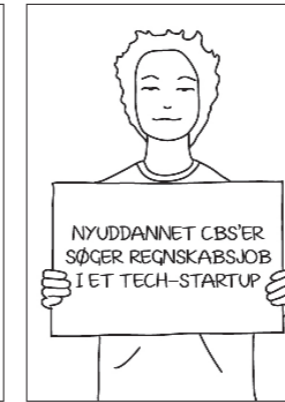
SÅDAN BLIVER DU SYNLIG ONLINE
TIL DIT FØRSTE JOB EFTER STUDIET
... MENS DU STUDERER



Ved du, hvor du kan starte i et job efter studiet? Hvor du kan bruge, hvad du har lært i en virksomhed og branche, du interesserer dig for? Hvis du er ligesom mig, så nej. Men hvordan finder du så ud af det?

Du har det sikkert som mange andre studerende. Dit studie giver dig følelsen af at være fanget midt på havet, og du kæmper for at holde dig oven vande, mens du træt og usikkert svømmer mod en ø, du kan se langt ude i horisonten. Men du aner ikke, hvad du kan forvente, når du når frem. Du er langtfra den eneste universitetsstuderende, der har de frustrationer.

Brandingbooster kan sidestilles med et 14-dages kursus i personlig branding specifikt til universitetsstuderende. Du læser et kapitel om dagen, så du efter 14 dage har både indsigt i og en plan for at skabe et personligt brand, der gør dig mere attraktiv til det job, du ønsker.



The world turns aside to let any man pass who know where he is going

- EPIKTET, romersk filosof

The simplest form of stupidity is forgetting what we are trying to accomplish

- FRIEDRICH NIETZSCHE, tysk filosof

*Marketing is the equivalent of asking someone on a date.
Branding is the reason they say yes.*

- REN JONES, fitness træner

CHRISTIAN JESPERSEN

Branding Booster

SÅDAN BLIVER DU SYNLIG
ONLINE TIL DIT FØRSTE JOB EFTER
STUDIET ... MENS DU STUDERER



BRANDINGBOOSTER

© 2023 Christian Jespersen / Studiebooster Publishing

All rights reserved

Udgivet af Studiebooster Publishing

Bogen er sat med Minion Pro

Tryk: Toptryk Grafisk

Printed in EU

1. udgave, 1. oplag

ISBN 978-87-998427-5-9

Redaktion: Mikael Strøm Eriksen

Korrektur: Lars Christensen

Grafisk tilrettelæggelse: Klahr

Art Director: Christian Jespersen

Illustrationer: Alex Chvarraia

Denne bog er beskyttet i medfør af gældende dansk lov om ophavsret. Kopiering må kun ske i overensstemmelse med loven. Det betyder for eksempel, at kopiering til undervisningsbrug kun må ske efter aftale med Copydan Tekst & Node. Dog er det tilladt at bringe korte uddrag i omtale eller anmeldelser.



541-856

Svanemærket tryksag



Indhold

Forord af Morten Bruun	9
Introduktion til dit personlige brandkursus	13
HVORFOR	21
Hvorfor dit personlige brand ikke skal være "nyuddannet akademiker", når du er færdiguddannet	23
Hvorfor der er to fejl, du ikke må begå i din studietid, som tusindvis af studerende gør	32
Hvorfor du nok allerede nu tager fejl om, hvor du kommer til at starte din karriere	38
HVAD	49
Hvad der skal til, for at online personlig branding kan vise, hvor du ønsker, at din karriere skal starte	51
Hvad du kan gøre i dag for at tage adskillige første skridt til dit personlige brand	59
Hvad en personlighedstest kan gøre for at give dig en fordel med dit personlige brand	65
Hvad ... det er for bøger, du bør prioritere at læse i løbet af dit studie, og hvordan du vælger de rette	70
Hvad det er, der gør, at onlinekurser er essentielle for dit personlige brand	75

HVORDAN	85
Hvordan ... du kan bruge dine opgaver til personlig branding	87
Hvordan ... du får personer, der kan skubbe din karriere i gang, til at læse dine opgaver	94
Hvordan du kan få din opgave udgivet i forskellige brancheorienterede blade	98
Hvordan du får magasiner og blogs til at udgive dine opgaver	105
Hvordan du kan bruge dine opgaver til at opbygge et netværk, der passer til dine karriereønsker	109
Hvordan du tit bør stille dig selv spørgsmålet: Hvorfor tager jeg en uddannelse?	113
Bøger, du bør læse	119
Det var det	121
Tak	122



Forord

af Morten Bruun, VP of Operations hos Worksome

Selvfølgelig kigger vi også online og googler folk. Det er sådan, vi lærer mere om de ansøgere, vi har lagt til side. Vi kigger ikke på Facebook og Instagram. Det er folks eget space, så det skal de have lov til at have for sig selv. Vi kigger naturligvis først og fremmest på LinkedIn. Og dernæst googler vi ansøgerne, hvor de falder i tre kategorier. Dem, vi diskvalificerer med det samme, fordi de har noget på deres profil, vi ikke kan lide. Det er vel godt 5 procent. Lige så sjældent, altså godt 5 procent, får vi ansøgere, som vi virkelig begejstres over, når vi googler dem. Det kan være en blog, artikler eller andet, som er relevant for ens virksomhed, hvor deres interesse virkelig bliver fremhævet. Og til sidst er der de ansøgere, hvor vi ikke bliver klogere af at google folk – hverken positivt eller negativt. Det er vel godt 90 procent af alle ansøgere. Og så er det, at man falder tilbage på LinkedIn.

Her ser man oftest tre måder at fremhæve sin interesse inden for et job eller branche på. Enten deler man bare andres indlæg til sit eget netværk. Det er vel godt 60 procent, der gør det. 30 procent deler andres indlæg, men skriver også nogle gode kommentarer og observationer til det. Og de sidste 10 procent er dem, der skaber content. Beundringsværdigt, men jeg tror, man skal passe på med at bruge for meget tid på at være content creator tidligt i sin karriere, eller inden den overhovedet er begyndt. Vær hellere blandt de 30 procent, der underbygger deres interesse via andres indlæg. Gør det nok, og du har et stærkt nok grundlag til at række ud til folk, du er interesseret i at mødes med.

Jeg ved godt, hvor meget jeg har hustlet og rakt ud til folk, der ikke burde have tid til mig. Men de tog sig tid, og det sætter jeg pris på. Min erfaring fortæller mig, at de også fik noget ud af mødet. Som studerende skal man ikke tro, at man står med hatten i hånden, når man rækker ud til potentielle arbejdsgiver, kolleger eller andre personligheder, man gerne vil i kontakt med. Der gives begge veje.

For mig er at mødes med nye personer, der ikke er nået lige så langt i deres karriere, en del af en langsigtet strategi. Der er intet til hinder for, at hvis du og jeg mødes i dag, at du så fem år ude i fremtiden er ansat eller har startet en virksomhed, som jeg gerne vil vide mere om. Men det vigtige at forstå er, at når du rækker ud til folk, så er det ikke kun dig, der tager. Du giver også noget – måske uden at du ved det. Og du viser også mere, end du tror.

Meget af det, man køber sig ind i som arbejdsgiver, er, at du ikke er bange for at tage initiativ og er rigtig engageret i det område. Din akademiske profil er naturligvis en del af en arbejdsgivers interesse, selvfølgelig. Men jeg vil sige, at man køber sig lige så meget ind i folks initiativ og interesse. Jeg ser og lægger mærke til, om en person tør tage initiativ og ikke er bange for at kaste sig ud i det. Især hvis du rækker ud til flere hundrede mennesker for at få booket et kaffemøde. Alene det, at du sidder i et kaffemøde, har fået dig superlangt. Du skal ikke være så nervøs for, at du skal ind og sidde 30 minutter med en Novo Nordisk-director for at blæse vedkommende bagover. For det har du allerede lidt gjort ved at tage initiativ til mødet. Fokuser i stedet på at have nogle gode spørgsmål, og lyt til deres historier. Dit engagement og interesse, og at du tør tage et møde, er vigtigere, end at du kender virksomhedens mest populære produkter og deres historie.

Det kan virke, som om man skal have spidse albuer, men i virkeligheden skal man hellere udnytte, at folk er små narcissister med store egoer, der elsker at høre, at nogen har siddet og set på deres LinkedIn-profil og synes, de er nogle fede personer. Dem, der siger ja til at mødes med dig, synes faktisk, det er ret fedt at føle en form for anerkendelse, som de får fra dig. Og det scorer du en masse point på, fordi du viser, at du er sulten efter et arbejde. Hvis du mødes med en, mens du er på din bachelor, og søger et job, mens du skriver speciale, hvem tror du så, der står stærkest – en ansøger, der ikke tidligere har rakt ud, eller dig, der har og henviser til det i din ansøgning?

Enhver kan række ud til folk via LinkedIn. Og det er sikkert noget, du bør gøre mere og oftere. Det kræver kun et par klik for dem, du rækker ud til, at google dig. Så sørg for, at det, de finder om dig, underbygger den interesse, du viser ved at række ud til dem. Med denne bog ved din side lærer du også virkelig værdien af, og værktøjerne til, at brande din profil, der gør dig til de fem procent, arbejdsgivere virkelig godt kan lide. Læs bogen. Brug den. Du gør det langt nemmere for din fremtidige arbejdsgiver at ville invitere dig ind til en jobsamtale. Og er det ikke i bund og grund, hvad du gerne vil?

Morten Bruun, VP of Operations hos Worksome,
tidligere ansat hos McKinsey & Company og Google,
medgrundlægger af Penstable og udråbt til Forbes 30 Under 30.

Dag 0

Introduktion til dit personlige brandkursus

Ved du, hvor du kan starte i et job efter studiet? Hvor du kan bruge, hvad du har lært i en virksomhed og branche, du interesserer dig for? Hvis du er ligesom mig, så nej. Og hvordan gør man?

Du har det sikkert som mange andre studerende. Dit studie giver dig følelsen være fanget midt på havet, og du kæmper for at holde dig oven vande, mens du træt og usikkert svømmer mod en ø, du kan se langt ude i horisonten. Men du aner ikke, hvad du kan forvente, når du når frem.

Du er langt fra den eneste universitetsstuderende, der har de frustrationer. Jeg var selv en af dem, der hverken under eller efter min uddannelse egentlig kunne se, hvordan min akademiske titel eller pensum skulle gøre mig til den rette kandidat til det job, jeg ville have. Dem, der sammensatte pensum, vidste jo ikke, hvem jeg var, eller hvad jeg ville. Så hvordan skulle min akademiske profil kunne afspejle, hvor jeg ville starte min karriere?

Det var et problem, jeg synes, der skulle gøres noget ved. Derfor skrev jeg *Brandingbooster*, der kan sidestilles med et 14-dages kursus i personlig branding specifikt til universitetsstuderende. Den er oprindeligt skrevet som et e-mailkursus, men som projektet voksede, blev det til en bog. Tanken er dog den samme. Du læser et kapitel om dagen, så du efter 14 dage har både indsigt i og en plan for skabe et personligt brand, der gør dig mere attraktiv til det job, du ønsker. Så betragt bogen som et kursus i bogform. Det skulle forhåbentlig gøre det nemmere at følge det.

Krav for at kunne gennemføre

Bare rolig. Kurset, som denne bog er, bliver superhyggeligt, og jeg håber, du vil se, at du kan opbygge en onlineprofil, der understreger, hvem du er, og hvad du vil. Du skal ikke bekymre dig om, hvad dit gennemsnit er. Du kan bruge bogen, uanset hvor højt eller lavt dit gennemsnit er. Den er ikke skrevet specifikt til ét universitet eller én uddannelsesretning. Jeg er dog selv CBS'er, og det kan nok læses i mine eksempler.

Bogen er dog primært til studerende, der ikke har en naturlig bro fra uddannelse til karriere, men uanset om du er fuldstændig blank på, hvor du vil starte din karriere, eller du er helt afklaret (eller noget midtmellem), kan du få stor gavn af bogen.

Hvis du har kendskab til brand og brandstrategi, vil det være en stor fordel, men ikke et krav.

Kort sagt, så er branding *et løfte om, hvem du er, og hvad du står for*. Med andre ord: dit omdømme. Et andet er positionering. Du kan langt nemmere få et job, hvis du gør det klart over for en arbejdsgiver, at du har et personligt brand, for så har du allerede lovet, at du vil gøre det job bedre end en, der ikke brandet sig til det samme job. Nøjagtig ligesom et tøjmærke, der brander sig til at ramme skatere, har afgivet et løfte om, at skatertøjmærket i højere grad støtter op om dem, der vil ligne skatere, end andre brands.

Personlig branding handler om, at du viser, hvem du gerne vil appellere til, og personlig branding øger forventningerne til dig, men det øger også mulighederne for at få det rette job, fordi du fremstår mere troværdig.

Afklaring af din karrierestart

Du skal blot have et brændende ønske om at *blive* en kandidat, der kan tiltrække det job, du mener, er det rette for dig. Derfor er afklaring af, hvilket job der er det rette for dig – altså din karrierestart – noget, jeg vil gentage flere gange, fordi det at blive afklaret om, hvad du vil *efter* studiet, *så tidligt* i din studietid som muligt *er det vigtigste, du kan gøre i løbet af din studietid*.

Ingen stress. Jeg ved godt, det ikke er nemt. Jeg har skrevet blogposten *Hvorfor du stinker til at vælge din egen karrierestart* på bloggen på christianjespersen.dk, der forklarer, hvorfor du, jeg og alle andre er meget ringe til at vælge en karriere, mens vi studerer. I bogen giver jeg dig løbende links til artikler, jeg har skrevet, om at finde ud af, hvor du vil starte din karriere.

Bemærk i øvrigt, at jeg bruger ordet ”karrierestart” og ikke ”drømmekarriere”. Ifølge statistikken vil du nemlig allerede være startet i dit andet job 3-5 år efter studiet. Målet med bogen er altså ikke at starte i dit drømmejob, men at starte i din drømmebranche, så du kan bevæge dig mod et job, du er glad for. Derudover er jeg modstander af udtrykket drømmejob. Det er gået hen og blevet en kliché, lidt ligesom at sige, at noget er hjemmelavet, når det tydeligvis ikke er lavet i et hjem. Hvis du ikke har et job, som du tænker på hele tiden og en gang imellem drømmer om, har du ikke defineret dit drømmejob. Jeg håber, denne bog er med til at tydeliggøre, at definitionen drømmejob er fjollet, og at du i stedet bør tænke som Earl Nightingale, der kalder det en *progressiv realisering af et værdigt mål*. Napoleon Hill kalder det et veldefineret formål i livet.

Der er to typer studerende

Generelt kan studerende deles op i to grupper:

- Dem, der starter og går igennem hele deres studie og ved, nøjagtig hvad de vil arbejde med, når de er færdige med deres uddannelse. De ser studietiden som et træningsforløb, de *skal* igennem, inden de løber målrettet ud på arbejdsmarkedet.
- Dem, der tager en uddannelse, fordi en uddannelse er en god investering, men faktisk aldrig har fået afklaret, hvad de kan og skal bruge deres uddannelse til for at få et godt job.

Den sidste gruppe, studerende uden afklaring om deres karrierestart, er dem, der er mest i farezonen for at stresse over ikke at være gode nok på studiet, fordi de går rundt med et håb om, at høje karakterer sandsynligvis lettere vil lede til et job og en karrierestartafklaring end et lavere gennemsnit.

Men høje karakterer i alle fag i pensum er sjældent nok for de fleste studerende på universitetet til at få det rigtige job – på samme måde som en veltrimmet krop ikke er nok til at tiltrække flest mulige potentielle partnere. Du bliver nødt til at vise, hvad du kan ud over studiet, og vise, hvad du vil. Det gør du med et personligt brand, og det kræver, at du supplerer din uddannelse med at opbygge et brand, der viser en fremtidig arbejdsgiver, at du allerede tidligt udviste interesse for deres branche og gjorde noget ekstra for at få jobbet. Og du skal kunne vise det primært på dine onlineprofiler og i din onlinetilstedeværelse.

Halvdelen af studerende kan ikke bruge deres indlærte viden

Et af de vigtigste fakta om at tage en uddannelse er at vide, at cirka 50 procent af alle nyuddannede, især generalister, havner i et job, hvor de ikke bruger deres uddannelse overhovedet. Altså

ikke bruger hverken indlært teori eller viden, men derimod deres evne til at lære ny viden og arbejde med det.

Dette er vigtigt at forstå, for alt for mange studerende overvejer at skifte studie, fordi de ikke kan se koblingen mellem deres studie og et job, de kan lide. Bare rolig, sådan er det for de fleste, og altså for halvdeles vedkommende er deres uddannelse ikke en forhindring i, at de kan få et job, de på papiret ikke er uddannet til.

Det vigtigste, du kan gøre, hvis du ønsker at få et job, du ”ikke er uddannet til”, er at vise, at du til gengæld har den rette indstilling, indsigt og ivrighed for at få jobbet. Og det gør du som nævnt med et personligt brand, der viser, hvad du vil, fordi du allerede har investeret tid i det.

You don't hire for skills, you hire for attitude. You can always teach skills.

– Simon Sinek, amerikansk forfatter

Brugermanual

For at lære, hvordan du opbygger et personligt brand, der klart afspejler dine interesser og kompetencer, når du skal søge job, både for dig og for en arbejdsgiver, anbefaler jeg, at du læser bogen på denne måde:

- Læs et kapitel om dagen hver dag de næste 14 dage. Det burde tage 10-25 minutter per dag. Og læs grundigt. Der ligger over 100 timers arbejde og research bag bogen, så du bliver ikke spist af med ”5 gode råd om at”-kapitler. Tværtimod er bogen bygget op til at give dig store resultater, hvorfor det også kræver en indsats af dig.
- Læs kapitlerne i kronologisk rækkefølge. De har forskellige længder, men kan alle læses på en dag, uden at du behøver at udeblive fra studiet.

- Mens du læser bogen (men også fremadrettet), så se de videoer, jeg anbefaler, på dobbelt hastighed. En af de bedste måder at komme foran sine medstuderende på er ved at gøre ting hurtigere – især aktiviteter, du ikke tænker over, du potentielt udfører unødvendigt langsomt. Det kræver lidt tilvænning at se ting i dobbelt hastighed, men vær dig til at se alt, der ikke er underholdning, i et højere tempo. Øg tempoet med blot 33 %, så skærer du et kvarter af en 45 minutters video.
- Undervejs i læsningen så reflekter gerne over, hvad det vil sige at opbygge et personligt brand, som i realiteten betyder, at du målrettet sigter mod en karrierestart – og dermed fravælger mange andre. Det er skræmmende for mange i begyndelsen, men ligesom det kan være intimiderende at begynde et nyt, komplekst brætspil, bliver det fængende, jo mere du forstår spillet og kan se, hvor mange muligheder spillet tilbyder. Det samme gælder for en målrettet personlig brandingstrategi.

Hvad kommer du helt konkret til at lære hver dag

Bogens kursus er delt op i tre dele.

Første del er HVORFOR. Hvorfor er personlig branding vigtigt, når det gælder valg af karrierestart?

I anden del handler det om, HVAD du kan gøre for opbygge din egen profil, især online, og hvorfor det er vigtigt.

I tredje del ser vi på, HVORDAN du får 10 gange så meget ud af din studietid ved at bruge dine opgaver til dit personlige brand. Det er en lidt en overset hemmelighed på universiteter, som alle har mulighed for at gøre, men næsten ingen gør.

Her er en dag for dag-oversigt over alt, du vil komme til gennemgå de næste 14 dage:

Hvorfor

- *Dag 1:* Hvorfor ... dit personlige brand ikke skal være ”nyuddannet akademiker”, når du er færdiguddannet.
- *Dag 2:* Hvorfor ... der er to fejl, du ikke må begå i din studietid, som tusindvis af studerende gør.
- *Dag 3:* Hvorfor ... du nok allerede nu tager fejl om, hvor du kommer til at starte din karriere (du får også en øvelse, der skal hjælpe dig med at afklare, hvor du vil starte din karriere).

Hvad

- *Dag 4:* Hvad ... der skal til, for at online personlig branding kan vise, hvor du ønsker, at din karriere skal starte.
- *Dag 5:* Hvad ... du kan gøre i dag for at tage adskillige første skridt til dit personlige brand.
- *Dag 6:* Hvad ... en personlighedstest kan gøre for at give dig en fordel med dit personlige brand.
- *Dag 7:* Hvad ... det er for bøger, du bør prioritere at læse i løbet af dit studie, og hvordan du vælger de rette.
- *Dag 8:* Hvad ... det er, der gør, at onlinekurser er essentielle for dit personlige brand.

Hvordan

- *Dag 9:* Hvordan ... du kan bruge dine opgaver til personlig branding.
- *Dag 10:* Hvordan ... du får personer, der kan skubbe din karriere i gang, til at læse dine opgaver.
- *Dag 11:* Hvordan ... du kan få din opgave udgivet i forskellige brancheorienterede blade.
- *Dag 12:* Hvordan ... du får magasiner og blogs til at udgive dine opgaver.

- *Dag 13:* Hvordan ... du kan bruge dine opgaver til at opbygge et netværk, der passer til dine karriereønsker.
- *Dag 14:* Hvordan ... du tit bør stille dig selv spørgsmålet: Hvorfor tager jeg en uddannelse? (Sammenfatning og afslutning).

Undervejs finder du links til artikler, boganbefalinger, videoer med mere, der supplerer kapitlerne. Alt sammen så du bliver bedst muligt rustet til at opbygge dit personlige brand i din studietid.

God fornøjelse

Christian Jespersen

HVORFOR

Hvorfor dit personlige brand ikke skal være ”nyuddannet akademiker”, når du er færdiguddannet

Når folk tager til Disneyland, ser de fleste mennesker Mickey Mouse, men glemmer at se manden indeni.

– STEFFEN JACOBSEN, overlæge, dr.med. og krimiforfatter

Personal branding is about managing your name – even if you don't own a business – in a world of misinformation, disinformation, and semi-permanent Google records. Going on a date? Chances are that your "blind" date has googled your name. Going to a job interview? Ditto.

– TIM FERRISS, forfatter, blogger, prøvekanin

I dag skal du lære om vigtigheden af at opbygge et personligt brand i studietiden, så du kan søge et job med en mere målrettet og mere attraktiv titel end nyuddannet akademiker.

Du skal og bør være stolt af at være færdig med din uddannelse, når du når dertil. Men du skal ikke fremhæve, at du er nyuddannet, når du søger job – på samme måde som du ikke fremhæver, hvis du er jomfru på din online datingprofil. Det forstærker i hvert fald ikke dit personlige brand på den måde, du måske håber, det gør.

Arbejdsgivere kan godt se på din onlineprofil, at du lige har færdiggjort dit studie. Det er således ikke ny viden, at du er fær-

diguddannet, så derfor er det vigtigt, at du fremviser alt det andet, de ikke kan se eller ved om dig. Det er de ting, der er dit personlige brand, ikke at du er nyuddannet.

For kort at ridse op, hvad et personligt brand er, så er det, når du bliver kategoriseret med én karrierevej. Hillary Clinton er politiker, Beethoven var musiker, og Jamie Oliver laver mad, og du ville sikkert synes, det var mærkeligt at se Hillary Clinton som tv-kok, Jamie Oliver som dirigent og Beethoven stå i det amerikanske senat og snakke om politik.

Der er også nogle, der kan brande sig som multikunstnere eller entreprenører. For eksempel startede Lady Gaga som musiker, men nu er hun også anerkendt for sit skuespil. Hendes brand gik fra at være sangerinde til ikke skuespiller, men multikunstner, der både kan synge, spille musik og være skuespiller. At en musiker bliver skuespiller, er ikke en nyhed, men hvis Lady Gaga pludselig blev ansat som jurist i et konsulenthus, ville det ikke stemme overens med hendes personlige brand som entertainer.

I en anden boldgade har vi Elon Musk. Han blev i starten kendt for at være en af PayPals stiftere, men opfattes i dag som så meget mere, fordi han har opbygget et brand som iværksætter, der ønsker at løse store problemer, han mener er vigtige.

Fælles for alle, der har opbygget et brand, inklusive dem, der siden har fået et brand, som favner flere brancher, er, at de ikke startede med at være kendte for, hvad de ville. De havde ikke noget personligt brand ... endnu. Ligesom du nok heller ikke har.

Passer dit brand til den stilling, du vil søge?

Lad mig stille dig et spørgsmål. Hvis du var virksomhedsejer med 100 ansatte og pludselig stod og skulle ansætte medarbejdere til tre roller – designer, bogholder og kantinemedarbejder – og følgende sendte en ansøgning, ville du så:

- Ansætte Jesper Buch til at designe dine produktkataloger?
- Ansætte Beyoncé til at være bogholder?
- Ansætte Mark Zuckerberg til at styre en kantine?

Nej, nej og nej. Du vil kigge på deres ansøgninger og CV (selvom du allerede ved, hvem de er) og tænke: ”De må have sendt forkert, fordi det her er jo ikke job, som de umiddelbart passer til.”

Deres jobinteresser og personlige brands passer ikke sammen.

Du ved, at Jesper Buch ikke designer kataloger (jeg aner ikke, om han designer kataloger, men for god ordens skyld så lad os sige, at det gør han ikke). Du ved til gengæld, at han er dygtig til at vækste virksomheder, især onlinevirksomheder. Det er, hvad han vil, hvad han gør, og hvad han gør pissegodt. Han er, ligesom Beyoncé’s afslag på rollen som bogholder og Mark Zuckerbergs afslag på at styre en kantine, ligeglad med de roller, han ikke kommer i betragtning til. Når man først har fundet ud af, hvad man vil, er alt andet ligegyldigt.

Vi vil gennem bogen arbejde på, at du får den samme indstilling – plus at du får opbygget et personligt brand, så du ved, hvilken karrierestart du går efter, og så en arbejdsgiver også kan se det.

Når du gør det klart for dig selv, og over for andre, hvad dine karriereplaner er, er du ikke interesseret i, hvilke jobs du ikke får tilbudt, fordi de ikke passer med dine karriereplaner.

Det er styrken i et personligt brand. Og det er, nøjagtig hvad vi skal have opbygget til dig, så du ikke skal ud og søge job som nyuddannet akademiker, for når du tænker over det, hvad i alverden vil en nyuddannet akademiker så arbejde med?

Selv hvis du siger, at du er nyuddannet akademiker med en uddannelse i for eksempel kommunikation eller finansiering, er det stadig det samme som at sige, at du gerne vil dyrke mere sport – indendørssport. Og det er jo ikke en brugbar afgrænsning.

Nyuddannet er, for at sige det mildt, et meget svagt og upræcist brand til jobsøgning, der stiller arbejdsgivere med meget lidt

at arbejde med og derfor nok heller ikke noget job til dig. For at kunne sælge dig selv bedst muligt med et stærkt personligt brand skal du gøre to ting:

- Afklare, hvor du vil starte din karriere
- Gøre det klart for andre, hvor du vil starte din karriere.

Men inden vi går i gang, så lad os lige få taget hånd om dine bekymringer.

Ja, du risikerer at begrænse dine jobmuligheder markant ved at opbygge et personligt brand

Inden for salg er der en læresætning, der siger, at *alle* ikke er en målgruppe. Hvis du prøver at sælge til alle, så rammer du ingen. Det gælder for virksomheder, der prøver at sælge produkter og servicere uden at have afklaret, hvem der er den rette målgruppe. Og det gælder også dig, når du skal sælge dig selv til et job.

Hvis din drøm om en god karrierestart er at få et relevant job i en anerkendt virksomhed med gode udviklingsmuligheder og en høj løn, har du en lige så uklar målgruppe som virksomheden, der siger, at deres produkter passer til dem, der råd til at købe det.

Opbygger du i stedet et personligt brand inden for eksempelvis markedsføring i musikbranchen, vil du med stor sandsynlighed blive fravalgt i andre brancher. Du udelukker altså jobmuligheder ved at opbygge et brand. Men du forstærker til gengæld dine chancer for at arbejde med markedsføring i musikbranchen – eller der, hvor du helst vil arbejde. Og er det ikke derfor, du tog en uddannelse?

Det modsatte af at være i arbejde er ikke nødvendigvis at være arbejdsløs, men at være i det rette job. Hvis du tager dit gamle job i en café eller som lærervikar, er du ikke arbejdsløs, men du er heller ikke tættere på at få et job, der afspejler dine ønsker i forbindelse med din uddannelse.

Jeg formoder, at tanken om målet at begrænse sine karrieremuligheder virker skræmmende og nærmest klaustrofobisk. Bare rolig, det er helt naturligt, for mennesker hader generelt at se muligheder forsvinde, og vi hader at give slip på ”hvad der kunne være en mulighed”. Bare se på, hvor meget af det tøj, du ejer, du ikke har smidt ud, fordi det kan jo være, at du bliver inviteret til endnu en regnbuetrøjetemafest og derfor hellere må vente lidt længere med at skille dig af med regnbuetrøjen, du aldrig går med.

Sagen er, at vi hellere vil satse på at have mange muligheder med en mindre chance for at få succes end få muligheder med en stor chance for at få succes, hvis det betyder, at vi slipper for at udelukke potentielle (om end minimale) muligheder.

If you choose not to decide, you still have made a choice.

– NEIL PEART, trommeslager i bandet Rush

Problemet er blot, at ikke at tage et konkret valg og i stedet satse på en bredere vifte af usammenhængende karrieremuligheder er en rimelig ringe strategi. Tag og læs kapitel 9 – Keeping Doors Open: Why options distract us from our main objective, i Dan Arielys bog Predictably Irrational. Så forstår du bedre, hvorfor du tænker, som du gør, når du skal fjerne muligheder.

Historien om det ubeslutsomme æsel

Det er tid til en lille fabel. Et æsel går ind i en lade. Fra indgangen opdager æslet, at der er to lige store bunker med æbler til venstre og højre for døren. Ude af stand til at nå begge eller beslutte, hvilken bunke med æbler den skal gå over til først, sætter den sig i midten. Timerne går, og æslet kan stadig ikke beslutte sig for, hvilken bunke æbler den skal gå over til først, og til sidst dør det ubeslutsomme æsel af sult mellem to bunker æbler.

Du falder naturligvis ikke død om, hvis du ikke kan vælge,

hvor du vil starte din karriere. Men du risikerer at lande i et system, du absolut ikke vil være i, nemlig dagpengeland. (Læs bogen *Dagpengeland* af Lau Aaen. Det er den sjoveste ”gyser”, der giver et skræmmende godt billede af, hvordan det er at være på dagpenge, og hvorfor du ikke vil være det).

Ubeslutsomhed er en fantastisk måde ikke at få noget af det, du vil, og i realiteten også undgå at gå efter noget, du vil, fordi du ikke ved, hvad du vil.

Hvorfor du vil undgå, at dit personlige brand er (arbejds)løsnyuddannet akademiker

Hvis du har gået på gymnasiet, husker du nok, hvor stolt du var, da du færdiggjorde din uddannelse. Du var faktisk så stolt, at du gik rundt med hue, flere uger efter at du blev færdig. Så ja, det er naturligt, at du også stolt vil fortælle og vise verden, at du har færdiggjort din universitetsuddannelse. Du føler, at du har fortjent at fremhæve din nye titel som færdiguddannet akademiker. Og det bør du også. Bare ikke når du søger jobs.

Hvad mener jeg så med det? Jeg mener, at jeg har kigget på data og jobopslag på en række forskellige jobportaler og lavet en stikprøve på hundredvis af jobannoncer inden for marketing, finansiering, HR og kommunikation i hele landet. Jeg kiggede efter, hvor mange der skrev i deres annonce, at de søgte en nyuddannet akademiker. Resultatet var ... tæt på absolut ingen.

Årsagen er simpel: Virksomheder efterspørger sjældent nyuddannede akademikere, nøjagtig som et band ikke efterspørger en musiker. Et band konkretiserer deres efterspørgsel til eksempelvis trommeslager til et rockband, der spiller U2 cover sange. En virksomhed konkretiserer, hvad de efterspørger, ved at tilføje titlen på det job, de mangler en person til at udføre.

Jeg arbejder med onlinemarketing, hvor jeg blandt andet kigger på søgetendenser på Google. Lad mig komme med et eksempel. Jeg har tidligere haft en tandlæge i København som kunde,

der gerne ville tiltrække kunder, som ledte efter ”billig tandlæge København”, og det skulle så lede dem over på tandlægens hjemmeside, hvor de forhåbentlig blev overbevist om at bestille en tid.

Hvis du googler efter jobs til nyuddannede akademikere og lignende, er det primært vikarbureauer og rekrutteringsbureauer, der dukker op. Og det beviser, at erhvervslivet i hvert fald ikke online går målrettet efter folk, som er nyuddannede, som var det en målgruppe, der besad en eller flere kvaliteter, som andre ikke har.

Nyuddannede og studerende, der er næsten færdiguddannede, har det med at snakke om at finde *jobs til nyuddannede*. Problemet er, at det er som at lede efter enhjørninger, fordi disse jobs ikke eksisterer. Eller jo, det gør de, men de bliver kaldt noget andet. Der findes jobs inden for kommunikation, man som nyuddannet kan søge. Men der findes ikke kommunikationsjob for nyuddannede. Det er ikke noget, man snakker om – det kan man se på søgeordets popularitet. Prøver du at google dig frem til ”jobs for nyuddannede akademikere”, finder du primært studentermedhjælperjobs.

Virksomheder søger ikke *akademikere* til specifikke stillinger. De søger efter *folk* med specifikke profiler til specifikke stillinger, der kan udføre specifikke opgaver.

Et bureau søger ikke efter *nyuddannede webdesignere*, men efter *webdesignere*. Det er så op til den nyuddannede webdesigner at overbevise bureauet om, at de kan udføre det samme job lige så godt, eller næsten lige så godt, som en erfaren webdesigner.

Nyuddannet er ikke en kompetence. Det er en titel, og endda også en meget vag titel, der ikke siger noget specifikt om, hvad du kan, men kun, hvad du lige har gjort. Du får ikke job af at fremhæve dig selv som nyuddannet, som var det en kompetence, *fordi der ikke er nogen, der leder efter det*. Det er sjældent relevant for arbejdsgivere, at du er nyuddannet.

Det er ganske enkelt fjollet at prøve at sælge dig selv på baggrund af noget, som få er interesseret i at købe, fordi de føler, at

det, du prøver at sælge dig selv på, er irrelevant i forhold til, hvad de leder efter.

Lad være med at tro, at det så betyder, at ingen er interesseret i at ansætte dig, eller at virksomheder ikke er interesserede i nyuddannede akademikere. Det er de bestemt. Hvis de nyuddannede kan bevise, at de kan og vil lave det stykke arbejde, der skal laves, vel og mærke.

Det er vanvittig vigtigt at forstå forskellen på ”job søges” og ”søger job inden for kommunikation i virksomhed eller organisation i sundhedssektoren nær Odense”. Hvorfor? Fordi det første jobønske gælder alle jobs, mens det andet fravælger mange virksomheder og udviser en målrettet afklaring.

Du skal kortlægge, hvilke søgeord du vil forbinde med dit personlige brand. Gør det rigtigt, og du vil tiltrække de rette arbejdspladser, på samme måde som en virksomhed tiltrækker de rette kunder. Og hvis det ikke er nok, er der en langt større fordel ved at tænke personlig brand ind i din studietid.

Den oversete fordel ved at opbygge et personligt brand i studietiden

Der er en stor, overset fordel ved at prioritere at opbygge et personligt brand i studietiden. Fordelen er, at din studietid bliver nemmere at komme igennem.

Når du har det mål at skulle opbygge et personligt brand til en specifik karrierevej, får du et mål og følelsen af et større formål med dit studie. Formål og afklaring reducerer stress og frustrationer, fordi du ikke længere føler, at du står med et skattekort, hvor der mangler at blive markeret et X.

Jo mere du arbejder på at nå et mål, og jo flere der kender dit mål, jo mere held har du med at nå dit karrierestartmål. Men husk det nu: At være en nyuddannet akademiker er ikke en kompetence, virksomheder i stor stil leder efter.

Det var alt for dagens kapitel. I morgen kigger vi på, hvorfor der er to fejl, du ikke må lave i din studietid, som tusindvis af studerende gør. Det er blandt andet fejl, der adskiller dygtige kriminelle fra dårlige kriminelle – og du skal lære af de dygtige. Og nej, det er hverken at snyde til eksamener, smutte fra undervisningen eller gå på torsdagsbar. Kan du ikke vente, så må du selvfølgelig gerne kaste dig over næste kapitel nu – eller du kan drøne ind på christianjespersen.dk og læse mit blogindlæg *Hvad jeg ville gøre anderledes, hvis jeg kunne tage min uddannelse forfra*.

Hvorfor der er to fejl, du ikke må begå i din studietid, som tusindvis af studerende gør

Jeg har en plan.

– EGON OLSEN i hver eneste Olsen-banden-film.

Victorious warriors win first and then go to war, while defeated warriors go to war first and then seek to win.

– SUN TZU, kinesisk general og militærstrateg

Dagens kapitel handler om ligheden mellem et veludført kup og en succesfuld karrierestart. Fælles for tyve og studerende er nemlig, at uden et formål, en plan og evnen og viljen til at eksekvere planen ryger tyvene i fængsel, og de nyuddannede starter i et lortejob, de hader efter tre måneder – eller også får de slet ikke noget job og havner på dagpenge. Og det hele bunder i to fejl, som alt for mange studerende laver hvert evig eneste år.

Hvad har et succesfuldt kup og en succesrig karrierestart med hinanden at gøre?

Har du nogensinde set en heist-film? De handler om en gruppe mennesker, der vil lave et kup. Du kender måske en eller flere af følgende heist-film: *Heist*, *The Heist*, *The Italian Job*, *Oceans 11-*, *12-*, *13-*filmene, *Going in Style*, *Heat*, *Olsen-banden*-filmene og *Tower Heist*.

Alle disse film har stort set samme plot: En gruppe tyve eller folk, der ikke før var tyve, vil plyndre en bank, et tog eller kasino

og stjæle fra nogle ofte rige og usympatiske mænd af forskellige årsager. Som beskuer ender du med at holde med tyvene, fordi der oftest er en smule retfærdighed i formålet med deres kup.

Heist-film er som regel opdelt i tre akter.

Første del introducerer gruppen af tyve, der bliver uretfærdigt behandlet af en person eller ser en anden årsag til at udføre et kup. Retfærdighedens gudinde viser en mulighed for balance og retfærdighed, hvis tyvene for eksempel stjæler en kæmpe diamant i en juvelerbutik fra den samme (ofte usympatiske) mand, der behandlede tyvene dårligt. Vi kender nu formålet med, at tyvene vil begå kuppet.

Anden del handler om planlægningen af kuppet. Her bliver hver en detalje gennemgået, planlagt, koordineret, testet og afprøvet, så tyvenes chancer for at opnå succes og ikke blive opdaget maksimeres. Planlægningen inkluderer ofte, at de nærstuderer vagternes rutiner, indretningen af gerningsstedet og alarmsystemet såvel som utallige faktorer, der virker ubetydelige, men er afgørende for, at planen kan lykkes. Vi ved nu, at gruppen har en plan, der kan realiseres.

Tredje del er eksekveringen af planen og dermed selve kuppet. Det er her, hvor vi ser, om planen virker eller fejler, og hvordan gruppen, når noget går galt, har en plan B og C, fordi det var forventet, at ikke alt ville gå som planlagt. Der er utallige faktorer, der skal tilrettelægges og forudsiges, da man ikke bare kan vade ind i en juvelerbutik og stjæle en diamant og slippe godt fra det.

Formål. Plan. Eksekvering. 1. 2. 3.

En tyv kan kun gennemføre et succesfuldt kup, hvis alle tre punkter er udført, og hvis de komplementerer hinanden. Det er ligesom en trebenet stol. Fjern et ben, og du falder på røven. Fjern formålet med kuppet, og du får svært ved at planlægge, hvad du vil stjæle, og får derfor en rodet og mislykket eksekvering.

Og her kommer koblingen: En vellykket karrierestart kræver,

at du har et formål (hvor du vil starte), en måde, hvorpå du bliver en kandidat, der får det job (en plan), og er i stand til at blive den profil (eksekvering).

Alt for mange studerende starter studiet uden at afklare formål og ved derfor ikke, at der er et andet punkt, en plan, der skal lægges og følges, før de kan gå i gang med eksekveringen. Resultatet er, at du efter studiet skal søge job som (arbejdsløs) nyuddannet akademiker – og husk, hvad du lærte i kapitel 1 om at have nyuddannet akademiker som dit personlige brand, når du skal søge job.

Har du afklaret, hvad der er dit middel og dit mål?

Lad os starte med at definere, hvad der er middel, og hvad der er mål.

Her får du to hurtige eksempler:

Hvis du er sulten, så er målet at blive mæt, og mad er midlet, for at du kan nå dit mål.

Hvis du er sulten efter en pizza, så er turen ned og hente pizza samt penge for at betale for pizzaen midlet, og at spise en pizza er målet, fordi det gør dig mæt, som er, hvad du gerne vil være.

Så hvordan hænger middel og mål sammen med en uddannelse?

Hvis dit formål med at tage en uddannelse er at *have* en uddannelse, er det at studere midlet for at nå dit mål. Hvis dit mål er ikke at være arbejdsløs, og du gerne vil være akademiker, fordi akademikere har en højere jobsikkerhed, er en uddannelse midlet, og ikke at være arbejdsløs er målet.

Du kan godt have flere mål, på samme måde som du godt kan have flere midler for at nå dit mål.

I eksemplet med at ville spise pizza er både cykelturen og de penge, du skal betale for pizzaen, midler, der er nødvendige, for at du kan nå dit mål, ligesom både at undgå at blive arbejdsløs og være akademiker er to sammenhængende mål.

Der er desværre også tilfælde, hvor studerende føler sig presset af deres forældre til at tage en bestemt uddannelse. Dermed er målet at gøre sine forældre stolte (og undgå at skuffe dem), hvor midlet igen er en uddannelse.

Det er dog langt fra smart at gøre det at *få uddannelse* til sit mål. Når det er tilfældet, fokuserer du på at gennemføre, men ikke på, hvad du vil bruge din viden til, mens du studerer. Så når du tonser over målstregen og får din medalje, står du tilbage med spørgsmålet: Hvad er så min plan nu, hvor jeg har nået mit mål? Jeg har jo ikke lyst til at løbe turen igen.

Hvis dit mål derimod er at få en bestemt karriere, er uddannelse midlet for at opnå at blive en kandidat til det specifikke job. Sandheden er dog, at en uddannelse oftest blot er et af midlerne. Du skal også opbygge et solidt CV og personligt brand.

Du kan læse meget mere om, hvordan du opbygger dit CV, i min bog *Studiebooster*.

Men overordnet, så er din uddannelse midlet – ikke målet. Og din målrettede karriereplan er målet, uanset hvornår du når det.

Få det bedste ud af din studietid til at blive den bedste kandidat – og ikke mest ud af dit studie

Der er desværre ét overskyggende fokus blandt studerende, der overtrumfer fokus på at finde formål, plan og eksekvering til at få et job. Det er følelsen af ikke at være lige så god som de andre. At føle sig udenfor, fordi man er overbevist om, at man ikke hører til på universitetet, fordi det er svært, og man får lavere karakterer end de andre.

Problemet er, at den bekymring er rodfæstet i en forkert tankegang, der stadig spørger på universiteterne, nemlig at du kun kan få en succesfuld karriere, hvis du er succesfuld med dit studie, og et succesfuldt studie er lig med et højt gennemsnit.

Jeg ser ualmindeligt meget frem til, at studerende bider bedre mærke i de tal blandt nyuddannede, der år efter år viser, at ka-

raktergennemsnit ikke afgør ens karrieremuligheder eller succes med at få job.

Målet med at tage en uddannelse er ikke at blive den bedste studerende eller få det højeste gennemsnit. Det giver ikke længe den højeste sikkerhed for at få de bedste jobs eller er måden, du får mest ud af din studietid på, hvis ikke det giver jobgaranti.

Fokus er ikke at få mest ud af dit studie, men at få det bedst mulige ud af din studietid, hvilket inkluderer afklaring om, hvad du vil (et formål), og afklaring om, hvad du skal gøre for at opnå det (planlægge), samt gå i gang med at sikre, at du bliver den profil (eksekvering).

Første svar på dagens lektion

Hvad er den ene af de to største fejl, du kan begå i din studietid?

Det er, at du bruger 3-5 år på universitetet *uden at have afklaret, hvad du vil efter studietiden.*

Hav et formål. Hav en plan. Og eksekver derefter ved at lave de nødvendige studieboosteraktiviteter – og start tidligere med at studiebooste, end du tror.

Du bør allerede efter 1. semester aktivt tænke over, hvor din karriere skal begynde. Gør du ikke det, er du en kaptajn, der har brugt mere tid på at vælge det rigtige skib, men selv ude midt på havet ikke aner, hvor lasten på skibet skal hen. Derfor begynder du at indtaste koordinater til adskillige virksomheder, som du kender og har hørt godt om, hvilket leder os til ...

Andet svar på dagens lektion

Hvad er den anden af de to største fejl, du kan begå i din studietid?

Det er, at du vælger adskillige ufokuserede karrieremål blandt landets største virksomheder i forskellige brancher, der peger i forskellige retninger.

Vores valg er begrænset til, hvad vi ved. Så når du lister ønsker om at starte din karriere blandt de mest anerkendte og største virksomheder i landet, tror du, at du fremstår ambitiøs. Men i virkeligheden udviser du mangel på en velovervejet karriereplan.

Færre jobønsker er lig med større karriereambitioner

Jo før du ved, hvad du vil arbejde med, jo før kan du snævre det ind til én branche. Jo tidligere på studiet du finder din branche, jo mere tid har du til at opbygge en målrettet profil og blive en 10 gange mere interessant kandidat hos de rette virksomheder i én branche fremfor at forsøge at være en *god nok* kandidat i hundredvis af virksomheder i forskellige brancher.

Caroline Wozniacki havde nok ikke været en succesfuld tennisspiller, hvis hun også havde haft en drøm om at mestre at spille klaver – og så brugte tid ved klaveret, som fjernede fokus fra tennis.

Så længe du fokuserer på, at din akademiske profil passer hos mange virksomheder, hvor det eneste mønster er et ønske om at arbejde hos kendte virksomheder i forskellige brancher, jo mindre oprigtigt virker dit ambitionsniveau og interesse for den enkelte virksomhed og branche. Det er her, et personligt brand kan gøre underværker.

Slut på dagens lektion. I næste kapitel skal vi se på, hvorfor det er farligt (kun) at vælge at ville starte sin karriere i virksomheder, du kender, fremfor at fokusere på brancher – og hvorfor du nok allerede nu tager fejl om, hvor du kommer til at starte din karriere.

Vil du
læse
videre?



Køb Brandingbooster hos [Saxo](#),
eller bestil den hos din
lokaleboghandler, hvis de ikke
har den på lager. >> [Køb her](#)



Christian Jespersen