

VÄLTÄ NÄITÄ TYÖHAKEMUKSESSA JA CV:SSÄ

Työnantajat tai heidän valtuuttamansa valitsija-asiantuntijat jaottelevat hakemukset usein kolmeen osaan, kyllä-, ehkä- ja ei-pinoihin. Jos haluat varmistaa, että hakemuksesi karsi-
taan heti kättelyssä, ota mallia seuraavista tyyleistä:

1) "Olen kiinnostunut avoimista olevasta tehtävästä, ohessa liitteet."

Ns. laiskat hakemukset on kirjoitettu vain hakijan omien suoritusten näkökulmasta, aina sa-
man kaavan mukaisesti, ajattelematta mihin työnantajan tarpeisiin hakijan erikoisosaami-
nen sopii tai ei sovi. Kirjoittamalla laiskan hakemuksen työnantaja saa kuvan, että olet yhtä
laiska myös työssäsi. Usein hakemusten vaillinaisuus ja epäselvyys koskee hakijan moti-
vaatiota haettuun tehtävään sekä nykyistä työtilannetta tai elämänvaihetta. Lukija voi vain
arvilla, mikä hakijaa oikein kiinnostaa ja onko hän töissä, kotona, opiskelemissa vai ran-
gaistusta kärsimässä.

2) "Havainnollistan pätevyyttäni seuraavalla tutkielmalla:"

Toinen varma tapa aiheuttaa harmia työnantajalle on romaanin kirjoittelu itsestään. Lukija
hukutetaan oman osaamisen näyttöihin ja yksityiskohtiin. Rasittavimmillaan hakemukseen
liitetään paksuja todisteita ja tutkielmia, jotka ovat itselle ainutkertaisia, mutta lukijalle vali-
tettavan usein toissijaisia.

3) "Ei minusta ole mihinkään."

Kielteinen ja pessimistinen hakemus on myöskin rasittava lukea, vaikka maanisen hilpeäkin
herättää epäilyjä. Kielteisen hakemuksen riveiltä ja niiden välistä suorastaan huokuu toivo-
mus, "En pääse tännekään työpaikkaan, enhän..." Ja työnantajan on helppo vastata myön-
tävästi: "Samaa mieltä kanssanne!"

4) "Olen syntynyt johtajaksi!"

Yhtä toivoton kuin pessimistinen hakija on kaikkikykyinen hakija, joka uskoo ja vakuuttaa
omaavansa edellytykset melkein mihin työhön tahansa. Hän hakee vastuulliseen tehtävään
ilman konkreettisia todisteita osaamisesta ja kokemuksesta. Työn sisältö ja työssä kehitty-
minen ei hakijaa kiinnosta niin paljon kuin hieno ja arvovaltainen titteli.

Lähde: Löydä paikkasi - aktiivisen työnhakijan opas. Helsingin Sanomat, Ilmoitusmarkkinointi 1996.