



## FRA JOBGIVERS MARKED TIL JOBTILBYDERS MARKED

Snart dropper virksomhederne jobannoncerne, og jobsøgerne slipper for at skrive irrelevante jobansøgninger. Fremtiden er at jobgivere og jobtilbydere finder hinanden i online samarbejds kataloger.

### Et tidspildende og forældet system

Mange har mistet deres arbejde som følge af Corona-krisen, og skal nu til at søge job igen. Pausen har givet mulighed for at overveje, hvad man egentlig har lyst til inderst inde. Så nu er chancen der for at søge med hjertet og ikke efter vanen eller som man plejer. Hidtil har vi skrevet jobansøgninger ved at fortælle om alle vores faglige spidskompetencer og afspejle krav fra en jobannonce. Vi gør det fordi, vi har et *behov* for jobbet og ikke fordi, vi har *lyst* til jobbet.

Som det er i øjeblikket, skal en ledig skrive mindst to ansøgninger pr uge. Det er kvantitet og ikke kvalitet. En potentiel arbejdsgiver kan på den foranledning modtage hundrede af ansøgninger, men kun en enkelt ønsker jobbet oprigtigt. Det er spild af tid for begge parterne.

### Trenden er at gå den modsatte vej

Arbejdsmarkedet er i gang med at ændre sig fra et job-givers marked til et job-tilbyders marked. Årsagen er, at vi ønsker frihed og indflydelse på eget liv ved selv at bestemme *hvordan* vi arbejder og på basis af *selv*-kontrol og ikke kontrol fra systemer eller andre. Trenden er slået tydeligt igennem i Coronatidens eksperiment med hjemmearbejdspladser.

Det er det næste skridt i bevægelsen mod megatrenden GIG-økonomien, som deler os op i generalister og specialister. Generalister er de visionære, som ansætter specialister til at udføre en konkret opgave.

Men om specialisten siger ja eller bliver indbudt til at være med på teamet, afhænger af personlig kemi, vurdering om flow vil opstå i samarbejdet, og om personen vil sætte al sin styrke og potentiale ind i opgaveløsningen. Det skal give *mening* for både job-giver som job-tilbyder at arbejde på det konkrete projekt eller virksomhed. Altså om begge partnere arbejder for det samme mål og formål.

### Onlinekataloget som markedspladsen

Så succes på arbejdsmarkedet handler stadig om en faglig basis, men i langt højere grad om vores *menneskelige kvaliteter og egenskaber*, der afgør om det er et godt arbejds match. Derfor er trenden at vise og fortælle sin indtil nu udefinerlige X-factor, som er særegen for hver af os, men som er muligt med formidling af sine styrker, ressourcer, potentiale og talenter. Det kan gøres ved online samarbejds kataloger som eksempelvis LinkedIn, worksome.dk, freeagents.network eller dk.freelancer.com og flere vil komme til i fremtiden med nicheområder.