



# Profileren zonder Opscheppen

Maak jezelf zichtbaar op  
een manier die bij je past

Mirjam Hubregtse

# COLOFON

## Profileren zonder Opscheppen

© 2019 Mirjam Hubregtse

Uitgever: Room to Grow  
www.roomtogrow.nl

ISBN: 978-90-829375-0-3  
NUR: 801

*Tekst:* Mirjam Hubregtse  
*Vormgeving:* Linda Zoon  
*Redactie:* Sascha Bertus en Marita van Rijssen  
*Druk:* drukkerij Edauw + Johannissen

### Aan dit boek werkten verder mee:

Rick van Baaren, Karin Bergstein, Ester Bravenboer, Frederique Buitelaar, Coen van Bunge, Antonella Cecca, Tanja Dik, Fleur Dujardin, Elizabeth Ebbink, Jeanine Feenstra, Marry de Gaay Fortman, Sarah Gagestein, Deborah Gravestein, Ellen van Gulik, Maartje den Hartog, Mark Heine, Janneke van Heugten, Petri Hofsté, Jos Hornikx, Gertjan Kaspers, Angeliem Kemna, Maaïke Kooter, Marc Lammers, Bianca van der Lee, Wilma Mesker, Jos Nijhuis, Robert Otto, Jan van Ours, Gert-Jan Pepping, Maria Punch, Juliette Redelé, Jacqueline Rijdsdijk, Jeroen Rommen, Mirjam Sijmons, Saskia Smith, Sneeboer Trading, Ellen Spoor, René Steenvoorden, Mariëlle Stel, Maartje van Tongeren, Ab van der Touw, Petra Veling, Rob van Wingerden, Maaïke Widdershoven en Monic Zents.

Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed, kan voor de aanwezigheid van eventuele (druk)fouten en onvolledigheden niet worden ingestaan en aanvaarden de auteur, redacteur en uitgever deswege geen aansprakelijkheid voor de gevolgen van eventueel voorkomende fouten en onvolledigheden.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16 h Auteurswet, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht ([www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken, (artikel 16 Auteurswet) in welke vorm dan ook of voor commerciële doeleinden, dient men zich te wenden tot de uitgever.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without the publisher's prior consent. While every effort has been made to ensure the reliability of the information presented in this publication, the publisher neither guarantees the accuracy of the data contained herein nor accepts responsibility for errors or omissions or their consequences.



*Het is fijn als je je kwaliteiten kunt inzetten, hierom gewaardeerd wordt en niet het idee hebt dat je je beter moet voordoen dan je bent. Er is veel verborgen talent en ik vind het zonde als dat niet gebruikt wordt. Met dit boek wil ik je helpen jouw verborgen talent zichtbaar te maken. Ik hoop dat dit boek eraan bijdraagt dat je je meer gewaardeerd gaat voelen.*

# VOORWOORD

Ik heb jarenlang in de financiële sector gewerkt en daar heb ik ervaren dat veel mensen er profijt van hebben om zich zichtbaarder te maken. Het helpt om door te groeien in een organisatie en ook om werk naar je toe te trekken waar je goed in bent en waar je energie van krijgt. Ik coach en train nu ruim tien jaar mensen die zichzelf zichtbaar willen maken op een manier die bij hen past.

In 2010 verscheen het boek *Zien ze wel hoe goed je bent?* Hierin help ik, samen met image consultant Sascha Bertus, lezers in vijf praktische stappen op weg naar zichtbaar zakelijk succes. *Profileren zonder Opscheppen* is een verdieping daarvan. Dit boek gaat over het ontdekken van je kwaliteiten en het anders omgaan met situaties in je werkomgeving. Zo help ik je om je nog meer bewust te worden van wat je wel en juist niet moet doen om zakelijk succesvoller te worden.

De trainingen en coachingsessies die ik geef, zijn een bron van inspiratie. Vraagstukken en leerervaringen van de deelnemers vormen de basis van dit boek. Ik heb regelmatig gezegd: 'Dat ga ik zeker gebruiken in mijn nieuwe boek.' Velen zullen dan ook hun eigen verhaal herkennen. Ook gesprekken met managers, bestuurders, vakgenoten, mobiliteitsmanagers en onderzoekers heb ik in dit boek verwerkt. Ik heb genoten van de vele interviews met bijzondere mensen in allerlei bedrijfstakken. Dank aan iedereen die het gesprek met mij wilde aangaan: dank voor jullie tijd, persoonlijke verhalen en waardevolle inzichten. Het was bijzonder inspirerend en bovendien een bevestiging van mijn eigen ideeën over zichtbaarheid en profilering.

Veel dank ook aan mijn collega's voor hun waardevolle inbreng op het gebied van uiterlijke presentatie, stemgebruik, (social) media, pitch en nog veel meer. Jullie zijn allen experts op jullie vakgebied. Ik blijf van jullie leren en werk graag met jullie samen.

Ik wens je veel leesplezier en succes met het ontdekken en laten zien van jouw kwaliteiten.

Mirjam

PS

Wil je ook lezen over hoe je uiterlijke presentatie bijdraagt aan je zakelijke succes? Lees dan ook het boek *Verpak je Succes!* van mijn compagnon Sascha Bertus.

# INLEIDING

## *Jij bent goed in je werk. Weten anderen dat ook?*

*Dit boek is voor professionals die gewaardeerd willen worden om wie ze zijn, zonder dat ze zelf van de daken hoeven te schreeuwen hoe goed ze zijn. Regelmatig hoor ik dat goed functioneren en deskundigheid niet meer voldoende zijn en dat de focus steeds meer ligt op zichtbaarheid en profilering. Mensen vertellen mij dat ze het vervelend vinden dat het niet meer om de inhoud gaat, niet meer om vakkennis, hard werken en hoeveel werk je verzet. Dat het er vooral om gaat wie zich het meest laat horen en wie zich zichtbaar maakt.*

Ik ben het niet helemaal met ze eens: het gaat zeker wél om inhoud en vakkennis. Het is daarnaast óók belangrijk dat je deze kennis en kunde goed weet over te brengen. Ik ben van mening dat zichtbaar maken wat je doet, een onderdeel is van goed functioneren. Je kunt bijvoorbeeld een heel goed idee hebben, maar als het niet lukt dat idee goed over te brengen en anderen mee te krijgen, ben je minder succesvol in je werk.

Het is fijn om gewaardeerd te worden om wie je bent. Je wilt ertoe doen, gezien en erkend worden. Veel mensen die bij mij komen voor een training of coaching willen ook gewaardeerd worden, maar ze willen zichzelf niet op de borst slaan en zich continu profileren. Met dit boek laat ik je ervaren dat het heel goed mogelijk is gezien te worden zonder op te scheppen.

### **Wat kun je van dit boek verwachten?**

Dit boek helpt je om stil te staan bij je eigen gedrag. Je krijgt inzicht in hoe je werkt en communiceert en of dat wel het meest effectief is. Door het lezen van dit boek besef je dat zichtbaar zijn niet alleen belangrijk is voor jezelf. Anderen waarderen het als jij jezelf meer laat zien, als ze weten wat ze aan je hebben, wat er speelt en wat ze van jou kunnen leren.

# INHOUD

<b>1. Wat is profileren en waarom zou je het willen?</b>	11
1.1 Profileren zonder opscheppen	12
1.2 Profileren is niet het doel, het heeft een doel	26
<b>2. Wat wil je zichtbaar maken?</b>	43
2.1 Verkeerde focus	44
2.2 Focus op kwaliteiten	50
<b>3. Hoe maak je je zichtbaar?</b>	61
3.1 Profileren op een manier die bij je past	62
3.2 Voel je goed	62
3.3 Drie vormen van zichtbaarheid	72
3.3.1 Appearance: de verpakking van je kwaliteiten	73
• Kleding en zichtbaarheid	76
• Lichaamstaal	78
3.3.2 Communicatie: wat je zegt en hoe je het zegt	80
• Stemgebruik	88
3.3.3 Gedrag: wat je doet en wat je niet doet	94
• Hoe kom je over als een professional?	95
• Doelen stellen voor de volgende stap	95
• Successen zichtbaar maken	104
• Ook als je er niet bent kun je zichtbaar zijn	106
• Complimenten en kritiek	107
• Zichtbaarheid in je dagelijkse werk	110
- Zichtbaar zijn voor je manager of opdrachtgever	110
- Vergaderen	125
- Presentaties	137
- Netwerken	142
• Word nog zichtbaarder	148
- Nominaties, onderscheidingen, prijzen & awards	148
- Interviews	150
- Publiceer onderzoeken, schrijf artikelen, blogs	151
• Op zoek naar een nieuwe baan of opdracht	153
3.3.4 Voor managers: manage de zichtbaarheid van je medewerkers	157
3.3.5 Het totaalplaatje moet kloppen	160



# WAT IS PROFILEREN EN WAAROM ZOU JE HET WILLEN?

*Je leest dit boek waarschijnlijk omdat je meer zichtbaar wilt of moet zijn op je werk. Een belangrijke vraag is waaróm je zichtbaarder wilt zijn. Je doet je werk waarschijnlijk goed. Je vindt het misschien niet nodig om altijd wat te zeggen, of om in het middelpunt van de belangstelling te staan. Je werkt liever op de achtergrond. Mogelijk heb je het idee dat jouw mening niet belangrijk genoeg is om te melden. Of je werkt hard, behaalt goede resultaten en vindt dat deze voor zich moeten spreken.*

Sterker nog: je ergert je wellicht zelfs aan het gedrag van collega's die continu vertellen hoe geweldig ze zijn. Die meteen hun mening klaar hebben en te pas en te onpas hoog van de toren blazen en melden wat ze kunnen en wie ze kennen. Toch bewonder je deze types misschien ook wel en zou je soms een beetje willen zijn zoals zij. Zij geven hun mening en jij wilt eigenlijk dat er ook om jouw mening wordt gevraagd. Het zou in elk geval fijn zijn als je je ideeën goed naar voren kunt brengen. Je wilt ook gevraagd worden voor een nieuw project of interessante klus of je wilt promotie krijgen, maar niet door elke dag met het management te lunchen en te roepen welke fantastische successen je hebt behaald. Je bent niet het type dat continu bezig is te laten zien dat jij er bent.

Het is ook mogelijk dat je dit boek leest terwijl je al wel zichtbaar bent. Je collega's weten wat ze aan je hebben en ook in een overleg geef je je mening. Maar er zijn wellicht momenten dat je meer wilt laten zien wat je in huis hebt, bijvoorbeeld bij het management of bij andere afdelingen, of omdat je op zoek bent naar een nieuwe baan. Of je maakt je wel zichtbaar, maar hebt het gevoel

dat je collega's je niet waarderen. Wat de reden ook is, in dit boek lees je hoe je jezelf effectief profileert in elke situatie op een manier die bij jou past.

## 1.1 Profileren zonder opscheppen

Je doet gewoon je werk en dat doe je goed. Je wilt dat mensen je waarderen om wie je bent en om het werk dat je verzet. Je wilt dat ze vertrouwen hebben in jou en in je werk en beter zien wat jouw kwaliteiten zijn en wat jij bijdraagt. Dat ze zien wie je echt bent en wat je kunt, maar dan wel zonder op te scheppen.



## Kernkwadrant vak 2: Valkuil Onzichtbaarheid

De valkuil van bescheidenheid is *onzichtbaarheid*. Je geeft dan teveel ruimte aan anderen en cijfert jezelf weg. Als je doorschiet in bescheidenheid, word je een grijze muis: niemand ziet je staan, collega's hebben geen idee wat voor werk jij verricht en welke successen jij behaalt. Misschien vind je het prettig om werk te doen dat meer op de achtergrond is, maar tegelijkertijd wil je wel gewaardeerd worden. Het zou mooi zijn als jouw werk en de resultaten voor zich spreken, maar vaak is dat niet het geval. Vooral op momenten dat je het wat drukker hebt of gestrester bent, schiet je door van je kwaliteiten naar de valkuilen daarvan.



*Je hebt mensen die in stilte kwaliteit leveren en het dan heel bescheiden onder de deur doorschuiven. Ja, dat schiet niet op. Het is belangrijk om je kwaliteiten te laten zien. En als er een dilemma is, dat je dan zegt: "Ik wil even langskomen om dit dilemma te bespreken", of: "Ik wil even met je afstemmen of de richting waarin ik ga, de goede richting is." Prima. Ik heb liever dat dat te vaak gebeurt dan te weinig.*



*Jos Nijhuis, voormalig CEO Royal Schiphol Group*

zich pro·fi·le·ren

een eigen karakter vertonen

Bron: [www.vandale.nl](http://www.vandale.nl)



### Zichtbaar zijn voor een ander

Jouw zichtbaarheid helpt anderen. Het is belangrijk dat je jezelf zichtbaar maakt met het belang van anderen in gedachten. Anderen waarderen het juist als je laat zien wie je bent en wat je kunt, zodat ze weten met wie ze praten en wat ze aan je hebben. Je maakt jezelf zichtbaarder door meer met de mensen om je heen in contact te komen, zodat zij kunnen bijdragen aan jouw werk. Door dat te beseffen voel je wellicht minder weerstand tegen het idee om jezelf meer te laten zien.

Realiseer je dus dat:

- > jouw **leidinggevende** wil weten wat voor werk jij doet en welke resultaten je behaalt. Dat maakt het voor hem ook makkelijker om jou te beoordelen en zijn afdeling te verkopen.
- > de **klant** voor wie je werkt, graag wil merken dat hij te maken heeft met een professional. Vertel hem dus iets over jezelf en je ervaring.
- > je **collega's** graag weten waar jij mee bezig bent. Zij vinden het handig om te weten met welke vragen ze bij jou terecht kunnen en met welke vragen juist niet. Zij weten dan ook op welke manier ze kunnen bijdragen aan jouw werk.

ZICHTBAAR  
ZIJN DOE JE  
OOK VOOR  
ANDEREN



*Je valt op door twee dingen: door je werk gewoon heel goed te doen, uiteindelijk word je daarvoor betaald. Maar naast gewoon je werk goed doen, moet je voortdurend ook de luiken naar buiten openzetten: probeer op de hoogte te zijn van de allernieuwste ontwikkelingen, haal mensen naar binnen die de rest van de organisatie inspireren, probeer nieuwe dingen uit. Zorg dat je meerwaarde creëert doordat je weet wat er gaande is in de wereld en dat naar binnen weet te halen.*



*Mirjam Sijmons, lid Raad van Bestuur EY*

Wanneer je jouw zichtbaarheid in balans houdt met je bescheidenheid, hoef je niet bang te zijn dat mensen zich aan je ergeren. Ze ervaren je juist als een specialist op jouw vakgebied en waarderen jou daarom. Voor hen is het fijn om te weten welke kwaliteiten jij hebt, waar jij voor staat en wat jij kunt bijdragen. Zeker als ze merken dat jouw kwaliteit een oplossing is voor hun probleem.

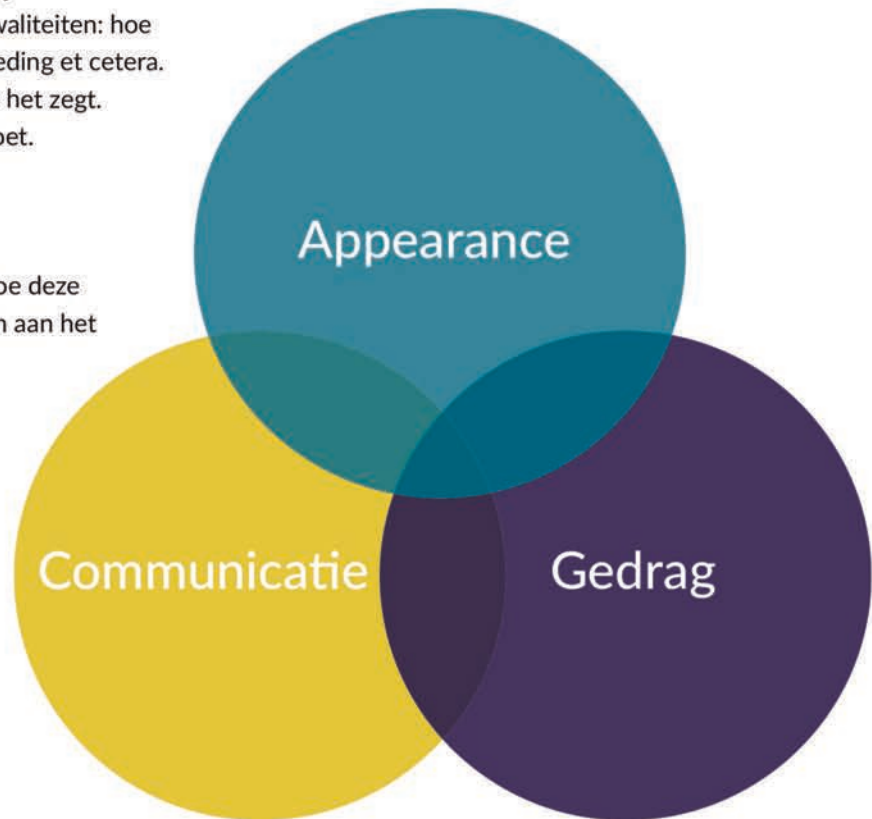
### 3.3 Drie vormen van zichtbaarheid

*Zichtbaarheid is onderdeel van je werk. Het zorgt ervoor dat je meer impact hebt met het werk dat je doet. De organisatie heeft er wat aan als jij je werk zichtbaarder maakt. Als duidelijk is wat voor werk iedereen doet en als iedereen weet bij wie ze het beste terecht kunnen met vragen, werkt een organisatie effectiever. Door aan te geven waar je mee bezig bent, maak je het anderen makkelijk om daaraan bij te dragen en te leren van jouw expertise. Je hebt meer impact als jij en je werk zichtbaarder zijn.*

Ik onderscheid drie gebieden waarop je jezelf zichtbaar kunt maken:

1. **Appearance:** de verpakking van je kwaliteiten: hoe je eruit ziet, lichaamstaal, uiterlijk, kleding et cetera.
2. **Communicatie:** wat je zegt en hoe je het zegt.
3. **Gedrag:** wat je doet en wat je niet doet.

In dit laatste deel van dit boek lees je hoe deze drie vormen van zichtbaarheid bijdragen aan het vergroten van je impact.



### Hoe klink jij?

*Het is interessant om te weten hoe jouw stem klinkt en hoe je dat kunt beïnvloeden. Bedenk voorafgaand aan een gesprek hoe je wilt overkomen en wat je daarvoor moet doen. Hieronder lees je een aantal tips.*

### Wil je zakelijker en overtuigender overkomen?

Durf ruimte in te nemen. Dat kun je met je lichaamstaal doen en ook met je stem. Spreek luid genoeg, ook aan het einde van je zinnen, praat rustig en laat pauzes vallen tussen de zinnen. De tip voor mensen die zakelijker willen overkomen, is om aan het eind van de zinnen omlaag te gaan met de toon. Dit geeft geruststelling: je laat de ander merken dat alles goed komt. Let op: met een continue lage toon maak je geen connectie met je gesprekspartners. Zorg daarom ook voor vriendelijke hoogtepieken in de melodie van je zinnen.

### Wil je luider praten?

Misschien denk je dat je niet harder kunt praten. Het helpt je als je je lichaam ziet als een muziekinstrument. Laat je stem door de hele klankkast van je lichaam gaan. Sta rechtop, ontspan je buik en zet je borstkas helemaal uit als je begint te spreken. Stel je voor dat de klank er niet uit hoeft, maar dat je juist meer klank laat horen als je deze klank in je lichaam laat resoneren. Zo krijg je een voller, warmer geluid.

### Wil je enthousiaster, sprankelender en energiever klinken?

Als we geen variatie horen bij een spreker dwalen we af of we vallen in slaap. De meeste baby's vallen in slaap bij

het eentonige geluid van een stofzuiger. Denk ook eens terug aan saaie presentaties waar je nauwelijks variaties in hoorde. Als je je publiek wilt boeien, wissel je af in toonhoogte, snelheid en in luidheid: af en toe opzettelijk zacht en daarna weer luider. Zo wil iedereen naar jou luisteren.

### Klink je verlegen?

Als je zacht praat en je zinnen eindigt met een hoge toon, laat je een onzekere, verlegen indruk achter. Je lijkt zelf te twijfelen aan wat je zegt. Als je hoog eindigt in een normale zin, klinkt het alsof je wilt vragen: 'Jij bent het toch wel met me eens?', of: 'Dat is toch zo?' Je geeft daarmee ruimte aan anderen om wat jij zegt in twijfel te trekken.

## Stemkenmerken

Het is belangrijk dat je je stem aanpast aan je doel, je doelgroep en aan de omgeving: als je een presentatie geeft aan een grote groep mensen heb je veel impact met een luidere stem en langere rust-momenten. In een een-op-eengesprek of een kleinere teammeeting is toegankelijkheid en daarmee een zachtere stem wellicht gepaster. De sleutel voor succesvol gebruik van je stem zit in het kunnen variëren met je stem. Bekijk in het schema op de volgende bladzijde wat de verschillende kenmerken van stemgebruik en het effect ervan.

### Spreken in groepen

Vind je het lastig om in een grotere groep of in een groep met meer onbekenden het woord te nemen? Waarschijnlijk ben je op zo'n moment erg met jezelf bezig en heb je gedachten als: als ik het maar goed zeg, of: als ik maar goed uit m'n woorden kom. Of je bent bezig te bedenken wanneer het beste moment is om iets in te brengen. Vervolgens is het meest geschikte moment natuurlijk alweer voorbij of heeft iemand anders net jouw punt ingebracht. Het is soms zo druk in je hoofd met gedachten over jezelf dat er geen ruimte meer is om na te denken over waar het echt om gaat. Probeer zo veel mogelijk bezig te zijn met de vergadering zelf: luister goed, wees actief betrokken. Als je een punt wilt maken, besef dan dat het om dat punt gaat. Jouw punt moet gemaakt worden en dat kan op dat moment alleen maar via jou en dus je moet het dan wel zeggen.

### Kom je er niet tussen?

Heb je tijdens een vergadering regelmatig het idee dat je er niet tussenkomt? Vraag jezelf eerst af of je er echt niet tussenkomt of dat je er eigenlijk niet tussen wilt komen. Vind je het een onzinnige discussie? Twijfel je over je eigen inbreng? Hoef je niet zo nodig mee te doen met 'de haantjes'?

Wellicht vind je het niet netjes om mensen te onderbreken en wacht je daarom op een stilte. Soms komt deze stilte niet of pas veel later. Als je je punt niet maakt, denken mensen wellicht dat je ongeïnteresseerd bent of dat je er geen verstand van hebt. Dat is natuurlijk niet wat je wilt uitstralen. Zie onderbreken van mensen niet als onbeschoft, maar als juist als betrokken. Als je iemand onderbreekt, laat je zien dat je enthousiast bent en wilt meedenken. Zo draai je een negatieve gedachte om in een positieve. Als je er op die manier over denkt, accepteer je het ook makkelijker wanneer anderen jou onderbreken.



## 10 tips voorafgaand aan een interview

1. Bedenk wat de aanleiding van het interview is en vraag de interviewer welke insteek hij kiest.
2. Denk niet: ik laat het wel over me heen komen.
3. Vraag wie er nog meer aan het woord komen en zorg dat je de standpunten van de anderen kent.
4. Bedenk welke lastige vragen je kunt krijgen: welke vragen vrees je?
5. Oefen! Vooral met een advocaat van de duivel uit je omgeving: iemand die echt kritisch kan zijn.
6. Bij een interview dat in de geschreven pers komt: check of er een foto bij komt, en zo ja, welke.
7. Realiseer je dat de interviewer op zoek is naar een pakkende krantenkop. Neem daarom een duidelijk standpunt in. Formuleer drie uitgesproken meningen waar je ook achter staat als alle nuances worden weggelaten.
8. Voor een live-interview voor radio of televisie: zorg dat je een goed voorgesprek hebt met de journalist.
9. De journalist zit niet te wachten op jouw verkooppraatje: houd het inhoudelijk, vertel waar je je voor inzet en wat je graag wilt veranderen op jouw vakgebied.
10. Als je erg zenuwachtig bent: bedenk wat het allerergste is dat je kan overkomen en besef dat er niet zo veel is wat er echt fout kan gaan, want jij weet waar je het over hebt.

Bron: Janneke van Heugten, oprichter mediaplatform Vaker in de Media



### Publiceer onderzoeken, schrijf artikelen, blogs

Zichtbaarheid en expertstatus krijg je ook door onderzoeken te publiceren en artikelen en blogs te schrijven. Als je een eigen website hebt, zet je deze berichten natuurlijk daarop en verwijst je daarnaar via social media. Plaats deze berichten ook in je nieuwsbrief of ga op zoek naar mogelijkheden om dit in de nieuwsbrief van andere organisaties geplaatst te krijgen. Er zijn vast ook organisaties die op zoek zijn naar artikelen en onderzoeken op jouw vakgebied. Wellicht zijn ze ook geïnteresseerd in jou als gast-columnist. Zorg dat je in vakje 3 van het kernkwadrant blijft: houd steeds voor ogen dat je berichten schrijft voor anderen. Wat hebben zij aan jouw verhaal? Wat kunnen ze ervan leren?

### Bijna uit dienst

Zet in de laatste week van je dienstverband je out-of-office-bericht aan. Vermeld daarin niet alleen dat je bijna uit dienst bent, maar vooral ook hoe mensen je voortaan kunnen bereiken. Heb je nog geen nieuwe baan, dan kun je ook in dit bericht aangeven wat voor baan je zoekt.

### Het belang van de laatste indruk

Iedereen is het erover eens dat de eerste indruk veel invloed heeft op hoe anderen met jou omgaan. Onderschat ook het belang van de laatste indruk niet. Als je bijna stopt bij je werkgever of je bent bezig met de afronding van een project, is het belangrijk dat je niet alleen bezig bent met de afronding van je werk.

Nog steeds geldt de succesformule:

**Kwaliteit \* Zichtbaarheid = Succes.** Die wordt in de hectiek nog wel eens vergeten. Neem de tijd om langs te gaan bij de mensen met wie je hebt gewerkt en laat weten wat jouw volgende stap is en hoe ze je kunnen bereiken.

### Nieuw op de afdeling

Als je ergens nieuw op een afdeling begint, realiseer je dan hoe dat is voor je nieuwe collega's. Die zijn benieuwd naar wie jij bent en wat ze aan jou kunnen hebben. Stel je dus aan iedereen duidelijk voor en wees daarbij vooral ook geïnteresseerd in hen. Probeer het zo te regelen dat je niet aan één collega gekoppeld wordt, maar loop met iedereen een tijdje mee. Zo leer jij hen beter kennen en zij jou. Verdwijf niet stilletjes in een hoekje. Maak ook meteen in het begin afspraken met mensen waarmee je gaat samenwerken buiten je nieuwe afdeling. Ga elke dag met andere mensen lunchen. Maak duidelijke afspraken met je leidinggevende over wat hij van jou verwacht en hoe je de resultaten van je werk aan hem terugkoppelt.

## Profileren zonder Opscheppen

Je wilt gewaardeerd worden om wie je bent en wat je doet, maar je houdt wellicht niet van spotlights. Toch is het belangrijk om zichtbaar te zijn als je meer impact wilt maken en behoefte hebt aan erkenning voor je werk. Als je zichtbaar bent, weten anderen ook wat ze aan je hebben en waarvoor ze bij jou terecht kunnen. Zichtbaarheid helpt je verder te groeien en werk naar je toe te trekken waarvan je energie krijgt.

Met dit boek leer je jezelf zichtbaar te maken op een manier die bij jou past, zonder je op de borst te slaan. Doordat je anders leert denken over jezelf en werksituaties, worden de tips uit dit boek geen aangeleerde trucjes. Je nieuwe gedachten worden onderdeel van jou, waardoor je automatisch ander gedrag laat zien. Gedrag dat jou helpt succesvoller te zijn.

'Profileren zonder Opscheppen' staat vol tips en citaten uit interviews met ervaringsdeskundigen, zoals advocaat-partner Marry de Gaay Fortman, voormalig hockeybondscoach Marc Lammers, CEO en *goudhaan* Mark Heine en winnares van de Amsterdamse Ondernemersprijs Bianca van der Lee.



### De auteur

Drs. Mirjam Hubregtse adviseert organisaties op het gebied van zichtbaarheid en zij traint en coacht professionals. Zij weet als geen ander het beste in je naar boven te halen. Mirjam is een van de managing partners van Room to Grow, dé expert in profilering en personal branding. De aanpak van Room to Grow is inspirerend, persoonlijk en praktisch. Dat is ook de insteek van dit boek: je kunt er direct mee aan de slag.

