

Om du inte berättar **vem** du är kan inte världen få reda på vem du är. Säljbrevet är en av dina marknadsföringskanaler tillsammans med Facebook, LinkedIn, twitter, privat webbplats och andra arenor.

Reklam

Säljbrevet är ditt eget reklambrev som ska vecka **intresse** för dig som person. Här ska du på ett personligt och kärnfullt sätt tala om vem du egentligen är och vad du kan tillföra din nya arbetsgivare. Varför ska de anställa just dig.

Intresse

Säljbrevet ska skapa intresse för dig som **person** och visa vad du vill göra med den utannonserade tjänsten. Det ska vara personligt, kärnfullt, kortfattat och det ska matcha ditt CV.

Du ska på ett kreativt och intressant sätt besvara deras fråga - Varför ska vi anställa just dig?

Språket

Du måste fånga mottagarens intresse. Vid första genomgången finns endast en kort tid att läsa din ansökan - den måste generera **attention**. Tänk på att dina formuleringar också säger en hel del om dig - inte bara innehållet.

Lägg ned mycket tid på att få en intresseväckande inledning som snabbt fångar läsarens intresse.

Tre steg

Rekryteraren agerar i tre steg,

CV - Formella krav

Rekryteraren letar efter **formella** krav som t ex utbildning, erfarenhet, kurser etc. Det ska han/hon lätt finna i ditt strukturerade och lättlästa CV.

Säljbrev - din person

Rekryteraren letar efter en **intressant** person som verkligen vill ha den utannonserade tjänsten och motsvarar de förväntningar som ställs. Du sållas bort på direkt om du lagt ned för lite tid på säljbrevet och istället använt dig av ett massproducerat standardbrev.

Mål, prestationer & fritidsintressen

När de formella baskraven är uppfyllda letar rekryteraren efter **särskiljande** egenskaper och intressen.

I andra läsrundan letar och studerar rekryteraren tre områden noggrannare. Dessa är,

- ▶ Mål
- ▶ Prestationer
- ▶ Fritidsintressen