

En **fængende overskrift**, der giver lyst til at læse videre. Find din egen stil, og sørg for, at din overskrift passer til ansøgningen. Hold det kort: Hvad vil du hos virksomheden, hvem ER du som person, hvad KAN du konkret?

I din **indledning** viser du, at du har styr på virksomheden, deres plads i "verden", deres udfordringer og det I skal udrette sammen. Det er også her, du kobler din motivation på – og den skal være floskelfri og målrettet. Og så skal den frem for alt handle om virksomheden mere end om dig selv! Brug din research aktivt, og fokuser på projekter, kunder, arbejdsopgaver eller andet fra både jobopslag, hjemmesider, sociale medier eller andre kilder.

Efter din indledning er det en god ide at komme med **konkrete idéer** til, hvordan du vil løse de opgaver, der ligger i stillingen. Din research kommer dig rigtig meget til gode her. Du har måske fundet ud af, hvilke opgaver, der fylder mest – så målretter du dine ideer til dette.

Dine idéer behøver ikke være så konkrete som beskrevet her: Det vigtigste er, at du kommer med en eller flere idéer eller refleksioner som giver et indtryk af, at du har gjort dit forarbejde. Så du kan også nævne projekter fra deres hjemmeside, du tror du ville have en særlig interessant vinkel på, en opgave i jobopslaget du tror ville være særligt spændende, eller andet.

Skriv dine **faglige kompetencer** i næste afsnit – eller endnu bedre, skriv det sammen med dine idéer. Det er her du henter tidligere erfaringer ind, men altid målretter det i forhold til virksomheden. Skriv information som er særlig relevant for dem, og hvor du kan fremhæve vigtige erfaringer fra din uddannelse og arbejdsliv.

I dette afsnit skriver du noget om, **hvordan du er som menneske og kollega**. Undgå gerne at skrive det generiske, som vi alle sammen kan nikke ja til, som fx: Jeg kan både arbejde selvstændigt og i teams. Afsnittet her kan også implementeres i ovenstående, eksempelvis ved at knytte en udtalelse fra en chef eller kollega på, for at give noget faglig troværdighed.

Afslut din ansøgning lige så fængende som din overskrift – gør dem nysgerrige med et **'call to action'**: Inviter dem til at høre mere om en konkret idé eller et emne, du gerne vil diskutere videre med dem.

Skal du bruge flere tips og tricks? Find materiale eller kontakt os på kommunikationogsprog.dk



Jeg vil fortælle den næste gode historie om Horsens

Webdesign handler om at formidle den gode historie, og Horsens har mange historier af tage af – lige fra historien om Wall of Sound, kommunens smukke natur til historierne om de nye tilflyttere. Jeg beundrer særligt jeres evne til at fortælle de gode historier om flokken – for her er mennesket og fællesskabet i centrum i jeres formidling. Jeg brænder for at være med til at folde Nanna Friis principper for god kommunikation ud på de andre sider gennem solidt webdesign, visuelle virkemidler og en skarp pen med den helt rigtige vinkel, så det bliver nemmere at være en del af flokken i Horsens.

I efterspørger en kandidat med godt greb om webdesign, og jeg kan byde ind med både to års erfaring og mange gode idéer til, hvordan vi får lanceret de forskellige undersider, så de passer til emne og målgrupper. Helt konkret kunne vi:

- Relancere Middelalderfestivalens side, dels så det visuelle udtryk kommer på linje med horsens.dk og dels ved hjælp af nye, levende billeder. Små film vil give rigtig meget mening her, så vi får præsenteret stemningen og energien fra festivalen på bedste vis.
- Skabe et nyt udtryk til hjemmesiden om færgeruten til Endelave, så både borgere og turister får relevant information om færgetider og muligheder på Endelave. Igen forestiller jeg mig en ensretning af det visuelle og gerne muligheden for en engelsk og tysk version. Jeg synes også, det er værd at gøre opmærksom på, at færgen sejler dig til et stykke natur, der helt tilbage i 1977 blev udpeget til verdensnaturarv.

Min kommunikationsværktøjskasse favner bredt – udover erfaring med copywriting, analyserne og strategiarbejdet, så optager og redigerer jeg både videoer og podcasts. Min erfaring er, at der ligger mange bolde i en kommunikationsafdeling, jeg samler dem gerne op uanset om det er med store tanker til strategiuudviklingsmødet, en notesblok til møde i byrådet, et interview til hjemmesiden, eller bare et smil på læben til en kop eftermiddagskaffe.

Min nuværende chef siger, at min store force er, at jeg både kan nørde med analyser og strategier, skrive klart og tydeligt og også har en veludviklet pædagogisk sans. Det omsætter jeg gerne til borgernære tekster til forståelige forklaringer til fx. borgmesteren eller en kollega om, hvorfor vores hjemmesider er strikket sammen, som de er

Jeg håber, I har lyst til at høre mere om mine tanker om, hvordan vi kan strukturere hjemmesiden, skære ned på antallet undersider samt kommunikerer klart omkring hvad Horsens kommune har af tilbud til kommunens handicappede borgere.

Venlig hilsen, X