



2018-08-29 08:47 CEST

## Är du estradör eller sufflör? Expertblogg av Daniel Gelin, Alito People

**Gillar du verkligen att stå i rampljuset eller gillar du kanske bättre att vara stjärnan bakom?**

I rollen som rekryterare hör jag ofta från mina uppdragsgivare att de söker någon som har en säljande personlighet, utåtriktad och med en stor verbal förmåga. Det finns massor av människor som känner igen sig i den beskrivningen, vilket såklart är tacksamt för mig som rekryterare. Men jag uppmanar till lite eftertanke om du är den extroverta person du tror att du är. Eller drivs du egentligen av andra parametrar, men låter dig påverkas av plattityder och klyschor som vi i rekryteringsbranschen många gånger skapar? Låt mig utveckla.

## Estradören

För att stå ut från mängden idag så menar många att du behöver vara digitalt begåvad, en god presentatör, en slipad skribent, en strateg, kunna hantera budget, visa på dagligt ledarskap (led dig själv), inspirera, engagera och vara en god teamplayer (men även jobba självständigt). Puh. Ja, listan är överväldigande, men långt ifrån ovanlig. Utifrån denna långa kravlista kan majoriteten läsa mellan raderna att din personlighet mycket troligt är utåtriktad, en estradör som aldrig har någon invändning mot att stå i frontlinjen och vråla "I'm on it!" innan uppdraget ens formulerats klart.

## Sufflören

Men bakom varje framgångsrik estradör står...ja, vem då? Du som snarare identifierar dig med att vara den som skjuter fram din briljans genom andra personer, som likt en sufflör viskar fram replikerna till artisten. Och trivs väldigt bra med det. Men att medvetet vara sufflörstjärnan som får andra att glänsa är en sak. Om du mot din vilja hamnar i skuggsidan av dina mer utåtriktade kollegor är en annan. Min egen övertygelse är att du, sufflören, måste medvetandegöra omvärlden att det är denna rollen du trivs i. Du eftersträvar inte att bli en estradör. Du gnetar inte på i väntan på att sedan ställa dig på scenen. Det är i den här rollen som du regerar, du vet om det och du vill fortsätta så.

## Ett litet medskick

**Hey, estradören.** Du tycker troligtvis att du inte behöver min uppmaning. Men here it goes anyway: Kör så det ryker, det kommer säkert att gå bra. Men några tankar bara. Du står ärligt talat inte ut från mängden bara genom att vara framåt. Tro mig, det finns många som är framåtlutade och som älskar att få lite rampljus på nästippen. Det är en kick för dig, det påstår jag utifrån mina egna erfarenheter. Frågan du behöver ställa dig är vad du får ut av det mer än själva kicken. Vad bidrar du med när du hamnar längst fram? Inspirerar du? Engagerar du? Får du saker att hända genom att ta täten? Och är mottagaren lika begeistrad som du? Hjälper du andra? Våga ställa dig själv de här frågorna – du kommer hjälpa dig själv, mig som rekryterare, och definitivt en framtida arbetsgivare eller uppdragsgivare. Alla älskar tydlighet och någon som vet vart de står. Låt dig inte överglänsas av din egen briljans.

**Hey sufflören.** Ställ dig själv frågan om du verkligen gillar scenen, eller om du hellre agerar i en *behind the scenes*-miljö. I din egen karriärutveckling tror jag att den frågan kan hjälpa dig att sondera i den för många välkända "vad ska jag göra som nästa steg"-djungeln. Försök att välja bort att se sufflören

som en svaghet eller baksida med dig. Det är det inte. Och ingen kommer se det så, om du är tydlig med vad du vill. Profiler dig tydligt som detta – du kommer hjälpa dig själv, mig som rekryterare, och definitivt en framtida arbetsgivare eller uppdragsgivare. Alla älskar tydlighet och någon som vet vart de står. Låt dig inte underskatta din egen briljans.

### **Till dig som rekryterande chef**

Nästa gång du behöver rekrytera, ställ dig själv frågan: behöver jag verkligen en person som alltid tar plats, står i fronten för varje fråga och antar varje utmaning som uppstår i organisationen och har en säljande förmåga? Fastnar du i vinkelvolten? Kanske du istället ska ge rekryteraren uppdraget att söka upp personen som inte gör så mycket väsen av sig, inte framhäver sig själv som guds gåva till din organisation, men som levererar i det tysta. Kanske du ska be rekryteraren göra en form av *due diligence* för att verifiera utöver referentens svar? Framtiden får visa. Jag vågar säga att det visserligen är ett tuffare uppdrag för rekryteraren, men jag vågar också säga att du gräver ur en helt annan guldgruva än vad du är van vid.

### **Till dig som söker nya äventyr**

Betrakta estradören vs. sufflören som en strategi som kan hjälpa dig att profilera dig ännu skarpare, och bygg ditt alldeles egna personliga varumärke. Med andra ord - fastna inte i att beskriva dig själv utifrån den förväntade bilden som skapas genom en stereotypisk uppfattning av den perfekta kandidaten. Ingen kan vara allt. Låt mig som rekryterare veta vad du brinner för, vad du gjort för att få andra att lysa, dina *key take aways* från respektive roll, vad du tar för roll i en grupp (och varför). Det känns klyschigt, men var dig själv. Det har aldrig legat mer rätt i tiden. Tro mig.

### **Till dig som rekryterare**

Kära rekryterarsystrar och rekryterarbröder. Du och jag har ett stort ansvar att utmana klyschan om att den optimala kandidaten alltid är den som tar mest plats, är mest verbal och framåt - och på sätt också säljande. De flesta säljpersonligheter som är galet framgångsrika pratar väldigt lite, och lyssnar väldigt mycket. Våga utmana din uppdragsgivare och gräv djupare i vem just det här företaget/enheten/avdelningen *egentligen* behöver ha på plats för att nå målen. Stick ut hakan och kom med lite alternativa förslag, några wild cards. Kasta upp lite idéer i luften, säg vad du tycker, fråga *varför*. Gräv sedan djupt bland dina kandidater för att på så sätt hitta guldklimparna som inte gör så mycket väsen av sig. Se till att slipa ditt frågebatteri och kolla noggrant vilka drivfaktorer som ligger bakom personen och vad hen faktiskt fått uträttat under karriären. Du kommer bli ihågkommen. Av både kandidaten

och uppdragsgivaren.

Till sist

I en värld där vi kontinuerligt ställer oss frågan hur vi ska utveckla och utvecklas, ta nästa steg och bli bättre, mer rättvisa, jobba flitigare med mångfald och ge alla en ärlig chans, så vill jag i alla fall tro att min hypotes kring estradören vs. sufflören kan bidra till lite alternativa tankesätt nästa gång du rekryterar.

”Du behöver inte vara annorlunda än den du är. Du behöver bara vara mer av den person du redan är.”

– Brian Tracy

### **Om Daniel Gelin**

Genom sitt eget bolag [Alito People](#) hjälper Daniel i sitt nuvarande uppdrag ett av Sveriges starkaste varumärken – Apoteket AB – med deras varumärkeskommunikation som

arbetsgivare, deras Employer Brand. I uppdraget har Daniel hjälpt Apoteket att utveckla sitt Employer Value Proposition (EVP), satt en strategisk års- och aktivitetsplan för att nå Apotekets målsättningar, samt fört in fler digitala arbetssätt inom HR. Daniel har lång erfarenhet av Employer Branding-frågor, bland annat från revisions- och konsultbolaget Grant Thornton samt lastbilstillverkaren Scania.

Alito People sattes till världen genom passionen för och mixen av Employer Branding, search & headhunting och rekrytering. Alla områden gränsar över i varandra på ett finurligt sätt. Ett mycket starkt nätverk, expertisen inom sociala medier och stor erfarenhet av samtliga områden gör Alito People till en stark spelare när du behöver hitta kompetens som tar ditt företag till nästa nivå. Sluta leta – börja hitta, som Daniel brukar sammanfatta det. Alito People's rekryteringsinriktning är positioner från mellanchefer upp till ledningsnivå.

---

**Om Great Place to Work:** Great Place to Work® är ett undersöknings- och konsultföretag med huvudkontor i USA och med dotterbolag världen över. I

dagsläget är vi etablerade i 55 länder med drygt 500 anställda. Vi har mer än 30 års erfarenhet av vad som utmärker en riktigt bra arbetsplats och vad som gör den till en av de allra bästa. I vårt arbete utvärderar vi organisationer för att ge dem ett mått på sin arbetsplatskultur och sin insats som arbetsgivare. Vi erbjuder utvärderings-, analys- och utvecklingstjänster, certifiering och utmärkelser som hjälper er att förstå hur förtroendet i organisationen ger en mätbar effekt på medarbetarengagemang, produktivitet och finansiella resultat. Årligen delar vi ut kvalitetsutmärkelsen "Sveriges Bästa Arbetsplatser" som baseras på organisationens resultat i vår medarbetarundersökning Trust Index© och vår kulturprofil Culture Audit©.

Följ Great Place to Work® [www.greatplacetowork.se](http://www.greatplacetowork.se) / [MyNewsDesk](#) / [Facebook](#) / [Twitter](#) / [Instagram](#) / [LinkedIn](#)