COWBOY.SE®

Sluta sälja dig själv. Hjälp istället arbetsgivaren att landa i slutsatsen att du är rätt person för rollen.

En möjlighet om du är snabb: Vill du ha mer av detta, boka in dig redan idag på bootcampen nu i helgen 26–27 september 2026! Du får gå för halva priset mot att du lämnar feedback. All info här: https://www.cowboy.se/career/camp

1. Först och främst: Det är verkligen inte ditt fel.

Det är onekligen inte särskilt lätt att vara arbetssökande år 2026. Arbetsmarknaden är kort och gott brutal just nu (men prognosen ser äntligen bättre ut). Det här är bara några av de saker du kan komma att behöva hantera:

- hundratals – i extrema fall rentav tusentals – andra kandidater
- interna kandidater (de som redan jobbar i organisationen, med alla fördelar det innebär)
- kandidater med starkare kontakter och nätverk
- otydligt definierade roller
- förändrade krav under rekryteringsprocessen
- rekryterare med mycket begränsad tid
- automatiserade urval och knockout-frågor
- olika slags tester från helvetet
- oturlig tajming
- bias och diskriminering
- ghosting
- värdelösa regler för a-kassa och annan ersättning.

Det här brevet skall handla om kommunikation, och mer specifikt ett vanligt misstag inom kommunikation. Att du undviker det problemet innebär inte att du automatiskt hanterar hela listan ovan. Du kan normalt sett inte trolla med kommunikation. Istället handlar det om att optimera dina chanser. Om att flytta positionerna ännu ett hack till din fördel. Gör du det på tillräckligt många områden så kommer du snart att avsevärt ha förbättrat dina totala möjligheter på arbetsmarknaden.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

2. Du bedöms inte utifrån vem du är

Här har vi en viktig sak att slå fast redan nu:

Ingen arbetsgivare kan bedöma allt som du kan och som du är. Arbetsgivaren kan bara bedöma det den får möjlighet att uppfatta.

Annorlunda uttryckt:

Kompetens och kommunikation är inte samma sak. Kommunikationen fungerar istället som en överföringsmekanism mellan din kompetens och mottagarens bedömning.

Här har du ett stort eget ansvar. Men också stora egna möjligheter. Dessa möjligheter fokuserar vi på fortsättningsvis.

När jag föreläser om varumärken – oavsett om det handlar om en organisations eller en persons varumärke – så skiljer jag på tre olika slags identiteter:

Först har vi den **faktiska identiteten**. Det här är den mest korrekta bilden av dig. Det är den här personen du är idag, objektivt sett.

Sedan har vi den **önskade identiteten**. Det är hit du strävar. Det är den här personen du själv skulle vilja vara, en uppdaterad och bättre version av ditt nuvarande jag.

Och till sist har vi den **uppfattade identiteten**. Det är så här som andra ser dig, rätt eller fel, när de väljer att titta åt ditt håll.

I ett drömscenario sammanfaller de tre identiteterna, så att det blir så här:

Du är den du vill vara, och andra ser dig också så.

I praktiken kan de tre identiteterna dessvärre ligga rätt långt ifrån varandra. Du kan till exempel absolut vara:

- kreativ utan att uppfattas som kreativ
- senior utan att uppfattas som senior
- en fantastisk ledare utan att mottagaren ser några belägg för det
- analytisk utan att din ansökan ger något intryck av analytisk förmåga.

Gapet mellan faktisk och önskad identitet kan överbryggas med hjälp av utbildning, erfarenheter och personlig utveckling. Gapet mellan faktisk och uppfattad identitet kan däremot överbryggas med god kommunikation.

Det du skall plocka med dig härifrån:

Du konkurrerar inte bara med andra människors kompetens. Du konkurrerar också med deras förmåga att göra sin kompetens begriplig för andra.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

3. Nu över till det gigantiska kommunikativa misstaget

Det misstag många gör – även erfarna kommunikatörer – är att säga vad de önskar att mottagaren skall uppfatta. Jag förstår att man gör så, det verkar rentav logiskt. Och det är väl bara bra att vara tydlig?

Men det finns ett stort problem:

Som kandidat i en process är du inte en trovärdig part i målet.

En positiv utsaga (om sig själv) har ett lågt bevisvärde när:

- avsändaren har ett tydligt egenintresse
- alla konkurrenter kan göra samma påstående
- påståendet inte kostar något att göra
- det saknas observerbar information bakom det
- mottagaren själv inte kan pröva slutsatsen.

Jag vill rentav dra det ännu längre:

Ju fler positiva saker du säger om dig själv, desto mindre attraktiv framstår du. Att skryta om sin egen förträfflighet uppfattas helt enkelt som väldigt oskönt. Även i det fall där det du påstår råkar vara 100 procent sant.

Ponera att du exempelvis säger följande:

- Jag är kreativ.
- Jag är analytisk.
- Jag är en naturlig ledare.
- Jag är resultatorienterad.
- Jag är prestigelös.
- Jag brinner för att utveckla människor.

Varför skulle mottagaren tro på det? Du har sökt det aktuella jobbet. Självklart kommer du att påstå dig ha alla de kunskaper; färdigheter; erfarenheter; personliga egenskaper och beteenden; och motivationer och attityder som efterfrågas i annonsen. Men bevisvärdet i just de påståendena är närmast noll. Och staplar du tillräckligt många sådana påståenden ovanpå varandra riskerar du dessutom att framstå som rätt jäkla självgod.

Här måste du istället tänka precis tvärtom:

Ju viktigare en efterfrågad kompetens verkar vara, desto mindre bör du nöja dig med att påstå att du besitter den.

För att dra detta resonemang ett steg längre:

Om du vill att mottagaren skall tänka X om dig, då bör du absolut *inte* säga X.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

4. Lösningen: ”Show, don’t tell”

Så: Du vill att mottagaren skall tänka X om dig. Men: Du får inte säga X. Vad skall du då göra istället? Jo: Du skall applicera den kommunikativa principen ”Show, don’t tell”. Så här fungerar den:

Jag vill att mottagaren skall tänka X om mig. Om jag säger det själv så har jag låg trovärdighet.

Istället väljer jag att berätta något helt annat som får mottagaren själv att, på helt egen hand, dra den slutsats som jag vill att hon skall dra.

Mottagaren har goda skäl att vara skeptisk till mina positiva utsagor om mig själv. En slutsats som mottagaren själv drar ur konkreta fakta och beteenden får däremot ett helt annat bevisvärde. Överlag ifrågasätter vi ytterst sällan våra egna slutsatser.

Översatt i en formel:

Om du vill att mottagaren skall tänka X så skall du inte säga X. Du skall istället säga just det Y som gör X till en rimlig och välgrundad slutsats.

Nu kör vi ett antal exempel som tydliggör principen!

Exempel: strukturerad

Tell

Jag är mycket strukturerad och van att hålla många bollar i luften.

Show

När jag tog över projektet fanns 74 öppna aktiviteter fördelade på fem personer utan gemensam prioritering. Jag införde en enkel veckostruktur med ansvarig, deadline och tre prioriteringsnivåer. Sex veckor senare var backloggen halverad.

Exempel: ledare

Tell

Jag är en trygg och inkluderande ledare.

Show

När jag tog över gruppen hade tre personer slutat inom loppet av sex månader. Under första månaden genomförde jag individuella samtal med samtliga, ändrade ansvarsfördelningen och införde gemensamma veckovisa prioriteringar. Ett år senare var alla personer kvar.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

Exempel: kreativ

Tell

Jag är kreativ och tänker utanför boxen.

Show

Beskriv ett problem där den uppenbara lösningen inte fungerade och förklara vad du gjorde annorlunda. Eller visa resultatet genom ett arbetsprov.

Exempel: kommersiell

Tell

Jag har ett starkt affärsfokus.

Show

Vi lade 400 000 kronor om året på X. Jag räknade på användningen, tog bort två delar av avtalet och omförhandlade resten. Årskostnaden sjönk med 140 000 kronor utan försämrad leverans.

Exempel: samarbetsförmåga

Tell

Jag är en lagspelare.

Show

Projektet hade fastnat mellan sälj och produkt. Jag samlade båda grupperna, kartlade de tre egentliga konfliktpunkterna och fick fram en gemensam prioriteringslista.

Exempel: snabb att lära

Tell

Jag är nyfiken och lär mig snabbt.

Show

Jag hade aldrig arbetat med X när projektet startade. Två veckor senare hade jag byggt Y och kunde utbilda resten av gruppen i Z. Min viktigaste lärdom var A.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

5. Hur gör du rent praktiskt?

Principen ”Show, don’t tell” hjälper dig såklart bara om du faktiskt visar upp **rätt saker**.

Därför måste du analysera (eller ”reverse engineera”, som jag brukar kalla processen) den aktuella rollen. Det arbetet kan du göra i flera steg.

Steg 1: Vad säger annonsen?

Markera:

- ansvar
- krav
- önskemål
- verb
- återkommande uttryck.

Exempel:

”Du kommer självständigt att driva flera parallella projekt i en snabbrörlig miljö med många kontaktytor.”

Steg 2: Vad är de egentligen oroliga för?

Även om få säger det rakt ut så handlar rekrytering i praktiken ofta om riskminimering. Översätt därför underlaget till risk.

Till exempel:

- kandidaten måste kunna prioritera
- personen får inte låsa sig när allt förändras
- chefen vill förmodligen inte detaljstyra
- många intressenter kan innebära konflikter

Steg 3: Vad behöver mottagaren därför tänka om dig?

Exempel:

”Den här personen kan själv skapa ordning när verkligheten blir rörig.”

Detta blir då ditt X.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

Steg 4: Vilka belägg kan du hitta i det du faktiskt har gjort?

Leta bakåt i din karriär efter:

- situation
- problem
- eget agerande
- resultat
- återkoppling
- siffror
- arbetsprov
- testimonials.

Steg 5: Hur kommunicerar du bäst detta?

Du vill säga Y som får mottagaren att tänka X. Alltså säger du inte:

”Jag trivs i högt tempo.”

Utan berättar istället något som får mottagaren att själv dra den slutsatsen om dig. Här kan du använda dig av etablerade principer för **storytelling**. Det är något vi jobbar med under mina utbildningar men det ryms inte inom ramen för detta kursbrev.

Tänk på: Annonsen beskriver inte alltid den önskade kompetensen tydligt

En jobbannons listar inte alltid önskade kompetenser med ett tydligt och precist språkbruk. Du kan därför exempelvis behöva byta frågan

”Vilka egenskaper efterfrågar de?”

mot

”Vilka problem försöker de slippa när de anställer någon?”

Exempel 1

”Prestigelös”

kan betyda

”Vi vill inte ha någon som tycker vissa uppgifter är för små.”

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

Exempel 2

”Självgående”

kan betyda

”Chefen har inte tid att hålla dig i handen.”

Exempel 3

”Förändringsbenägen”

kan betyda

”Vi kommer ändra förutsättningarna hela tiden.”

Exempel 4

”God kommunikationsförmåga”

kan betyda en rad helt olika saker:

- skriva tydligt
- kunna övertyga ledningsgruppen
- hantera konflikter
- göra komplex information begriplig
- hålla ihop många stakeholders

Slutsatsen du skall dra av ovan exempel är följande:

Svara inte automatiskt och mekaniskt på de nyttjade orden. Försök istället att förstå det verkliga problemet bakom orden.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

6. Bygg ett bibliotek av berättelser, inte 25 personliga brev

Genom att bygga upp ett dynamiskt bibliotek av berättelser kan du spara mycket tid. Dessa kan sedan användas i såväl CV och personligt brev som i intervjuer, på LinkedIn och under nätverksträffar. Bli bekväm med dina berättelser så kommer du att kunna dra dem utan att det verkar det minsta skrytigt. När de sitter riktigt bra kan du med fördel både underspela din prestation (får dig att verka ödmjuk) och skoja på din egen bekostnad (visar på humor och självdistans) – budskapet går fram ändå.

Exempel på användbara kategorier:

- när jag löste ett svårt problem
- när jag skapade resultat
- när jag misslyckades och ändrade mig
- när jag påverkade någon utan formell makt
- när jag lärde mig något snabbt
- när jag hanterade konflikt
- när jag skapade struktur
- när jag förbättrade något
- när jag tog initiativ
- när jag ledde
- när jag samarbetade
- när jag gjorde något oväntat.

Viktig poäng:

Du behöver inte skapa ett ”nytt jag” för varje ansökan. Det räcker att du väljer rätt bevis ur samma verkliga jag.

Utöver storytelling, som nämnts ovan, kan du även titta på principen **STAR**, som kommer med kompetensbaserad rekrytering. Vi gör detta under mina utbildningar men inte heller det momentet ryms inom ramen för detta kursbrev.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

7. Använd AI till rätt saker

AI kan både hjälpa och stjälpa dig. Se till att inte använda det fel.

Exempel på dålig användning:

”Här är mitt CV och jobbannonsen. Skriv en bra ansökan.”

Resultatet blir lätt:

”Jag är en driven och resultatorienterad person med passion för…”

Det är precis den fällan detta kursbrev vill hjälpa dig att undvika.

Nedan listas ett antal bättre användningsområden.

Prompt: reverse engineering

”Analysera denna jobbannons. Skriv ingen ansökan. Identifiera istället:

1. uttryckliga krav,
2. sannolika underliggande behov,
3. risker arbetsgivaren försöker undvika,
4. vilka slutsatser de sannolikt behöver kunna dra om kandidaten.”

Prompt: hitta bevis

”Se mitt CV och mitt bibliotek av berättelser (bifogade). Matcha mina erfarenheter mot de slutsatser du identifierade. Hitta konkreta händelser eller resultat som kan fungera som belägg. Hitta inte på någonting. Markera områden där det saknas tillräckligt underlag.”

Prompt: ifrågasätt

”Agera skeptisk rekryterare. Vilka av mina påståenden saknar belägg? Vad påstår jag om mig själv med låg trovärdighet?”

Prompt: ”Show, don’t tell”

”Föreslå hur identifierade kompetenser kan visas genom fakta, exempel, resultat eller beteenden utan att själva kompetensen skrivs ut.”

Mitt huvudsakliga budskap i denna del:

Låt inte AI besluta vem du är. Låt AI hjälpa dig upptäcka vad i din faktiska identitet som är relevant att lyfta fram.

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd

8. En hjälpsam checklista inför att du skickar in din ansökan

Avslutningsvis en praktisk checklista:

- Vilka tre saker vill jag framför allt att mottagaren ska tänka om mig?
- Var i min ansökan får mottagaren belägg för dem?
- Vilka positiva egenskaper påstår jag bara att jag har?
- Kan något påstående ersättas med ett exempel?
- Finns konkreta resultat?
- Finns information från andra än mig själv?
- Har jag förstått problemet bakom jobbannonsens formuleringar?
- Visar mina exempel just det denna arbetsgivare behöver?
- Skulle samma ansökan nästan lika gärna kunna skickas till tio andra arbetsgivare?
- Har AI förbättrat min analys eller har AI gjort min ansökan mer generisk?

Varmt lycka till nu! :-)

Mattias Sjöstrand
howdy@cowboy.se
+46 72 902 99 92

Detta material är skapat av Mattias Sjöstrand, Cowboy.se®, och skyddas av upphovsrätt. Du får självklart använda idéerna, principerna och metoderna i ditt eget jobbsökande – det är hela poängen – men materialets texter, modeller, exempel, grafik och övriga utformning får inte kopieras, återpubliceras, spridas, bearbetas eller användas i utbildnings- eller kommersiellt syfte utan uttryckligt skriftligt tillstånd