

**MIEUX COMMUNIQUER
POUR TROUVER UN EMPLOI**

JE RÉ-INVENTE MA RECHERCHE D'EMPLOI

Bruno Paillet

INTRODUCTION

Trouver un emploi est devenu plus difficile. Le manque d'opportunités crée une concurrence ardue entre les candidats et chacun cherche la meilleure façon de séduire un nouvel employeur. Pour beaucoup de personnes cette situation est d'autant plus difficile que l'on n'a pas appris à chercher un travail ! Et les institutions censées accompagner cette démarche sont submergées par le nombre de personnes à accompagner, dans certains cas connaissent mal l'entreprise et dans d'autres cas ne comprennent pas comment se fait cette rencontre. Leurs conseils - quand ils existent - ne sont guère efficaces. C'est ce que nous entendons régulièrement dans le cadre des ateliers que nous animons depuis 2010. Nous avons rencontré beaucoup de personnes à qui on n'avait pas donné les bonnes clés et qui étaient perdues, voire désespérées.

Notre responsabilité de citoyen solidaire ayant connu ce genre de situation - c'est le cas de la plupart des bénévoles engagés au sein de l'association La Tortue Bleue - nous a conduit à nous intéresser aux demandeurs d'emploi de tous âges et tous métiers...

Rapidement nous avons remarqué que l'énergie déployée est souvent mal dirigée. Régulièrement dans les médias, des témoignages de chercheurs d'emploi racontant le nombre de

CV adressés en spontané chaque semaine avec une efficacité nulle, nous mettent tout simplement en colère ; cela ne peut pas marcher !

Notre métier de communicant nous oblige à considérer que la relation à l'autre est au cœur de la séduction, que la multiplication des envois de CV n'améliore pas les chances d'obtenir un emploi.

Il s'agit donc de mettre un peu de communication dans sa démarche et cela change tout. Ce livre s'appuie sur l'expérience acquise au cours des ateliers que les communicants de La Tortue Bleue animent bénévolement.

Ce petit livre ne prétend pas à l'exhaustivité. Parcourez-le dans la continuité ou au hasard des pages ouvertes. Venez participer à nos ateliers (www.latortuebleue.fr/workshop) et faites-nous part de vos critiques et suggestions.

Demain est le premier jour qui vous verra ré-inventer votre recherche d'emploi.

Bonne réussite.

Bruno Paillet, Président de l'association La Tortue Bleue

CHAPITRE 1 : JE COMPRENDS L'ENTREPRISE

p 11

Les bases de la communication

- 1** Quelles sont les règles de la communication aujourd'hui ?
- 2** TOUT communique
- 3** Quelle différence entre communiquer et informer ?
- 4** Séduire
- 5** Sécuriser

L'entreprise, comment ça marche ?

- 6** La crise économique a réduit le nombre d'opportunités.
- 7** Où chercher des informations sur les entreprises ?
- 8** Quelles informations chercher ?
- 9** Anticiper les besoins de l'entreprise
- 10** Sur quels critères le recruteur prend-il sa décision ?
- 11** Les recruteurs sont-ils objectifs ?
- 12** Le temps de l'entreprise n'est pas celui du chercheur d'emploi
- 13** Le réseau, est-ce réellement utile ?
- 14** Quid des réseaux sociaux ?
- 15** 3 nouveaux défis de l'entreprise !

CHAPITRE 2 : J'ORGANISE MA RECHERCHE

p 32

Avoir un projet

- 16** Chercher un emploi, c'est un vrai travail
- 17** Comment se rendre différent ?
- 18** Comment convaincre ?

19 Surprendre !

20 Oser, c'est le moment

21 Comment vaincre sa timidité, son stress ?

22 Mentir ou se surprendre

23 Habiter son histoire !

24 Ne pas tout accepter

Quel plan d'action ?

25 On a droit à l'erreur

26 Chercher un travail est devenu aussi difficile que de gérer une crise !

27 On ne trouve que ce que l'on cherche = il faut définir son projet

28 Se mettre en mode combat avec plan d'action !

29 Se donner un plan de route, ce n'est pas se donner un plan pour toute la vie !

30 Pourquoi se mettre en mouvement rapidement ?

31 Comment parler de son projet en 3 minutes ?

32 Comment gérer un changement d'orientation ?

33 Sur quels critères le recruteur prend-il ses décisions ?

34 Partager c'est efficace, donner ses idées n'est pas une attitude naïve

CHAPITRE 3 : J'ENTRE EN CONTACT

p 63

CV et lettre de motivation

35 Les étapes clés

36 C'est quoi un bon CV ?

- 37** À quoi sert le CV ?
- 38** Le CV est-il si important ?
- 39** Quel contenu donner au CV ?
- 40** La photo
- 41** Aidez-moi à vendre mon CV !
- 42** Gérer les points faibles de son CV
- 43** Mettre son CV en ligne
- 44** Répondre aux petites annonces
- 45** La lettre de motivation
- 46** La lettre projet ou les candidatures spontanées autrement !

L'entretien d'embauche

- 47** Comment réussir un entretien ?
- 48** Comment réussir à se vendre ?
- 49** Faut-il être soi-même ?
- 50** Dites-moi vos qualités et vos défauts ?
- 51** Faut-il prendre des notes ?
- 52** Comment prouver ce que l'on avance ?
- 53** Expliquer les changements de cap, les périodes non travaillées ?
- 54** Montrez que vous avez envie
- 55** Faut-il tout dire ?
- 56** Comment se comporter en entretien ?
- 57** Comment montrer que le poste proposé m'intéresse ?
- 58** Comment communiquer avec son corps ?
- 59** Travailler son look !
- 60** Comment bien répondre aux questions

- 61** Répondre à une question difficile
- 62** Quand faut-il parler de rémunération ?
- 63** Pourquoi faut-il poser des questions ?
- 64** Comment conclure ?
- 65** La rémunération
- 66** Après l'entretien

Informations pratiques

Cas pratiques

L'esprit d'entreprise... même pour un salarié !

Expériences partagées

p 106

La Tortue Bleue

La Tortue Bleue

Pourquoi La Tortue Bleue ?

Courte bibliographie

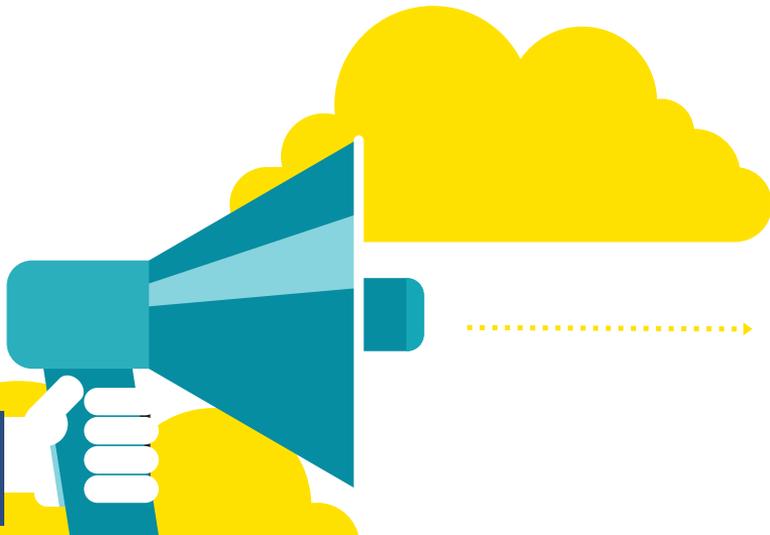
p 117



CHAPITRE 1

JE COMPRENDS L'ENTREPRISE

L'ENTREPRISE N'EST PAS
UNE ENTITÉ ABSTRAITE,
CENTRÉE SUR ELLE-MÊME.
ELLE EST OUVERTE.
LE CHERCHEUR D'EMPLOI
DOIT VÉRITABLEMENT ALLER
À SA RENCONTRE ET POUR CE FAIRE,
ENTRER EN **COMMUNICATION**
AVEC ELLE. IL IMPORTE
DONC DE CONNAÎTRE ET
D'UTILISER LES RÈGLES DE LA
COMMUNICATION MODERNE.



LES BASES DE LA COMMUNICATION

1

QUELLES SONT LES RÈGLES DE LA COMMUNICATION AUJOURD'HUI ?

L'École de Palo Alto a dans les années 1950 permis d'énoncer des règles simples pour clarifier le fonctionnement de la communication. Depuis, notre regard et notre façon de communiquer ont profondément changé.

Règles de Palo Alto à retenir :

- On ne peut pas ne pas communiquer. **Exister c'est déjà communiquer**, même lorsque l'on ne parle pas, que l'on n'envoie aucun message.
- Tout communique : son attitude, ses vêtements, la façon de s'exprimer, le vocabulaire... C'est le mix des moyens, leur choix et leur pondération qui permettent de **construire un plan de communication** et de répondre à des objectifs.
- Ce qui est communiqué : c'est ce que le destinataire d'un message a compris. C'est sans doute la règle la plus importante, car elle donne de l'importance au destinataire, en l'occurrence à l'entreprise. Il faut adapter son message à son interlocuteur.
- Mal communiquer ? Les effets attendus n'arrivent pas. Cela signifie que la méthode, les mots, le moment n'étaient pas adaptés. Solution : Je mets en place une autre façon de faire, je choisis d'autres mots, d'autres moyens... Plus je suis souple, plus je suis efficace.

2

TOUT COMMUNIQUE

TOUT COMMUNIQUE... Même si on ne communique pas, que l'on ne dit rien... Chacun va interpréter un silence ; et lorsque l'on n'a pas d'éléments précis à interpréter, on a tendance à imaginer le pire ou des éléments négatifs.

Attention : Ne pas donner d'informations sur son âge, son statut, des «trous» d'activités laisse le lecteur à même d'imaginer que l'on cherche peut être à cacher quelque chose - souvent dans une approche négative !

3

QUELLE DIFFÉRENCE ENTRE COMMUNIQUER ET INFORMER ?

INFORMER c'est avoir le souci de la « data », des informations, de l'événement que l'on va décrire avec de nombreux détails. Naturellement, l'agence de presse est dans cette situation : elle apporte toutes les informations liées à un événement et les journaux choisissent pour leurs lecteurs les morceaux d'information les mieux adaptés et y apportent éventuellement un commentaire. On peut ainsi dire qu'informer c'est mettre à disposition des données.

COMMUNIQUER a pour objectif de changer la perception ou le comportement des personnes auxquelles on s'adresse. C'est essentiel à comprendre.

Le CV est un outil d'information et non de communication. **L'entretien, lui, est un moment privilégié de communication**, puisque le candidat va s'intéresser à l'entreprise qui recrute...

NE PAS OUBLIER: L'entreprise qui recrute a besoin de sentir que le candidat s'intéresse à elle, pour de vrai.

4

SÉDUIRE

Donner envie est un levier clé pour décrocher un emploi. Mais donner envie, ce n'est pas tant de montrer combien on est formidable, compétent avec un passé exceptionnel. C'est montrer à son interlocuteur que l'on va lui rendre service, rentrer dans ses projets, lui faire gagner des clients, de l'argent, lui apporter des idées. Être un collaborateur efficace, complice, digne de confiance. La séduction se décèle par la personnalité de chacun, par son comportement, son envie.

Il s'agit plus de préciser combien on va réussir, s'insérer que de dire son passé fût-il magnifique...

NE PAS OUBLIER : S'intéresser au projet du recruteur, c'est lui montrer que l'on a bien compris les enjeux, que l'on va s'investir dans une nouvelle mission avec détermination.

À RETENIR...

Le CV n'est pas un support de séduction.

5

SÉCURISER

Sécuriser est aussi important que séduire. Mais cette phase doit s'ordonner au bon moment. Souvent le recruteur cherche à être séduit avant tout. Ensuite il souhaite s'assurer qu'il ne se trompe pas. Le CV vient apporter des arguments de sécurisation mais non de séduction ! Il faut éviter de se tromper dans les moyens à mettre en œuvre.

À RETENIR...

Sécuriser, c'est dire sa capacité à être rapidement opérationnel. C'est montrer que l'on est à l'aise, que l'on pose de bonnes questions, que l'on se comporte comme si on était déjà dans la place.



L'ENTREPRISE, COMMENT ÇA MARCHE ?



6

LA CRISE ÉCONOMIQUE A RÉDUIT LE NOMBRE D'OPPORTUNITÉS.

Il y a aujourd'hui plus de personnes qui cherchent que d'offres proposées. Et ce serait plus simple si le marché du travail proposait davantage d'opportunités, particulièrement pour les personnes ayant peu de qualifications. Il est donc indispensable de se rendre différent pour être préféré et ne pas rester trop longtemps sur la touche. Au-delà de son expérience, de son âge, de son secteur d'activité, on peut obtenir de meilleurs résultats en communiquant mieux. Oui, trouver un travail rapidement peut être largement facilité en utilisant les règles de la communication qu'emploient les marques, les dirigeants d'entreprise, les politiques. Tous utilisent des règles que l'on n'enseigne pas systématiquement à l'école. Elles sont souvent assez simples et à la portée de chacun. Elles s'inscrivent également dans une attitude différente face aux recruteurs, dans une démarche qui encourage le demandeur d'emploi à être particulièrement à l'écoute de son futur employeur.

7

OÙ CHERCHER DES INFORMATIONS SUR LES ENTREPRISES ?

Puisqu'il importe de savoir qui est « l'autre » qui va nous recruter, il est essentiel d'identifier des informations clés. Autant pour savoir qui est derrière la petite annonce que pour engager son plan de bataille avant d'adresser des candidatures spontanées.

Dans un premier temps, on privilégiera le secteur, le métier où l'on se sent le plus à l'aise. C'est là où sa motivation sera maximale ! Là où l'on argumentera aisément ; on sera le plus efficace.

Et si cela ne marche pas ? On élargit le champ de ses recherches...

NE PAS OUBLIER :

Même si le marché est plus tendu, on ne peut raisonner comme si on allait vendre un produit de grande consommation qui se heurte au contexte d'une conjoncture défavorable ! En ayant des qualifications précises, je me positionne comme un « produit » singulier, voire exceptionnel. Il y a donc un marché et il va falloir être plus malin que ses compétiteurs sur ce créneau.

QUELQUES ENDROITS À VISITER :

- Les sites internet des entreprises (particulièrement le rapport annuel pour les grosses entreprises, accessible via les onglets "info presse" ou "info financières").
- Les sites des syndicats professionnels et autres fédérations.
- Les sites de sociétés d'études (Ipsos, CSA, TNS Sofres) n'hésitent pas à mettre en ligne des études sectorielles.
- Les blogs (en tapant le mot de l'entreprise recherchée).
- Le site Slideshare met à disposition des présentations réalisées dans des colloques et autres manifestations.
- Le site TED donne accès à des présentations orales exceptionnelles qui permettent d'actualiser ses connaissances sur un grand nombre de sujets.

8

QUELLES INFORMATIONS CHERCHER ?

... Ou plutôt quelles sont les informations qui me sont utiles pour avoir une conversation efficace ?

- Histoire de l'entreprise : identifier les faits marquants qui éclairent le fonctionnement, le positionnement mais aussi les valeurs de l'entreprise.
- Secteur d'activité : important à préciser si c'est un groupe.
- Chiffres-clés : savoir le chiffre d'affaires récent, les effectifs, le pourcentage d'exportation, la R&D.
- Équipe dirigeante : connaître l'organigramme permet de saisir le fonctionnement de la chaîne de décision.
- Valeurs et ressources humaines : identifier ces points pour adhérer à l'esprit de l'entreprise.
- Actualité : il est IMPÉRATIF de connaître les événements récents qui concernent l'entreprise (acquisition, développement interne, positionnement dans son secteur d'activité, projet, R&D...)

9

ANTICIPER LES BESOINS DE L'ENTREPRISE

Il y a des besoins génériques propres à toutes les entreprises dans les périodes de mutation : avoir des collaborateurs souples, prêts à s'investir, à imaginer des réponses nouvelles, à exécuter leurs missions avec implication et efficacité. Puis il y a des besoins spécifiques à des secteurs, des métiers et dans beaucoup de situations, il suffit de les lire dans les documents émis par les entreprises lorsqu'elles ont une certaine taille.

Conseil : Les rapports annuels sont une mine d'informations pour qui sait aller les lire - parfois ils sont dans l'onglet "communication financière" des sites internet.

Lorsque l'entreprise est plus petite, qu'elle n'a pas de site internet, il faut faire preuve de bon sens en se renseignant sur le secteur, sa localisation. Les fédérations et les syndicats professionnels peuvent apporter des informations (voir **7**).

10

SUR QUELS CRITÈRES LE RECRUTEUR PREND-IL SA DÉCISION ?

Deux types de critères sont utilisés : rationnels et émotionnels. Dans un premier temps on vérifie les talents, la capacité à répondre à des critères objectifs et techniques exigés par le poste. Puis vient l'entretien pour voir la personne, son comportement, son style relationnel, sa personnalité. Cette dimension humaine devient déterminante dès lors que les critères techniques sont remplis.

NE JAMAIS OUBLIER :

Les entreprises recrutent des personnes et non des CV. À certains égards le CV sert à éliminer et l'entretien à choisir. Cela signifie que certaines personnes ayant moins de diplômes, moins d'expériences que d'autres seront finalement choisies !

Pourquoi ? Parce qu'elles auront montré par leur attitude, leur envie, leur énergie qu'elles allaient apporter une réponse immédiatement opérationnelle au recruteur.

Un recrutement n'est pas l'analyse d'une situation passée, c'est aussi le résultat ou la perception subjective, que telle personne sera plus efficace que telle autre. Il faut donc argumenter et ne pas hésiter à exprimer son envie.

11

LES RECRUTEURS SONT-ILS OBJECTIFS ?

Même si le recrutement s'est grandement professionnalisé, ce n'est pas une science exacte. Et les erreurs existent. Le challenge est terrible pour les personnes dont c'est le métier. Il s'agit d'apprécier via un CV, puis un ou plusieurs entretiens, la capacité d'une personne à prendre une fonction pendant plusieurs années ! En quelques heures, il va falloir juger, apprécier et choisir...

Quoi de plus complexe qu'une personne ? Si l'appréciation des compétences techniques est assez facile à réaliser, l'appréciation de la personne et de sa capacité à s'adapter à une entreprise, à sa culture, puis à une équipe avec ses personnalités est une mission des plus complexes.

NE JAMAIS OUBLIER :

Un recrutement non abouti ne signifie pas que l'on est mauvais, mais plus simplement pas adapté à un contexte donné. Le verdict n'est donc pas un jugement sur les personnes, mais sur leur capacité à rentrer dans un univers particulier. Si les choses ne se concluent pas positivement, c'est qu'elles ne devaient pas se faire...

Le candidat a intérêt à se montrer sous son meilleur jour mais à ne pas tricher, ne pas se faire passer pour quelqu'un d'autre.

Winston Churchill

**Un pessimiste
voit la difficulté
dans chaque opportunité,
un optimiste voit
l'opportunité
dans chaque
difficulté**

Aldous Huxley

L'expérience,
ce n'est pas ce qui
arrive à un homme,
c'est ce qu'un homme
fait avec ce qui
lui arrive.

Paul Watzlawick

**Ce qui est communiqué
c'est ce que l'autre
a compris...et non
le message que
l'on a envoyé**



12

LE TEMPS DE L'ENTREPRISE N'EST PAS CELUI DU CHERCHEUR D'EMPLOI

Vécu : « Je me souviens un jour avoir été présenté à un dirigeant alors que je cherchais un emploi et de m'être vu proposer un rendez-vous. «Contactez mon assistante et dites-lui que je souhaite vous rencontrer rapidement.» Le lendemain, je prenais contact et me voyais proposer un rendez-vous 6 semaines plus tard. Fort de mon échange avec le «boss», je me permettais de rappeler à l'assistante que celui-ci souhaitait me voir rapidement. «C'est le mieux que je puisse faire pour vous», me répondit-elle. Le temps des dirigeants n'est pas celui du demandeur d'emploi qui n'a qu'une chose en tête : trouver rapidement un travail... »

QUE FAIRE ?

Noter précisément sur un agenda les différentes prises de contact – et leur support : mail, téléphone, courrier..., pour les espacer raisonnablement et éviter l'impression de frustration du côté du chercheur d'emploi ; de harcèlement du côté de l'entreprise.

13

LE RÉSEAU, EST-CE RÉELLEMENT UTILE ?

Le temps des recrutements par complaisance a changé.

Un nom, une recommandation peuvent être utiles ; ils font gagner du temps et permettent de s'adresser directement à la bonne personne.

Multiplier les contacts n'a d'intérêt que si lors de ces rencontres, je sollicite mon interlocuteur comme un expert, en venant avec des questions. Si je n'ai pas d'idées, de projet sur mon avenir, il manifesterait de la bienveillance en flattant mon parcours passé - d'autant que je serai recommandé par une de ses relations ou un ami - et donc cela ne sert à rien.

Conseil : Préparer l'entretien, non pas tourné vers mon passé mais vers des questions le secteur, un projet, sur l'avenir.

14

QUID DES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Ne demandons pas aux réseaux sociaux ce qu'ils ne peuvent nous donner ! S'ils peuvent faciliter la mise en relation, l'identification de certains contacts, voire des informations utiles sur les personnes que l'on va rencontrer, ils ne sont qu'un outil qui peut s'intégrer dans une démarche de recherche d'emploi. Ils sont un des éléments du dispositif.

- **LinkedIn** : Indispensable pour les cadres, sachant que certains recruteurs paient une prestation qui leur permet de rechercher en toute discrétion des profils qui les intéressent. C'est devenu un vivier pour les cabinets de chasse de tête. Il importe donc de donner des informations précises et de soigner son profil.
- **Viadeo** : Outil français qui a ses usagers mais qui demeure moins important et donc plus hexagonal.
- **Facebook** : Réseau personnel où s'échangent des informations qui restent dans la sphère privée. Il s'agit avec ce réseau de ne pas donner d'informations trop privées qui pourraient desservir le sérieux d'un candidat.

15

3 NOUVEAUX DÉFIS DE L'ENTREPRISE !

- **Gouvernance** : Le système formé par l'ensemble des processus, réglementations, lois et institutions destinés à cadrer la manière dont l'entreprise est dirigée, administrée et contrôlée. De nouvelles méthodes visant à impliquer les collaborateurs, les responsabiliser changent le management, les niveaux hiérarchiques.
- **Transformation digitale** : Le défi inédit imposé aux entreprises par l'arrivée des nouvelles technologies. L'entreprise doit faire évoluer son organisation et adapter son fonctionnement aux nouveaux usages de l'économie numérique. Prendre en compte la mutation des comportements de ses clients, améliorer son offre de produits et de services, modifier ses processus internes pour intégrer les nouvelles technologies, faciliter l'adoption par ses collaborateurs de ces nouveaux usages.
- **Ubérisation** : Capacité de nouveaux acteurs de l'économie à capter une activité sans avoir préalablement investi. Uber face aux taxis. Capitaine train face à la SNCF. AirBnb face aux hôteliers...



CHAPITRE 2

J'ORGANISE MA RECHERCHE !

AVANT DE ME LANCER
DANS « LA BATAILLE », JE DOIS
AVOIR DÉFINI **MON PROJET.**
QUEL OBJECTIF PRINCIPAL ?
QUELS MOTS PRÉCIS ET EXPLICITES
POUR L'EXPRIMER ? DE QUELS
ATOUS JE DISPOSE POUR Y
PARVENIR ? QUEL PLAN D'ACTION
JE METS EN PLACE ? COMMENT
J'IDENTIFIE **LA BONNE ATTITUDE**
À AVOIR. DES QUESTIONS ET DES
RÉPONSES ESSENTIELLES POUR
ORGANISER MA RECHERCHE ET
AINSI LA RENDRE EFFICIENTE.



16

CHERCHER UN EMPLOI, C'EST UN VRAI TRAVAIL

- Premier impératif : conserver la même organisation de vie personnelle que lorsque l'on est en poste. Se lever à la même heure que ceux qui partent au travail !
- Deuxième impératif : se donner un plan de route. En effet, on ne peut pas chaque jour se remettre en question et décider quelle vie on veut mener. En revanche, on sait exécuter un plan. Et si ce plan ne fonctionne pas, on peut en établir un autre en tirant les leçons de la précédente expérience.

On prend alors son histoire en main et on n'attend plus que les choses se fassent toutes seules, qu'un emploi se présente spontanément.

Décision : Je décide de piloter ma recherche et de ne pas m'en remettre à la conjoncture, en espérant qu'elle devienne favorable. Je me prends en main. J'assume cette responsabilité seul, quand bien même mes proches peuvent me stimuler et m'encourager.

À RETENIR :

C'est moi qui gère MON histoire.

17

COMMENT SE RENDRE DIFFÉRENT ?

Chacun est différent, et pourtant nombre de demandes incitent à se banaliser. Il faut donc se différencier **IMPÉRATIVEMENT**. Je prends le temps d'écrire les 5 points qui me rendent différent.

Concrètement : sur mon CV, je choisis des mots aussi explicites que possible, j'étais mon argumentation par des exemples non conventionnels. Cela peut se faire aussi sur la partie «Autres informations» en fin de CV.

Les mises en page créatives, les papiers de couleurs peuvent se justifier pour les métiers de créatifs dans le secteur de la publicité. Mais attention : il ne faut pas en abuser.

Je montre mes différences lors de l'entretien, par mon énergie, mon envie et ma façon d'être. Cela suppose que je dois m'engager, notamment en posant des questions, et pas seulement répondre courtoisement à celles qui me sont posées.

À éviter absolument : «lecture, cinéma, voyages»... Il s'agit d'une non information qui consiste à dire que vous êtes comme tout le monde !

18

COMMENT CONVAINCRE ?

- **Première chose** : Pour convaincre, il faut être convaincu soi-même ! Il faut être capable d'assumer son passé et d'expliquer de façon positive ses choix, fussent-ils en incohérence, en rupture. Ce sont ces différentes étapes qui aujourd'hui me permettent d'être la personne que je suis. **ET JE N'AI PAS À M'EN EXCUSER.**

- **Deuxième chose** : Avoir identifié les points clés du recruteur et apporter des réponses argumentées et spécifiques. Ce qui suppose d'anticiper. Convaincre c'est montrer que l'on a compris.

À METTRE EN PRATIQUE :

Convaincre c'est entrer en relation, en complicité avec l'autre. Répondre avec des arguments solides. Donc avoir préparé des réponses à des questions qui sont souvent faciles à imaginer.

19

SURPRENDRE !

Les entreprises, les recruteurs ont de nombreuses occupations à gérer ! Les surprendre permet de réveiller leur attention et montre des différences parmi de nombreuses candidatures qui ne sont pas toujours lisibles, spécifiques ! C'est une bonne façon de montrer concrètement que l'on est différent.

Voici l'histoire du télégramme que nous raconte Jean-Pierre.

« En découvrant une petite annonce qui correspondait exactement à son profil, Jean-Pierre est dans un état de colère ; en effet cette annonce date de plusieurs semaines et elle lui a échappé. Et il sait qu'un envoi aussi tardif lui apportera une réponse simple et claire : trop tard le processus est en cours. Face à cette situation, il tente une autre façon de se présenter : ne pas s'excuser de ne pas avoir vu cette annonce et se positionner en situation de faiblesse. Alors, il envoie un télégramme rédigé simplement : « Suite à votre annonce X, ne faites rien sans avoir pris connaissance de la candidature de Jean-Pierre. Courrier et CV suivent ». Jean-Pierre a été reçu, puis engagé. »

20

OSER, C'EST LE MOMENT

Le marché est difficile à décoder, car souvent plein de contradictions ! Certains recruteurs cherchent des « copies conformes », si c'est mon cas, j'y vais avec conviction.

D'autres ont envie d'être surpris. C'est le moment d'oser. Pour interpellier, pour se rendre différent. Oser, c'est aller au-delà des convenances, de la logique de ce qui est annoncé formellement.

Concrètement : Je valorise des points inattendus pour compenser ce qui pourrait être jugé comme un manque (expérience dans le poste, diplôme). En assumant que je n'ai pas le profil requis dans l'annonce, je vais annoncer des éléments qui me caractérisent et qui finalement mettent en valeur des atouts peu communs (initiatives associatives, engagement, une énergie, un désir de réussir exprimé avec beaucoup d'authenticité).

21

COMMENT VAINCRE SA TIMIDITÉ, SON STRESS ?

Chacun connaît ce sentiment, quels que soient ses expériences, son âge ou son niveau de responsabilités. Que faire ? Essayer d'améliorer la situation, en ayant conscience qu'on ne supprimera jamais totalement son stress ou sa timidité.

Quelques solutions simples et efficaces :

- Préparer son entretien : en connaissant son sujet, on se concentre mieux sur sa façon d'être.
- Être en bonne forme physique : on mesure mieux sa respiration.
- Se renseigner sur son interlocuteur : en disposant de ces informations, on anticipe certaines questions, certaines attentes.
- Arriver à l'heure, être dans une tenue confortable : on évite ces pressions qui sont facilement gérables.
- Et puis, se dire que si on rate une réponse à une question, voire un rendez-vous, il est probable que tout ne se joue pas là-dessus et que la multiplication des expériences donne de la confiance.

22

MENTIR OU SE SURVENDRE

Mentir : c'est juste inacceptable ! Déclarer un diplôme que l'on n'a pas ou une expérience non réellement acquise peut, le moment où cela est découvert, briser la confiance d'un employeur et l'inciter à mettre fin à un contrat de travail.

Se surprendre : cela fait partie du jeu que de valoriser ses talents. Mais attention à ne pas mettre le curseur trop loin de la réalité car celle-ci à un moment ou à un autre, viendra valider ce que l'on a déclaré.

Conclusion : être bien dans ses baskets, c'est-à-dire en accord avec soi-même, donne une telle énergie, une telle force à son argumentation, que l'on n'a pas besoin de recourir à des artifices.

23

HABITER SON HISTOIRE !

Les entreprises ont besoin de personnes qui savent aller de l'avant. Chaque expérience professionnelle présente des points positifs. Trop souvent on se contente d'un déroulé technique, descriptif, sans âme.

Habiter son histoire, c'est aller au-delà de l'énoncé d'une expérience factuelle, d'un diplôme obtenu en le qualifiant, en disant en quoi ce moment a été important, combien il a orienté certains choix.

CONSEIL :

Ne pas être le porte-parole distancié de ce que l'on a vécu.

Dire « Je » et qualifier ses expériences.

Reprendre chaque étape et dire en quoi elle a été un élément positif, qui m'a aidé à progresser dans mon parcours. Et le cas échéant, ne pas hésiter à dire que tel moment a été difficile, mais que c'est devenu une expérience que l'on a su positiver.

24

NE PAS TOUT ACCEPTER !

Pour être désiré, il ne faut pas tout accepter, même si on a très envie de retrouver un métier. Le recruteur apprécie de savoir que le candidat a d'autres pistes et qu'il n'est pas prêt à tout accepter.

Conseil : prendre un peu de temps et reporter sa réponse face à une rémunération plus faible que ce que l'on imaginait, face à des contraintes nouvelles, comme un poste initialement prévu à un endroit mais finalement ailleurs.

NE PAS OUBLIER :

Séduction réciproque !

Un recrutement est un processus de séduction partagé.

Le candidat doit séduire... l'entreprise doit également séduire.

Même si on a le sentiment compte tenu du marché où l'offre est supérieure à la demande que l'on ne joue pas à jeu égal, le candidat ne doit pas se laisser aller à tout accepter.



25

ON A DROIT À L'ERREUR

C'est en faisant, en agissant que l'on avance et que l'on apprend.

Ne pas oublier : rater un entretien, ne pas réussir à convaincre, cela fait partie des situations qui permettent d'avancer. Encore faut-il essayer de comprendre pourquoi on n'a pas réussi un entretien.

Ce qu'il faut faire : toujours se poser au moins ces 2 questions :

- En quoi n'ai-je pas séduit ?
- En quoi n'ai-je pas rassuré ?

Ce sont 2 items majeurs sur lesquels un recruteur porte son attention, sachant qu'il faut naturellement répondre aux critères demandés, lorsqu'il s'agit d'une petite annonce. Souvent l'erreur du candidat est liée à une incompréhension des enjeux de l'entreprise qui recrute, qui entraîne une argumentation décalée, en n'apportant pas de bonnes réponses.

CONSEIL PRATIQUE :

Lorsqu'on a un doute sur les questions, ne pas hésiter à demander à son interlocuteur de les reformuler.

Exemple : « Je ne suis pas certain de bien comprendre votre question. Puis-je me permettre de vous demander d'élargir son contexte ? »

26

CHERCHER UN TRAVAIL EST DEVENU AUSSI DIFFICILE QUE DE GÉRER UNE CRISE !

Il y a crise. Effectivement, il faut reconnaître qu'aujourd'hui chercher un travail, c'est être en situation de crise. Être en recherche d'emploi est la plupart du temps une situation que l'on n'a pas choisie. En ce sens, cela est comparable à une crise (définition du dictionnaire Robert : situation, période de changement non maîtrisé et ressentie péniblement).

À retenir :

Reconnaître que l'on est dans cette situation délicate n'est pas en rajouter et se désespérer, mais bien considérer que cette situation particulière exige des réponses elles aussi bien spécifiques.

À faire :

- Relativiser cette situation. Certes, ce n'est pas agréable mais chacun sait que la vie nous réserve des situations difficiles. Qu'il s'agisse de questions de santé, de décès de proches...
- Lister sur un document ses atouts. Même si la situation peut être complexe à gérer (âge, absence de qualification), chacun dispose d'atouts - références, savoir-faire, envies - tant en

termes techniques - cela commence par le permis de conduire que comportementaux - envie de travailler, implication...

Certaines expériences associatives peuvent être mises en avant pour expliquer sa sociabilité, sa capacité à organiser. Dans certains cas établir un bilan de compétences aidera à se rendre compte que l'on dispose de plus d'atouts qu'imaginés.

- Se mettre en ordre de marche. Se donner un plan que l'on va mettre en œuvre. On ne peut agir dans la durée si on n'écrit pas son plan de travail. C'est une vraie perte d'énergie de se lever chaque jour en se demandant ce que l'on va faire pour trouver un travail ! Cela revient à se remettre en cause et finalement à agir de façon probablement aléatoire. Nous suggérons d'inscrire sa démarche dans un plan d'action et finalement de se lever chaque jour pour réaliser ce plan (et non remettre sa vie en question). Et saluer les avancées comme il se doit. Une réponse positive pour un entretien, cela signifie que l'on est sur la route... C'est une nouvelle étape qui se présente.

27

ON NE TROUVE QUE CE QUE L'ON CHERCHE = IL FAUT DÉFINIR SON PROJET

« Il n'est pas de vent favorable pour celui qui ne sait où il va », nous rappelle Sénèque. Mais si là où je veux aller le vent ne souffle pas, je vais prendre des chemins moins directs, c'est la base de la navigation depuis l'Antiquité. Il faut par conséquent se donner un but, avoir un projet, quitte à changer si en chemin, on s'aperçoit que l'on a fait fausse route. On a trop tendance à considérer que se donner un projet est équivalent à faire un choix qui sera définitif. De plus en plus notre vie se construit avec des projets différents. Il est même probable que les jeunes générations devront exercer plusieurs métiers. Même si on n'est pas certain, on se donne un objectif et on avance. En sachant que demain je pourrai changer de cap. Mais pour démarrer, il faut une destination.

Un plan se compose :

- d'objectifs clairs et précis,
- de moyens à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs,
- d'une phase d'évaluation.

La multiplication des rencontres n'est pas la formule magique pour trouver un emploi. Il peut être gratifiant de rencontrer plein d'experts et certains cadres supérieurs ayant un peu d'expérience dépensent leur énergie, remplissent leurs agendas à de tels rendez-vous qui s'ils sont intéressants n'aident pas à trouver une idée de job. Choisir son projet est une décision personnelle. La multiplication des rencontres peut être utile si je m'en sers pour faire réagir sur mon projet pas sur mon CV. Tout le monde trouvant d'ailleurs que le CV que je présente est un très bon CV... Tellement bien que les personnes rencontrées s'engagent à le conserver... au cas où ! Finalement, c'est sympathique mais peu efficace. »

À RETENIR :

Ce fameux réseau ne fonctionne que si je le sollicite sur un projet, des idées et non sur mon passé. Là encore, c'est chacun de nous qui pilote. La destination finale est de la responsabilité de chacun, en revanche on peut solliciter des tiers pour savoir, selon eux, quel est le chemin à suivre... Et au final, je choisirai ce qui me semble me convenir.

Un projet doit être ambitieux. J'ai envie de me déployer avec beaucoup d'énergie. Donc, pas d'autocensure !

28

SE METTRE EN MODE COMBAT AVEC PLAN D'ACTION !

Cette étape est importante et souvent difficile à concrétiser. L'exécution du plan sera finalement plus simple. C'est la même difficulté pour le réalisateur de film - écrire son scénario puis découper la production - ou pour le chef de produit qui veut lancer une nouvelle offre sur le marché. Trouver les bonnes étapes, choisir les moyens. Tout cela demande de la réflexion.

Maintenant commence un vrai changement dans la méthode de préparation ; il s'agit presque d'un changement culturel pour établir mon plan d'action : je m'intéresse dans un premier temps davantage à l'autre, à celui qui va choisir son candidat ! Je ne me concentre pas sur moi, ni sur mon CV.

- **Phase 1** : je commence par une étude du contexte dans lequel se situe l'entreprise visée, l'institution, l'administration où j'aimerais postuler. Puis progressivement, je me renseigne sur les principaux acteurs du secteur puis sur la fonction qui m'intéresse. C'est un vrai travail !

- **Phase 2** : j'identifie les entreprises voire les personnes que je pourrais solliciter pour enrichir ma connaissance du sujet.

- **Phase 3** : j'imagine ce que je pourrais leur apporter comme bénéfique, intérêt opérationnel rapidement... Un recruteur ne choisit pas les meilleurs candidats, mais ceux qui vont lui apporter le meilleur service ! C'est de ma capacité à montrer que je peux apporter plus, ou différemment des autres compétiteurs que je gagnerai des points.

- **Phase 4** : je me connecte à l'entreprise et dois trouver un moyen pour attirer son attention. Là encore, il ne s'agit pas d'imaginer comment je présente mon meilleur profil mais quels services je vais pouvoir rendre. C'est souvent sur cette base que j'obtiendrai un rendez-vous en apportant un service immédiat à celui que je cherche à rencontrer.

NE JAMAIS OUBLIER :

Je dois être une valeur ajoutée pour l'entreprise

29

SE DONNER UN PLAN DE ROUTE, CE N'EST PAS SE DONNER UN PLAN POUR TOUTE LA VIE !

Il semble que beaucoup ne se mettent en route car ils cherchent «la» destination parfaite. Encore plus difficile, quand on a peu d'expérience professionnelle.

Que faire pour vaincre cette paralysie, qui retarde la mise en œuvre pratique ?

- On peut tout simplement se dire que l'on pourra changer de destination en cours de route !
- On peut se tromper et au fil de ses expériences, changer d'avis.

Si notre monde est plus complexe, il présente aussi cette possibilité : on peut changer de route, de parcours professionnel. Le temps est fini où l'on faisait carrière dans une seule entreprise, que l'on y entrait pour la vie. Le changement est désormais une nouvelle donne. L'important est d'être capable de l'argumenter.

Rappel : notre envie d'avenir compte plus que notre passé ! On changera donc plus facilement de destination si on est déjà en mouvement. Il est essentiel de ne pas attendre que tout soit clair pour commencer à avancer. Beaucoup de projets s'affinent en se réalisant.

30

POURQUOI SE METTRE EN MOUVEMENT RAPIDEMENT ?

Il est plus facile d'orienter sa route lorsque l'on est déjà en mouvement.

Clin d'œil : Rester en équilibre sur sa bicyclette sans avancer est un exercice difficile. De même que le premier tour de pédale demande beaucoup d'énergie, et le suivant un peu moins jusqu'au moment où l'on trouve un couple idéal entre sa puissance de pédalage et la route sur laquelle on est engagé.

Chercher du travail est un travail ! Se lever comme si on partait au travail augmente son efficacité. Naturellement il est souhaitable, voire indispensable, d'avoir un plan de route, une destination ! Beaucoup de personnes ne se mettent pas en route car elles ne se considèrent pas complètement prêtes...

CONSEIL :

S'il faut avoir une idée de sa destination, on peut ne pas tout avoir défini avant de commencer à se mettre en chemin. Cette mise en route va souvent aider à préciser la destination.

Jack Welch

La responsabilité incessante d'un leader, c'est de supprimer tous les détours, toutes les barrières pour s'assurer que la vision est claire, puis réelle.

René Saal

Le vrai danger, c'est nous !
Notre incapacité à nous adapter...

Goethe

Il y a assez d'énergie en chacun de nous pour accomplir ce dont il est convaincu



31

COMMENT PARLER DE SON PROJET EN 3 MINUTES ?

3 minutes, un temps suffisant pour *aller à l'essentiel*.

En 3 minutes, on doit pouvoir dire ce que l'on cherche et pourquoi. En légitimant cette démarche par quelques exemples issus des études accomplies ou de postes similaires ou d'une réelle envie.

3 minutes pour présenter *son projet en 3 points* :

- Dire le secteur d'activité
- Dire le métier
- Dire le comportement

Pour chacun de ces points, énoncer pourquoi.

32

COMMENT GÉRER UN CHANGEMENT D'ORIENTATION ?

Chacun peut expliquer avoir fait le tour d'une expérience pour s'orienter vers d'autres ambitions. Chacun peut dire finalement s'être trompé en choisissant une mission et en avoir tiré des leçons pour s'orienter différemment.

Cette situation illustre bien l'importance du projet par rapport à son passé puisque l'on s'installe dans une autre perspective.

Voici l'expérience partagée de Jeanne :

« J'ai récemment rencontré Jeanne qui a fait un parcours d'ins-titutrice exemplaire et qui aujourd'hui a décidé de devenir boulangère. Sa passion du pain, de la pâte que l'on va pétrir et enrichir, est devenue un projet de vie ; et son engagement, son envie constituent la plus belle argumentation qui soit. Plus je change d'orientation, moins mon passé a d'importance. »

33

SUR QUELS CRITÈRES LE RECRUTEUR PREND-IL SES DÉCISIONS ?

Dans un processus de recrutement, le décideur se détermine, sur un critère dominant parmi 6 critères. En reprenant et adaptant ces différents points, on gagne en efficacité. Le recruteur est à certains égards un acheteur de compétences. Et comme tout acheteur, il a besoin de construire sa décision. Avec des éléments rationnels mais aussi des sujets plus émotionnels, subjectifs. C'est une nouvelle façon de s'intéresser à «l'autre», c'est-à-dire à celui qui va décider !

MÉTHODE

Pour se souvenir des points qui sont importants à nourrir, les voici regroupés avec un acronyme signifiant : **S.O.N.C.A.S**

Sécurité :

Pour de nombreux recrutements, ce point est essentiel. Le recruteur souhaitera sécuriser son recrutement par de nombreux moyens : diplômes, expérience, références, recommandations, attitude, clarté de la présentation, rigueur de l'expression, voire tenue vestimentaire qui elle aussi peut communiquer.

Orgueil :

Pour un recruteur, choisir un candidat qui était chez son concurrent peut être un motif de fierté ! Il peut également s'agir d'un diplômé dont l'image est excellente ou d'une personnalité atypique, d'un profil rare, quelqu'un qui a un parcours non conventionnel - argument qui montre que l'on ne doit pas toujours rentrer dans des cases supposées pour convaincre.

Nouveauté :

Choisir un profil en décalage avec les usages est un argument qui séduit de plus en plus. Dans un monde qui change, il est parfois pertinent de choisir des personnalités «inédites». Les entreprises peuvent avoir besoin de candidats ayant une contribution innovante et capable de faire bouger les lignes.

Confort :

Pour certains recruteurs, la notion de confort est essentielle. Quelques exemples : Le candidat est immédiatement opérationnel, car il a occupé des fonctions très proches. La personne est disponible sans délais, elle a une bonne capacité d'adaptation, elle connaît le secteur. Le niveau de rémunération se situe dans la fourchette prévue, ce qui évite négociations et discussions.

Conseil : Tout ce qui rend la vie du recruteur plus facile est à considérer.

34

PARTAGER C'EST EFFICACE, DONNER SES IDÉES N'EST PAS UNE ATTITUDE NAÏVE

Argent :

C'est une contrepartie importante de la contribution apportée. Autrement dit la rémunération est construite sur de nombreux critères : le secteur, l'expérience, l'âge, la conjoncture (l'urgence du recrutement), la singularité de l'expertise (= le marché) mais aussi le comportement, la capacité à manager, l'empathie, l'énergie, l'envie de s'engager.

Dans la rémunération, il faut envisager des éléments indirects, tels la convention d'entreprise, le nombre d'heures par semaine, les avantages divers. Ces derniers peuvent inciter à accepter une rémunération moins attractive.

L'image de l'entreprise, l'expérience qui sera proposée sont de bons arguments pour quelqu'un qui débute et qui demain pourra se prévaloir de cette expérience.

Sympathie :

Cela peut sembler étonnant, mais certains recrutements se font parce que le courant passe bien, qu'une complicité potentielle est ressentie. Naturellement, cela signifie que les critères techniques étaient satisfaits... Si l'expertise est semblable entre plusieurs candidats, la dimension plus subjective, voire émotionnelle, prend le pas.

Ne jamais oublier : On recrute une personne et non un CV !

Pour montrer son expertise, exprimer son envie il est souvent utile de se dévoiler et de donner de bonnes idées à son interlocuteur. On peut avoir le sentiment de proposer de bonnes idées à quelqu'un qui pourrait les exploiter sans pour autant recruter! Mais on n'a pas le choix.

ATTENTION :

À moins d'être expert dans un domaine spécifique, il faut rester modeste !

L'entreprise qui recrute a souvent quelques idées sur son domaine et un candidat extérieur ne saurait immédiatement apporter une expertise inédite... Donc, il ne faut pas avoir peur de se livrer et de prendre ce risque. C'est aussi une façon de témoigner de sa confiance et entrer dans une relation plus complice.

Les idées appartiennent à ceux qui les mettent en œuvre !



CHAPITRE 3 J'ENTRE EN CONTACT

**LE CV ET
L'ENTRETIEN D'EMBAUCHE**
SONT LES DEUX ÉTAPES
ESSENTIELLES POUR
ENTRER EN CONTACT AVEC
L'ENTREPRISE DANS LAQUELLE
JE SOUHAITE TRAVAILLER.
ALORS POUR ÊTRE EFFICACE,
JE RÉINVENTE MA COMMUNICATION.
JE ME METS EN RELATION
AVEC LE RECRUTEUR.



CV ET LETTRE DE MOTIVATION

35

LES ÉTAPES CLÉS

Un CV ou une candidature spontanée servent à obtenir un rendez-vous, pas un emploi. Pour l'un ou pour l'autre, il faut avoir défini une stratégie et avoir une idée de ce que l'on souhaite obtenir. Gérer chaque étape permet de bien placer son énergie. La recherche d'emploi mérite une organisation minutieuse. C'est un vrai parcours à étapes.

Voici le cheminement.

- Faire le bilan de sa situation actuelle : forces/faiblesses, souhaits... idéalement, réalisations concrètes au cours de mes précédents emplois, talents particuliers
- Nommer les emplois que j'aimerais faire : quelles exigences demandent ces responsabilités ?
- Identifier les entreprises où cet emploi existe
- Identifier ce que je pourrais apporter à ces entreprises
- Regarder ce qui est l'actualité de ces entreprises
- Imaginer quelques arguments à utiliser pour attirer leur attention
- Écrire un CV adapté à ce type de recherche
- Adresser un courrier d'interpellation
- Préparer le rendez-vous
- Gérer le rendez-vous (voir item n°**46**)
- Relancer (voir item n°**64**)

36

C'EST QUOI UN BON CV ?

Ce doit être le CV de chacun ! C'est celui qui donne des informations utiles, explicites en rapport avec le poste qui est recherché. C'est un CV qui ne trahit pas le candidat...

Un bon CV, c'est un CV qui permet d'obtenir un rendez-vous !

Voici quelques remarques pratiques sur le CV, au risque de remettre en question certaines approches...

- La longueur du CV : se méfier des impératifs que certains donnent ! Par exemple : un bon CV ne doit pas faire plus d'une page ! C'est aussi idiot que de considérer qu'un bon film ne devrait pas durer plus de 80 min... un junior ou une personne qui postule pour une première fois dira l'essentiel en 1 page. Une personne ayant 10 ans d'expérience aura besoin de 2 pages... Être trop synthétique ne permet pas de valoriser l'essentiel.
- Un CV n'est pas là pour tout dire : Un CV doit donner envie de voir la personne ! Un CV n'est pas fait pour susciter une décision d'embauche. Il est fait pour motiver un rendez-vous. Personne n'est recruté sur son CV. C'est l'entretien, voire les entretiens, qui vont créer les conditions du choix.

Rappel : les entreprises recrutent des personnes, pas des CV !

- Un CV n'est ni une biographie, ni un questionnaire de police : c'est une présentation de compétences, d'expériences. Cela signifie que les dates ne sont pas à mettre à gauche et ne structurent pas les informations ; elles constituent une information complémentaire.

À RETENIR :

Ce qui est important, ce sont les postes, les expertises acquises.

37

À QUOI SERT LE CV ?

Un CV sert à valoriser la capacité d'une personne à accomplir des tâches : sait conduire, parler allemand, gérer une équipe, écrire un discours, imaginer une offre de service, enseigner...

À certains égards, le CV est davantage un outil qui élimine tous ceux qui «ne savent pas faire» ce qui est indispensable pour une mission. Il filtre et sélectionne les personnes que l'on veut voir selon les aspects techniques et factuels préalablement définis.

La séduction va se faire après, dans l'échange, parfois lors de nombreux autres échanges avec différentes personnes.

Concrètement : pour ces raisons, le CV doit être présenté de façon pratique, claire et doit éviter des mises en page fantaisistes.

Au final, un CV ne sert pas à séduire. Il permet d'éliminer des candidats et de sécuriser la sélection.

38

LE CV EST-IL SI IMPORTANT ?

Aucun recrutement ne se fait sans entretien. On recrute des savoir-faire, des énergies, des désirs qui sont «portés» par une personne.

On donne trop d'importance au CV et pas assez à la personne ; et les candidats passent selon nous trop de temps sur la valorisation de leur CV, plutôt qu'à identifier leurs points forts en matière de comportement. Or, c'est sur ce point que la sélection se réalisera.

En d'autres mots, le CV sert à sécuriser l'entreprise, non à la séduire. Mais souvent on regarde d'abord le CV, car l'entreprise veut s'assurer que le candidat a le savoir-faire et cela donne le sentiment que l'on est choisi sur son CV. En réalité on est éliminé par son CV. Une candidature n'ayant pas les compétences requises sera éliminée d'office. Ensuite, on rencontre les personnes et c'est à ce moment que la sélection se joue.

39

QUEL CONTENU DONNER AU CV ?

Le CV doit être facilement lisible. Il faut se mettre à la place du lecteur et lui faciliter la compréhension des informations fournies.

Quelques points clés :

• **Entreprises ou institutions :**

Ne pas hésiter à préciser le secteur, l'activité, l'importance. Certains noms sont abstraits (acronymes ou entreprises peu connues).

• **Dates :** Souvent, elles sont mises sur la gauche et finalement structurent le CV. C'est leur donner une trop grande importance. Positionner les dates à droite, après la mission occupée. C'est une façon d'indiquer qu'il s'agit d'une information complémentaire. Le recruteur apprécie de savoir quand et combien de temps la fonction a été occupée.

• **Missions réalisées :** Être précis et illustrer la réalité des missions. En utilisant des verbes à l'infinitif on donne une impression plus concrète.

• **Preuves :** À chaque fois que c'est possible, indiquer «l'ampleur» des informations données : effectifs gérés, chiffre d'affaires réalisé, progressions obtenues...

• **Autres informations :** C'est l'occasion de présenter des éléments plus personnels qui disent un peu de la personne que l'on est. Éviter de donner des informations de type lecture, cinéma, voyages... Il faut tenter de les qualifier pour se rendre différents. En disant lecture de romans policiers, ou de littérature asiatique, on donne des informations, on se débanalise, on offre des thèmes d'échanges pour l'entretien.

• **Langues :** Il faut être clair et préciser le niveau de notions. Cela ne sert à rien de tromper son lecteur en donnant de fausses informations ; cela fait perdre du temps à tout le monde.

• **Longueur :** Il n'y a pas de longueur idéale. Mais naturellement pour un premier emploi, voire avec quelques années d'expérience, une page suffit. En revanche, si on a de nombreuses expériences, il est indispensable de les présenter sur deux voire trois pages.

• **Poste recherché :** Autant indiquer le poste qui figure dans l'annonce. Ne pas oublier que certains cabinets disposent de logiciels de lecture automatique des CV qui leur permettent d'établir une classification des candidats.

Conseil : Utiliser des mots qui permettent d'être rangé dans des cases «métier» qui soient reconnues.

Jean-Paul Sartre

**L'homme n'est rien
d'autre que son projet,
il n'existe que dans la mesure
où il se réalise, il n'est donc
rien d'autre que l'ensemble
de ses actes, rien d'autre
que sa vie**

Michel Serre

En 40 ans d'enseignement,
j'ai compris que l'on
ne transmet pas quelque
chose, mais soi ! Donc, soyez
vous-mêmes, même si ce
n'est pas facile



Michael E. Porter

**L'essence de la stratégie
est le choix d'accomplir
ses activités d'une
manière différente
de celle de ses
concurrents**

40

LA PHOTO

Éviter les photos recadrées sur une photographie familiale, où l'on imagine la mer en arrière-plan. La photo doit être professionnelle ! Un léger sourire et pas de provocation.

Rappel : cette photo doit être systématiquement apposée sur le CV. En cas d'hésitation se rapprocher d'une photo d'identité où l'on est attentif, engagé.

41

AIDEZ-MOI À VENDRE MON CV !

Eh bien non, ce n'est pas le sujet !

Le CV raconte mon histoire passée. Comme cela a déjà été expliqué dans les précédents items, le sujet est de séduire en proposant un service pour l'avenir. Un CV ne sert pas à se vendre, mais à rassurer un interlocuteur. Il permet de faire le point sur des savoir-faire, pas plus, mais à un moment c'est indispensable !

Pour cette raison, les recruteurs procèdent dans un premier temps par annulation et non par choix.

Une fois les CV qui comportent des faiblesses par rapport aux attentes éliminés, il reste des CV que l'on a besoin de départager. C'est à ce moment que se situe l'entretien.

42

GÉRER LES POINTS FAIBLES DE SON CV

L'important est de ne pas être pris au dépourvu. Ces points dits faibles doivent être replacés dans SON histoire, dans une dynamique montrant au recruteur qu'ils ne sont pas un obstacle. En montrant que rien n'est figé, on se place dans une perspective, dans l'avenir.

Ne pas dissimuler ses points faibles, c'est faire preuve de lucidité. Pour les relativiser, il faut leur trouver des compensations, soit en s'engageant à les corriger (cours d'anglais intensifs, informatique, etc...), soit en valorisant d'autres talents et particulièrement en termes de comportement, de motivation.

43

METTRE SON CV EN LIGNE

Internet est partout. Il faut donc l'intégrer dans votre recherche d'emploi. Des sites permettent de déposer votre CV : les CVthèques sont des bases de données sur lesquelles on enregistre son CV.

Conseil 1 : Choisir sa CVthèque. Plus on est précis, plus on a de chance d'être repéré.

Conseil 2 : Bien choisir ses mots clés (titre du CV, compétences, intitulé du poste), car le recruteur commencera par là pour sélectionner des CV.

Conseil 3 : Mettre à jour régulièrement son CV pour montrer son dynamisme et pour que celui-ci apparaisse en premier grâce aux moteurs de recherche.

Ce dispositif permet au recruteur d'identifier des candidats possibles. Mais dans ce cas, je n'ai plus la main et je ne pilote plus véritablement ma recherche d'emploi.

À RETENIR :

Ne pas se priver de cette opportunité sans trop la surestimer

44

RÉPONDRE AUX PETITES ANNONCES

Faut-il répondre si on ne présente pas tous les critères de la petite annonce ? Oui, mais dans ce cas, il faut faire de ses points faibles un point central, un levier, plutôt que de les masquer.

Exemple : s'agissant de l'expérience demandée de 3 ans dans une fonction similaire, on peut justifier qu'en réalité on a seulement une année d'expérience mais qui, compte tenu du contexte et des résultats obtenus, en vaut bien 3 ! C'est une façon de respecter la demande qui est faite et de valoriser des raisons qui conduisent à poser sa candidature malgré tout.

NE PAS OUBLIER :

Bien répondre à une annonce, c'est souvent réécrire son CV pour valoriser ses points forts par rapport à ce qui est demandé. Il ne s'agit pas d'inventer un autre CV, mais de souligner l'adéquation de ses talents face à une annonce donnée.

45

LA LETTRE DE MOTIVATION

Tout l'enjeu d'une candidature est de dire que naturellement on répond aux attentes exigées mais que l'on est différent des autres. C'est aussi le moment de dire ses motivations : elles sont au nombre de 6 et on peut se les rappeler facilement grâce à la formule S.O.N C.A.S (voir item n°34). Il s'agit d'indiquer pourquoi on trouve la fonction intéressante et de présenter sa façon de remplir sa mission.

Attention : Trop de lettres de motivation sont d'une grande banalité et ne servent à rien. Pire, elles décrédibilisent une candidature en montrant que l'on a pris un texte standard et que «l'on y croit pas». Plus cette lettre sera personnalisée, plus cela donne des points à la candidature.

Exemple : Un expert comptable, après avoir donné des arguments qui témoignent de la connaissance et de la pratique du métier, peut valoriser sa capacité à entretenir des relations sympathiques avec les autres directions de l'entreprise, ce qui n'est pas nécessairement une demande pour ce poste ; mais crée une «curiosité», voire une potentialité tout à fait pertinente.

46

LA LETTRE PROJET OU LES CANDIDATURES SPONTANÉES AUTREMENT !

Il s'agit d'un document destiné à intéresser un recruteur potentiel. Plutôt que d'envoyer des candidatures spontanées qui ne servent à rien sinon à se donner l'impression que l'on est productif, voici une autre approche qui mérite quelques explications. Beaucoup de chercheurs d'emploi adressent leur CV accompagné d'une lettre à des personnes qui ne demandent rien ! Cela prend du temps, de l'énergie pour des résultats aussi efficaces que d'acheter un billet de loterie pour devenir riche. Tout cela pour dire que parfois, cela fonctionne.

Concrètement - et avec un peu de distance - : Un candidat sollicite un employeur qui apparemment ne recrute pas en lui montrant combien son passé est formidable. Un CV raconte ce que l'on a fait jusqu'à la date du jour. Or, un employeur qui ne recrute pas trouvera, dans le meilleur des cas, le CV intéressant et le classera. Pour décider une personne qui n'a pas décidé de recruter, il faut lui parler d'avenir et non du passé aussi brillant soit-il ! C'est là que vient la lettre projet ou note de réflexion. On recrute pour gérer l'avenir. On recrute pour se donner les moyens de

réaliser des missions, des projets. Donc il faut séduire, interpeller, parfois provoquer son destinataire pour l'inviter à imaginer que votre candidature peut être source de différents bénéfices. Il faut l'amener à passer d'une situation où il ne cherche personne à une position de recrutement.

Il faut créer un choc auprès de son interlocuteur pour l'engager à envisager un recrutement. Autrement dit, notre interlocuteur en lisant la lettre projet, devrait réagir par cette expression : « Waouh ! » ; car si on ne suscite pas étonnement et surprise, on ne fera pas changer le comportement de celui que l'on aimerait rencontrer.

À RETENIR :

C'est en parlant d'avenir que l'on peut réussir... pas du passé.



47

COMMENT RÉUSSIR UN ENTRETIEN ?

Un entretien est une occasion exceptionnelle pour dire la personne que l'on est. Inutile de redire son CV dans cette phase complémentaire, puisque notre interlocuteur l'a déjà lu et examiné. Quelquefois le recruteur demande à ce qu'on lui « rafraîchisse la mémoire » et démarre l'entretien par cette question : « Pouvez-vous me dire rapidement les points clés de votre parcours professionnel ? »

Conseil : interpréter cette demande en proposant une réponse maligne !

Il ne s'agit donc pas de redire son CV que la personne a sous les yeux, mais de profiter de l'occasion pour par exemple donner une version transversale de son parcours professionnel. Plutôt que redonner les grandes étapes chronologiques on peut se présenter en précisant des points qui caractérisent son comportement au long de son parcours professionnel.

Exemple : « Je vous remercie de me donner l'occasion de vous présenter mon parcours professionnel. Plutôt qu'une présentation chronologique, j'aimerais mettre en évidence plusieurs points qui caractérisent bien mon expérience ».

48

COMMENT RÉUSSIR À SE VENDRE ?

Dire à l'excès son passé merveilleux ne sert à rien ! Ce qui importe c'est en quoi ce passé m'autorise à être un candidat idéal, car cela me permet de vous apporter de nouvelles idées, d'être efficace rapidement dans l'emploi, de vous faire profiter de mes relations.

Se vendre, c'est montrer à l'autre que l'on peut lui être utile. Utiliser les méthodes du marketing, celles que les marques utilisent pour «placer» leurs produits est tout simplement malin, car on est dans un schéma similaire.

Il faut valoriser les bénéfices liés à mon engagement pour demain. Les vendeurs de voiture savent valoriser les bénéfices liés au véhicule. Pour les techniciens il s'agira de présenter les conditions de fabrication, les performances techniques, mais au final la vente se fera sur des critères très subjectifs (voir S.O.N C.A.S)

Finalement, bien se vendre, n'est pas tant de se valoriser que d'apporter des bénéfices à l'autre. Plus j'exprime ces potentialités, plus je deviens digne d'intérêt.

49

FAUT-IL ÊTRE SOI-MÊME ?

La réponse est immédiatement OUI ! Certaines omissions sont ridicules parfois naïves, ne pas donner son âge sur son CV, ne rien dire sur une période significative de non travail. À un moment, il faudra bien en parler et ne pas l'avoir évoqué spontanément peut signifier un «problème» lié à ces questions.

Le recruteur est prêt à tout entendre, dès lors que l'on est capable d'argumenter. Le jeune âge comme l'âge avancé ne sont pas des défauts pour des personnes qui savent dire leur maturité, leur énergie. Quoi qu'il en soit, si le recruteur considère que c'est un point discriminatoire, c'est éviter de perdre du temps que l'annoncer immédiatement.

Ne pas avoir travaillé pendant un an ou plus peut être très positif, si on sait dire comment on a mis à profit cette période entre deux métiers. S'occuper de sa famille, voyager, étudier une langue sont des activités qui méritent considération et ne sont pas du temps perdu.

50

DITES-MOI VOS QUALITÉS ET VOS DÉFAUTS ?

C'est devenu un petit jeu que de répondre à ces questions, tant elles sont classiques et finalement peu productives, car chacun tente d'y répondre avec habileté souvent en valorisant une qualité de façon excessive (« Je suis très organisé, presque un peu trop et cela peut agacer ; je suis très sociable, peut-être trop, car je reçois les confidences de tout le monde... »)

Bon à savoir : Cette question est souvent posée lorsque le recruteur n'a pas réussi à découvrir la personne qu'il a en face de lui. Alors il reprend les questions de base. Parfois il va jusqu'à poser des questions un peu dérangeantes, voire agressives, afin de voir si la personne face à lui va se dévoiler un peu.

Il faut donc ne pas hésiter à donner des informations plus personnelles quand on en a l'occasion, et à montrer comment on se comporte. Il y a plus de risque à ne pas se dévoiler qu'à dire qui on est !

RAPPEL :

*Laisser l'autre indifférent est la pire des situations.
Concrètement : Dire « je » et donner son point de vue.*

51

FAUT-IL PRENDRE DES NOTES ?

Prendre des notes : un réflexe professionnel de base.

C'est une façon de montrer à son interlocuteur que ce qu'il va dire mérite considération. Incidemment, c'est noter des points à argumenter à un autre moment de la rencontre, c'est se donner les moyens de ne rien oublier de certaines recommandations.

À RETENIR :

Prendre des notes est indispensable.

Dans certains cas, on pourra poser la question : « M'autorisez-vous à prendre quelques notes de notre échange ? »

52

COMMENT PROUVER CE QUE L'ON AVANCE ?

Il est important d'avoir réuni des preuves concrètes de son expérience professionnelle. Les entreprises aiment bien pouvoir illustrer ce que les candidats ont réellement fait dans le passé. Dans certains cas, cela vient conclure un travail réalisé, une expérience. Cela peut être aussi gardé en réserve pour l'entretien.

Il faut donc être précis.

Concrètement :

- Donner des indications de volume : nombre de personnes managées, pourcentage de progression des ventes ou des résultats, productivité gagnée, nouveaux clients développés, temps gagné, etc.
- Donner des noms de personnes pouvant être contactées est une bonne façon de permettre à un recruteur d'aller chercher des informations complémentaires. Attention : il est indispensable de s'assurer préalablement de l'accord des personnes citées en référence.

53

EXPLIQUER LES CHANGEMENTS DE CAP, LES PÉRIODES NON TRAVAILLÉES ?

De plus de plus de personnes ont des parcours non rectilignes ; les circonstances de la vie ne permettent pas d'avoir toujours des parcours dits «cohérents». Par ailleurs, certaines personnes ont choisi des métiers différents, se sont arrêtées de travailler pour élever des enfants, pour s'occuper d'un parent âgé, ou ont décidé de faire le tour du monde.

Chacune de ces expériences est positive, si on veut bien la raconter comme telle ! Le recruteur aura besoin de comprendre pourquoi il y a eu d'éventuels changements. Et dans beaucoup de circonstances, il appréciera les changements qui témoignent du pilotage de son parcours professionnel que le candidat aura pu avoir.

Comment chacun saura faire d'un moment plus difficile, une opportunité de rebond ? Autrement dit, il n'y a pas de parcours idéal, il y a le MIEN que je suis capable d'expliquer. C'est chacun qui y met la cohérence, l'enchaînement, le fil rouge.

54

MONTREZ QUE VOUS AVEZ ENVIE

On ne fait rien sans envie. Un employeur privilégiera une personne motivée à une personne ayant toutes les qualifications même des diplômes supérieurs mais qui est atone, et qui semble là parce qu'il faut bien trouver un emploi.

Dans certains cas, monter que l'on a envie s'exprimera par des questions pertinentes qui témoignent de la prise en compte des évolutions possibles de l'entreprise ou de la fonction.

Il ne s'agit pas de tant de répéter « J'aie envie, j'ai envie », que de créer les conditions qui témoignent de ma motivation.

À EXPRIMER :

Vouloir comprendre l'ambition de l'entreprise, ses objectifs à court terme, les tâches prioritaires est une bonne façon de s'inscrire dans son avenir et donc de montrer sa volonté d'y contribuer.

55

FAUT-IL TOUT DIRE ?

Certaines informations sont d'ordre privé ; d'autres ne sont pas confidentielles.

• *L'âge :*

Les seniors pensent que ne pas dire son âge est indispensable pour ne pas être éliminé immédiatement ! Si pour un employeur être âgé est un frein, autant le savoir immédiatement. Cela fait gagner du temps, car un moment viendra où il faudra dire les choses.

• *Les temps de non travail :*

Certains pensent qu'il faut le minimiser, voire tricher sur les dates. Car ne pas avoir travaillé un certain temps est jugé comme un point faible dans son parcours professionnel. Si on est capable d'expliquer ces moments de non travail, ils peuvent être un point très positif. Les recruteurs sont prêts à accepter des situations non conventionnelles dès lors que l'on sait « positiver » des moments de non travail. On peut ainsi en profiter pour se former en anglais, réfléchir à ses choix professionnels, tenter une expérience qui s'avère non concluante ! L'important est de valoriser ce que l'on a fait, d'en tirer une leçon positive.

A stylized illustration of a man in a dark blue suit and purple tie, looking through a telescope. He is standing on the right side of the frame, looking towards the left. The background is white with three yellow circles containing text. There are also three yellow dots at the bottom left and three yellow dots at the top right.

Albert Einstein

**Une personne
qui n'a jamais fait
d'erreurs
n'a jamais tenté
d'innover**

Albert Jacquard

Il faut prendre
conscience de l'apport
d'autrui, d'autant plus
riche que la différence
avec soi-même est
plus grande

Denis Diderot

**N'est-il pas étrange
de nous voir défendre
plus farouchement
nos erreurs que
nos valeurs ?**

56

COMMENT SE COMPORTEZ-VOUS EN ENTRETIEN ?

Deux mots : S'engager ! Savoir se lâcher...

Il y a une appréhension naturelle à rencontrer une personne que l'on ne connaît pas et l'enjeu est important surtout dans un contexte économique, où il y a moins d'opportunités de postes. Se lâcher ne signifie pas faire n'importe quoi, mais s'engager, être actif, authentique.

Concrètement :

- Poser des questions est une excellente façon de montrer son intérêt et sa motivation. Cela signifie une réelle concentration et implication. Je ne me contente pas de répondre.
- Chaque prise de parole est un engagement. Je suis entièrement présent, disponible, à l'écoute. Mon corps le traduit par ma posture dynamique, souriante, ouverte.

57

COMMENT MONTRER QUE LE POSTE PROPOSÉ M'INTÉRESSE ?

a- Tout simplement en le disant... Et en disant pourquoi !

Exemple : « J'ai très envie de vous rejoindre car je sens que vous proposez un environnement où je pourrais beaucoup vous apporter, où mon talent pourrait s'exprimer. Ce poste m'intéresse car il va me permettre de vous rendre service. »

Rappel : le recruteur a besoin d'identifier les « plus » que vous allez apporter à sa proposition. Que cela permette de gagner sa vie et de sortir de « cette galère » de recherche n'est pas un argument pour lui.

b- Une autre façon de montrer son intérêt est de poser des questions. Plus je pose de questions, plus je montre que je suis intéressé, que je suis presque dans l'entreprise. Ces questions sont plus orientées sur la façon d'opérer, la manière dont l'entreprise vit cette période de mutation, que sur une demande d'informations pratiques pour mon confort personnel.

Une fois le recruteur convaincu de sa décision, viendra le moment de poser toutes les questions autour de la rémunération et de l'environnement de travail !

58

COMMENT COMMUNIQUER AVEC SON CORPS ?

Notre corps communique (voir item n°2)

- Éviter de s'adosser dans un fauteuil, de croiser les jambes ; garder ses appuis sur ses deux pieds, être en dynamique positive et non en retrait. La façon de s'asseoir est une façon de montrer son attention.
- Utiliser ses mains pour appuyer son argumentation, même si en entretien leur utilisation doit rester d'une ampleur modérée.
- Ne pas croiser les bras, - ce qui signifie une fermeture, une protection - mais les poser sur la table, éventuellement le crayon en main.
- Regarder son interlocuteur. Si l'entretien se fait à plusieurs personnes, ne pas ignorer ceux qui observent, les regarder régulièrement pour les inclure dans votre relation.

59

TRAVAILLER SON LOOK !

Dans ce monde saturé d'images, tout communique ; et si la tenue est rarement un argument qui va faire la différence lors d'un entretien, elle peut cependant conduire à donner une image négative.

Alors prendre un peu de temps la veille pour choisir sa tenue et connaître les codes vestimentaires du milieu professionnel auquel on s'adresse semble essentiel pour aborder au mieux l'entretien !

Exemple : dans l'univers financier, les cabinets de conseils ou d'avocats une chemise blanche et cravate avec pantalon gris et blazer feront l'affaire pour les hommes et un tailleur jupe ou pantalons seront adaptés pour une femme. En revanche ces vêtements sembleront ringards dans le monde de la communication ou des technologies pour qui le style est plus détendu et où le jean est devenu une habitude.

Attention : ne pas tomber dans le stéréotype ! Car rappelez-vous que l'habit ne fait pas - totalement - le moine !

60

COMMENT BIEN RÉPONDRE AUX QUESTIONS ?

Il y a les questions classiques ; on les appelle «les marronniers». Il s'agit des thèmes qui chaque année viennent illustrer les couvertures de magazines. D'autres auxquelles on n'échappe pas : « Quel votre principal défaut ? De quoi êtes-vous le plus fier dans votre parcours professionnel ? Qu'aimeriez-vous faire dans 10 ans ? »

Chacun sait répondre à de telles questions ; en tous cas il faut s'y préparer et en profiter pour y répondre de façon argumentée. Je vais y répondre de façon à montrer ma façon personnelle d'aborder ces questions.

D'autres questions sont plus techniques et il faut aussi y être préparé : « Êtes-vous prêts à faire des déplacements, à vivre dans une autre ville que la vôtre aujourd'hui ? Parlez-vous anglais ? » (Inutile de tricher car l'entretien peut se prolonger en anglais).

Concrètement : Avant l'entretien, se préparer à répondre aux questions classiques et techniques, en disposant de quelques mots ou notions clés.

61

RÉPONDRE À UNE QUESTION DIFFICILE

Une question difficile met dans l'embarras car cela surprend. Tout le monde craint de devoir gérer ce type de situation. C'est pourtant une vraie opportunité pour se distinguer de ses concurrents, si on prend en compte ce qui suit : répondre à une question difficile s'apparente à une gestion de crise.

MÉTHODE

- a- Reconnaître qu'il y a question difficile : « Vous me posez une question difficile »; incidemment cela valorise son auteur. C'est aussi une façon d'accuser réception.
- b- Puis remettre cette question en perspective - à travers cette question vous vous interrogez sur... - C'est donner du sens à la question qui est posée et s'assurer que l'on a bien compris.
- c- Enfin, répondre à la question en donnant des exemples précis. Structurer si possible la réponse en plusieurs points et en annonçant premièrement, deuxièmement.

62

QUAND FAUT-IL PARLER DE RÉMUNÉRATION ?

Ce n'est pas au candidat d'aborder le premier la question. Si on répond à une annonce «normalement rédigée et donc claire», on sait rapidement si on est dans le créneau. Si on a un doute, cela laisse penser que l'on aurait peut-être dû se dispenser de répondre. Être trop qualifié ou sous-qualifié sont deux points à apprécier avant de se lancer. Les entreprises souhaitent recruter des personnes qui seront bien dans le cadre ; elles savent que c'est à cette condition que les candidats seront le plus efficaces.

L'entreprise peut aborder cette question de façon différente :

- Soit c'est une information préalable - c'est souvent le cas dans des emplois peu qualifiés.
- Soit, en fin de sélection - c'est-à-dire les candidats qui seront présentés au décideur final - et dans certains cas, l'entreprise s'adaptera pour une bonne part aux exigences du candidat. En effet, à un certain niveau dans la hiérarchie, la rémunération n'est plus véritablement une question face à un candidat capable d'apporter une véritable transformation dans l'entreprise.

63

POURQUOI FAUT-IL POSER DES QUESTIONS ?

Poser des questions aide à mieux comprendre l'entreprise avec laquelle l'on souhaite coopérer. Il importe de bien être en phase et même si tout n'est pas parfait, d'être conscient des contraintes et des éléments de contexte. C'est également une bonne façon de comprendre selon quels points clés la décision finale se prendra et donc de pouvoir argumenter utilement.

- Montrer à l'autre que l'on s'intéresse à lui et c'est très important.
- Montrer par la pertinence des questions posées que l'on est déjà entré dans le vif du sujet, plutôt que de dire « Votre proposition m'intéresse ».
- S'intéresser à l'avenir et là encore entrer dans la réalité. Je montre quelle personnalité je suis en m'intéressant à l'autre, bien plus qu'en racontant mes exploits ! C'est une autre façon de rentrer en complicité avec mon interlocuteur.

Rappel : pour séduire une personne, je serai plus efficace en m'intéressant à elle et à ses projets.

64

COMMENT CONCLURE ?

Dans de nombreux entretiens, le recruteur propose avant de terminer l'entretien, à son candidat de faire une dernière intervention. Plutôt que de penser - parfois sous prétexte de courtoisie « Je ne veux pas déranger davantage » -, et de ne rien dire, il ne faut pas hésiter à prendre la parole pour dire par exemple 3 points clés imaginés comme les points clés de la prise de décision du recruteur.

Exemple : « Votre proposition m'intéresse pour au moins trois raisons. Premièrement, j'aime ce secteur professionnel et le cadre que vous me proposez me semble plein de potentialités et dans une bonne évolution de mon parcours professionnel. Deuxièmement, mon implication professionnelle va pouvoir trouver de bonnes conditions pour faire gagner vos projets et indirectement me faire progresser avec eux. Enfin, dans ce monde non écrit, la réussite sera collective et j'aime collaborer, apporter ma contribution et cette perspective m'enthousiasme.

65

LA RÉMUNÉRATION

Parler d'argent est toujours difficile, en réalité, la rémunération n'est qu'un des éléments de la contrepartie qui va être proposée. Il nous semble plus juste d'apprécier d'autres éléments qui pour certaines personnes seront déterminants : les congés - certaines entreprises proposent RTT et congés dans des proportions qui peuvent être du simple au double - ; la mutuelle ; les avantages tickets-restaurants chèques culture peuvent représenter des sommes significatives ; l'âge du départ à la retraite ; la durée des congés maternité ; la voiture de fonction. Il s'agit de prendre en compte un ensemble d'éléments et chacun saura trouver la formule qui lui convient.

NE PAS OUBLIER :

Négocier n'est pas inconvenant.

C'est une façon de faire confiance en sa contribution et dans certains cas, on pourra céder sur la date de mise en œuvre de certains ajustements. Cela peut se faire par exemple, soit dans un plan de progression, soit à la fin de la période d'essai. On peut également demander à réfléchir et prendre un peu de temps pour accepter, voire revenir avec une contre-proposition.

66

APRÈS L'ENTRETIEN

Il est d'usage d'adresser le lendemain de l'entretien un mot de remerciement à la personne que l'on a rencontrée et de lui dire trois points clés qui illustrent l'intérêt que l'on a pour le poste (voir ceux de la conclusion).

Ensuite, il faut rester calme. Dans certains cas, l'entreprise prendra plus de temps que ce qu'elle avait imaginé. Cela n'est pas nécessairement négatif et le délai peut atteindre jusqu'à un mois.

RAPPEL :

Le temps de l'entreprise n'est pas celui du demandeur d'emploi. Nous ne recommandons pas de solliciter l'entreprise pour témoigner de son impatience et faire pression sur le processus de décision. En revanche, on peut solliciter celle-ci en lui disant que nous avons une proposition moins intéressante que celle proposée, mais qui est concrète ; que nous aimerions savoir ce qu'il en est avant de prendre une décision. Il est toujours positif de mettre en évidence que l'on a d'autres propositions !

Antoine de Saint Exupéry

**Il ne s'agit pas de
prévoir l'avenir,
mais de le rendre
possible**



LES PETITS PLUS

CAR IL N'Y A RIEN DE
MIEUX QUE LE VÉCU,
VOUS TROUVEREZ ICI
CAS PRATIQUES ET
EXPÉRIENCES PARTAGÉES.
DE QUOI NOURRIR VOTRE
RECHERCHE D'EMPLOI !

CAS PRATIQUES

LI

Jeune chinoise de 25 ans, Li vient d'obtenir un doctorat en Littérature du XVII^{ème} siècle et cherche un emploi. Lors d'un atelier animé par la Tortue Bleue, elle raconte ses difficultés et aussi ses questions sur la façon d'aborder un prochain rendez-vous qu'elle vient de décrocher, dans le cadre d'un Forum Emploi où les entreprises rencontrent des étudiants. Il s'agit d'une grande banque qui cherche des «conseillers en gestion de patrimoine». Le petit groupe réagit en lui demandant quelle idée elle a eu de se présenter pour une mission si loin de son univers de compétences.

Objectif : Apporter au recruteur des arguments pour nourrir son choix. **Moyen :** Faire preuve d'audace, d'originalité, de nouveauté.

En demandant à Li de se présenter davantage, nous découvrons qu'elle a réalisé sa thèse sur « L'argument dans la littérature du XVII^{ème} siècle. Ce travail signifie qu'elle a un certain savoir-faire pour analyser, comprendre des situations et leurs évolutions. Et finalement, ce n'est pas si loin, du moins en termes d'approche, de ce qui est demandé à un conseiller en gestion de patrimoine ! On sait que les banques ensuite forment leurs collaborateurs à leurs produits spécifiques. Sur cette nouvelle approche, Li a su convaincre le recruteur et a été engagée.

DIDIER

Spécialiste du jeu vidéo, il a travaillé dans des entreprises en France et à l'étranger, afin d'améliorer la fluidité des actions des joueurs. Il est finalement devenu un expert dans l'ergonomie des jeux. Or, le nombre d'entreprises capables d'accueillir ce genre d'expertise est limité et Didier a le sentiment d'avoir fait le tour des entreprises spécialisées dans le «gaming».

Objectif : Imaginer les univers où ce savoir faire serait transposable. **Moyen :** Argumenter sur les analogies entre secteurs.

Souvent, on reste attaché à son expertise pointue. Dans les nouvelles technologies, chaque opérateur cherche à optimiser le parcours client. Accéder à l'opération clé en un minimum de clics. Tous les sites marchands se battent pour faciliter le parcours des clients potentiels qui n'hésitent pas à quitter un site à la moindre difficulté. Didier n'avait pas pensé que son savoir-faire était transposable. Penser en dehors de l'entreprise dans laquelle on s'est installé doit devenir un réflexe pour élargir son champ des possibles.

ANNE-SOPHIE

Elle vient de terminer son école de commerce et cherche un stage dans une entreprise du secteur du luxe. On imagine qu'elle n'est pas seule à rêver à une telle opportunité, si possible auprès d'une marque prestigieuse.

Objectif : Se distinguer. **Moyen :** Montrer que l'on a compris les codes du luxe.

Pas simple de se distinguer avec un diplôme qui ressemble à celui de nombreux jeunes en recherche de stage ! Nous lui suggérons d'adresser son CV dans une boîte avec un joli papier et un magnifique ruban... Sur 5 envois, elle reçut 3 propositions de stage ! Elle a fait sourire et a prouvé qu'elle osait montrer qu'elle avait compris les codes du luxe, celui de l'attention et l'élégance portées à son destinataire.

MARTINE

Institutrice qui après 10 ans d'engagement a décidé de prendre une nouvelle orientation : le métier de boulangère !

Objectif : Changer de voie et convaincre ses futurs interlocuteurs.

Moyen : Valoriser sa seule motivation.

Nous sommes nombreux à rêver de changer de métier. C'est possible à condition, que l'on soit capable de présenter un projet et les raisons qui le rendent crédible. Cet exemple illustre combien il est important de savoir parler du futur plutôt que du passé. Dans notre cas, hors le goût de la relation aux autres, on dispose de peu d'éléments passés. En revanche, l'envie de pétrir, de nourrir ses proches était si grande que Martine donnait envie. Oui, l'envie que chacun exprime est communicative. Elle rend possible des projets audacieux. Il importe de croire en son projet.

NADIA

Elle est sortie du monde du travail pour des raisons familiales et hésite à solliciter à nouveau son réseau de relations professionnelles : « J'ai peur qu'ils m'en veuillent d'être restée silencieuse ! »

Objectif : Retrouver, voire recréer un réseau professionnel.

Moyen : S'ouvrir sur l'autre.

Chacun a des moments de proximité avec un groupe de relations et sans raisons très évidentes, les centres d'intérêts évoluent. On peut aussi considérer que ces personnes n'ont elles-mêmes pas donné de nouvelles. La meilleure façon de solliciter son réseau est de commencer à lui demander de ses nouvelles. Viendra naturellement le moment où les personnes nous en demanderont !

MARIE-CÉCILE

Elle est une juriste habituée à préparer des dossiers complexes qui demandent recherche documentaire, analyse et réflexion. Un peu lasse de ce travail souvent solitaire, elle souhaite évoluer vers un métier de soutien aux autres et ne voit pas bien comment argumenter.

Objectif : Réorienter ses compétences. Moyen : Solliciter des expériences jusque-là «insoupçonnées».

Alors que nous découvrons vite que depuis des années elle a pris des responsabilités dans l'univers associatif et que ce n'est sans doute pas un hasard si elle souhaite s'engager professionnellement vers ce type d'activité. Les engagements associatifs sont une autre façon de présenter ses talents, ses goûts pour un domaine. Ils font partie de l'expérience que l'on acquiert au cours de la vie et sont essentiels à valoriser.

GEORGIA

Commerçante et elle aime son métier mais elle se demande si elle ne pourrait pas s'engager vers une activité qui ait selon elle plus de sens, plus d'authenticité dans la relation à l'autre. Alors elle sollicite différents organismes sociaux mais continue de prospecter des boutiques au cas où ?

Objectif : Donner du sens à son travail. **Moyen :** Identifier ses véritables envies.

Difficile de courir plusieurs lièvres à la fois, car cela signifie que l'on n'a pas décidé. Et on comprend bien que cette décision est délicate. Mais on sait également que tant que l'on n'a pas choisi on n'est pas aussi confiant et pertinent dans son argumentation. Il arrive même que l'on commette une «faute» au moment où l'employeur semble décidé, car finalement on a envie de changer, mais on a peur de ce changement !

Pour tenter de régler cette question très personnelle, ne pas oublier que chacun pilote son parcours et que s'engager dans une piste ne signifie pas qu'un jour on n'en reprendra pas une autre. Choisir aujourd'hui et changer demain sont des possibilités à ne pas écarter. Autrement dit on a le droit de se tromper ! Mais pour avancer, il faut prendre une direction ; autrement on reste au milieu du carrefour et on risque de prendre la voix de celui qui klaxonne le plus fort derrière moi.

L'ESPRIT D'ENTREPRISE... MÊME POUR UN SALARIÉ !

*In Entre prends de Jean Chanard 1978,
ré-édité par Conseils & annonceurs associés*

De plus en plus de réflexions, études laissent penser que demain le « contrat de travail » pourrait connaître de nouvelles formes. Le travail à distance et le travail fragmenté illustrent déjà une autre façon de travailler. Dans beaucoup de postes, la notion de « salarié-entrepreneur » devient une idée qui montre que chacun est amené à prendre des initiatives, à conduire sa façon d'organiser son travail. Il est probable que les postes d'exécutants sans esprit d'initiative se réduiront pour favoriser un engagement, une liberté plus grande des salariés d'aujourd'hui. Avoir l'esprit d'entreprise ne signifiera plus être capable de créer une entreprise mais d'avoir le sens des responsabilités, d'entreprendre, de s'engager.

- « Arrêtons d'être la balance qui pèse
- Éternellement le pour et le contre,
- Sans jamais savoir de quel côté elle penche,
- Soyons la balance qui pèse, qui prend et qui agit.
- Soyons la balance peseuse de décisions
- Et non plus la balance hésitante aux continuelles oscillations.

- Ne pesons plus, prenons le fléau entre nos doigts.
- Bloquons la balance, elle penchera du côté où nous agirons.
- Soyons prêts à l'erreur, infiniment prêts à l'erreur,
- Et reconnaissons-la comme une qualité, comme un tarif inévitable à toute prise de décision
- Soyons des acteurs et non plus des penseurs qui préviennent de l'erreur
- Allons au-devant des risques, l'insécurité étant une forme d'apprentissage de la sécurité.
- Ce qui fait la force, c'est la mobilité. »

EXPÉRIENCES PARTAGÉES

Choisissons nos combats.

Certaines entreprises définissent des profils de recrutement qui vus de l'extérieur sont incompréhensibles. C'est vrai et cela a de quoi énerver, lorsque l'on pense détenir une contribution qui leur serait profitable.

Certaines entreprises considèrent l'âge comme un critère majeur. C'est à la fois vrai pour des juniors qui se sentent capables de prendre en compte un niveau de responsabilité important, sans avoir toute l'expérience d'un plus âgé ; cela est également vrai pour des seniors qui sont écartés de postes sur lesquels on les trouve trop vieux !

Il est utile de se rappeler que nous vivons dans un monde qui n'est pas logique ou rationnel, en tout cas pas assez. Et que notre système de réflexion ou de valeurs est souvent différent de celui de ceux qui recrutent. Dans certains cas, cela vaut le coup de tenter sa chance, en valorisant ses différences, en reconnaissant que l'on ne respecte pas le cahier des charges...

Et puis, ensuite il faut se redonner d'autres objectifs et ne pas vouloir tenter d'apporter des réponses à ceux qui vivent dans un autre «éco-système», avec lesquels on n'a peu de chances de pouvoir échanger, progresser, s'épanouir.

Conseil : Cessons de nous énerver sur des sujets sur lesquels nous n'avons pas d'influence. Passons notre chemin et ne dépensons pas notre énergie à fulminer !

Écouter, observer

Nous nous sommes au fil des années forgé un processus de décodage, de jugement qui nous aide à apprécier et évaluer les chemins à prendre. De temps en temps, il est enrichissant de tenter de se mettre à la place de l'autre, de comprendre sa logique. De ne pas immédiatement juger. L'exercice est assez amusant lorsque l'on regarde certaines créations d'Art contemporain. Comment expliquer les choix de l'artiste, comment ce qui paraît à la portée de chacun est-il considéré comme un geste artistique ?

À méditer : Se poser des questions est toujours une occasion d'apprendre, de comprendre et parfois de grandir.

la tortue



la tortue



e



la tortue



la tortue



la tortue



ue



la tortue



la tortue



la tortue



LA TORTUE BLEUE

À L'ORIGINE DE CE LIVRE,
IL Y A LA TORTUE BLEUE...
UNE ASSOCIATION,
UNE DÉMARCHE MODERNE
ET DYNAMIQUE, L'ENVIE
D'AVANCER ENSEMBLE!

LA TORTUE BLEU

C'est une association loi 1901 qui regroupe des professionnels de la communication et du marketing aimant échanger sur leurs métiers, sur la Communication au sens large et sur les mutations engagées qu'elles soient économiques, sociétales ou technologiques, pour élargir les horizons habituels, imaginer de nouvelles pratiques, décroisonner, oser, partager, écouter, agir autrement et finalement «Prendre une longueur d'avance» !

Pour cela, la Tortue Bleue organise des diners-débats mensuels avec un invité reconnu dans son domaine sur des thématiques variées, telles que "Le digital en Chine", "Mettons un peu de science dans la communication" ou encore "la Marque France est-elle exemplaire ?" et bien d'autres...

C'est aussi un collectif qui s'engage auprès de personnes en recherche d'emploi pour les aider à intégrer quelques clés de la communication dans leur démarche et gagner ainsi en confiance en soi, en méthode et en efficacité.

POURQUOI LA TORTUE BLEUE ?

La Tortue Bleue est bleue ... Un nom décalé ?

Pourquoi la Tortue ? Pour symboliser la nécessité de la lenteur : Quand tout va - trop ? - vite, c'est le moment de **prendre le temps** de réfléchir, de partager.

Clin d'œil : M. de La Fontaine nous dit que c'est plutôt efficace !

La Tortue est bleue, car en Californie cette couleur est devenue un «signal» qui incite à passer à l'action et sollicite **l'implication de tous et de chacun** face aux défis liés à l'environnement : Blue = Green + You.

Enfin, le logo de la Tortue est orange car vue par Paul Eluard, « La terre est BLEUE comme une orange » ; et aussi car la couleur orange est la couleur complémentaire du bleu et que finalement cela fait du bien de **casser la logique des choses...**

www.latortuebleue.fr

COURTE BIBLIOGRAPHIE

Le paradoxe du poisson rouge.

Hesna Cailliau, éditions Saint-Simon

Aller voir ailleurs (ici en Chine) aide à mieux comprendre nos points forts mais surtout nos erreurs ! Il y a chez les chinois des façons de faire dont nous gagnerions à nous inspirer.

Les mots sont des fenêtres (ou bien ce sont des murs),

Introduction à la communication non violente.

Marshall B. Rosenberg, éditions La Découverte.

Un formidable livre pour nous aider à gagner en authenticité et laisser parler ce que l'on ressent (vs être le porte-parole de soi-même !).

Inventez votre vie (avec la méthode créative).

Hubert Jaoui, éditions L'Optimiste.

Pour mieux utiliser la richesse qui est en nous pour oser davantage !

Remerciements

Ce livre n'aurait pas vu le jour sans l'implication, le talent et l'amitié de mes complices sur les différents ateliers : Béatrice Andurand, Stéphanie Biais, Claire Chamarat, Joël Cherpitel, Emilie Cleach-Foltran, Sophie Duval, Florence de Haas, Pascal Malnou, Jean-Luc Martin, Michel-Pierre Méjane, Martine d'Orgeval, Nathalie Philippon, Thierry Prouteau, Didier Saco, Xavier Tassin, Marie-Joëlle Thibault-Duprey, Jacques-Yves Toulemonde, Patrick Vallée, Fanny Vielajus, Laurence Wahl, Jérôme Wallut.

Un grand merci également à celles qui interviennent au quotidien pour La Tortue Bleue : Estelle Godnair, déléguée générale de l'association La Tortue Bleue ; Sophie Arthuis, déléguée générale du Fonds de dotation pour l'emploi La Tortue Bleue.

Naturellement un grand clin d'œil à Sylvie Sesma qui nous a accordé sa confiance, à Vincent Mousseau le directeur de la Cité des Métiers et à l'équipe de conseillers qui nous permettent d'intervenir auprès des personnes qu'elles dirigent vers nos ateliers.

Et puis un amical salut au millier de personnes que nous avons eu plaisir à accueillir. Leurs remarques après chaque atelier nous aident à progresser et ce petit livre en est le témoignage.

Merci à nos partenaires techniques qui nous soutiennent depuis le début :

Vincent Houdou et l'agence Gulfstream (particulièrement pour la dimension digitale) ; Nicolas Godard, Marie Levycky, Stéphane Fritsch et Catherine Straub de l'agence Reymann (pour la réalisation de ce livre).

Et Florence Mattlinger pour sa relecture bienveillante et ses bonnes idées.