

Vincent Giolito

**LE LIVRE
POUR TROUVER
VOTRE
TRAVAIL**



Découvrez votre **Valeur ajoutée professionnelle**
pour réussir votre carrière

© Groupe Eyrolles, 2013
ISBN : 978-2-212-55610-0

EYROLLES

1^{re} partie

Pour qui avez-vous une Valeur ajoutée professionnelle ?

À votre avis, qu'est-ce qui détermine votre valeur professionnelle ? L'école où vous avez fait vos études ? Les postes que vous avez occupés jusqu'ici ? Les compétences que vous y avez gagnées, l'expérience que vous y avez acquise ? Ou bien d'autres facteurs ? Naturellement, vos expertises et vos qualités personnelles ont une importance. Mais l'élément déterminant de votre valeur vous échappe. C'est le jugement porté sur vous par la personne qui a le pouvoir de vous embaucher.

L'étape initiale, pour tout candidat, consiste à identifier les entreprises et personnes à qui proposer ses services, et à comprendre ce qui a de la valeur pour elles.

Qui aura intérêt à vous embaucher ? Voici la question majeure qui occupe cette première partie d'informations. Elle vous invite à trois « missions » : lister les entreprises que

vous allez intéresser selon les principales sources de valeur ajoutée, puis découvrir leurs attentes actuelles, et enfin mettre de l'ordre dans vos priorités pour le déroulement de votre recherche.

Les pages qui suivent vont vous engager à effectuer une vaste recherche d'informations, sur Internet et dans votre réseau, parmi les personnes que vous connaissez directement ou indirectement.

Mais avec votre réseau, attention ! Il s'agit, à ce stade, de rechercher des informations et seulement des informations. Surtout pas un travail ! Ne faites pas l'erreur de vous présenter en demandeur d'emploi, ni celle de proposer trop tôt vos services. Ne vous découvrez pas le premier.

Les informations que vous recherchez portent d'abord sur les entreprises et toutes les organisations dans lesquelles vous

pourriez travailler : entreprises commerciales proprement dites mais aussi, selon le cas, selon votre expérience et vos choix, les institutions publiques ou parapubliques, les associations... En utilisant les guides des pages suivantes, vous en saurez vite beaucoup plus sur leurs priorités et donc sur ce que vous pouvez leur apporter.

Vous découvrirez aussi sûrement que certaines entreprises qui vous semblaient des cibles évidentes n'offrent aucune opportunité. Tant mieux ! Les éliminer de vos recherches vous fera gagner du temps.

Vous prolongerez votre recherche d'informations non seulement au niveau des entreprises, mais aussi à celui des personnes : celles qui font le type de travail dans lequel vous pourriez apporter votre valeur, et celles qui ont le pouvoir de vous faire monter à

bord, qui ont l'autorité pour vous confier une mission ou vous embaucher. Identifier des personnes, retrouver leur parcours (école, expérience) et leur propre réseau, parfois même repérer leurs loisirs et centres d'intérêt personnels, tout cela devient aujourd'hui possible grâce aux réseaux sociaux professionnels. On peut regretter les reculs de la notion de vie privée, mais lorsqu'on cherche un travail, se priver de ces outils n'a pas de sens. Jamais une entreprise n'a signé le moindre contrat : c'est toujours une personne qui tient le stylo. Identifiez cette personne et partagez ses priorités, vous transformerez ainsi votre Valeur ajoutée professionnelle en réelle opportunité de collaboration.



Je m'évalue!

- 1. J'ai identifié les entreprises dans lesquelles je serais le plus légitime.
- 2. J'ai listé les entreprises dans lesquelles je rêve de travailler.
- 3. Je sais juger le dynamisme d'une entreprise (et sa capacité à embaucher).
- 4. Je connais les trois principaux clients de ma dernière entreprise.
- 5. Je sais programmer une alerte sur une entreprise sur Google Actualités.
- 6. Je connais les défis dans le secteur de mon dernier poste.
- 7. J'ai identifié des secteurs où il y a des pénuries de talents.
- 8. Je suis abonné au fil Twitter des entreprises où j'ai travaillé.
- 9. J'ai plusieurs contacts dans les entreprises qui me fascinent.
- 10. Je connais six fonctions dans lesquelles je pourrais me faire embaucher.
- 11. Je connais le nom des managers qui seraient à même de m'embaucher.
- 12. Je suis capable d'analyser la tendance dans un secteur d'activité.

Selon mes réponses, je pourrai survoler certaines des pages suivantes ou y consacrer du temps dans mes recherches...

Mission n° 1

Repérez les entreprises intéressées par votre valeur

Au moment de se demander dans quelles entreprises postuler, on hésite généralement entre deux attitudes : chercher à proximité immédiate, ou bien viser le plus large possible. La première option correspond au « syndrome du réverbère » : l'histoire de l'homme qui a perdu ses clés dans la nuit, et qui les cherche au pied du réverbère parce que c'est le seul endroit éclairé. Il n'a aucune chance de les trouver si elles sont tombées un peu plus loin. Mais la seconde option, l'« arrosage », est tout aussi vaine.

La solution se trouve dans une troisième possibilité : une recherche méthodique, rigoureuse, des entreprises pour lesquelles votre profil a du sens, de la valeur.

Quels que soient votre âge et votre expérience, vous disposez de trois sources de

valeur : votre légitimité, votre enthousiasme et votre disponibilité. Autant de pistes pour vous : pistes logiques, pistes « de rêve » ou pistes opportunistes.

Naturellement, les meilleures possibilités se trouveront pour vous à l'intersection de deux ou trois pistes !

Dès cette page, réfléchissez quelques minutes et listez les secteurs qui vous paraissent entrer dans les trois catégories. Dans les pages suivantes, votre mission consistera à mettre sur ces pistes les noms des dizaines d'entreprises (ou organismes ou institutions) qui constituent les pistes logiques, les pistes de rêve et les pistes opportunistes de votre recherche de travail. Pour remplir cette mission le plus efficacement possible, vous gagnerez à recenser

des entreprises à taille humaine. Listez non pas les noms de grands groupes, mais ceux de leurs filiales ou départements. Notez seulement des unités de moins de 1 000 personnes.

Votre expérience dans une entreprise, si courte soit-elle, vous a fait connaître les habitudes de son secteur d'activité. Vous devenez légitime. Vous pouvez vous prévaloir de son enseigne auprès des entreprises analogues et de leurs partenaires habituels, malgré les rivalités entre les entreprises.



La foi soulève des montagnes et les entreprises le savent bien. Rencontrer une personne comme vous qui partage visiblement leurs valeurs est une chance à la fois pour elles (votre motivation ne fera aucun doute) et pour vous (vous travaillerez sans même y penser!).

Même au temps du sous-emploi généralisé, il existe des entreprises et des secteurs qui manquent cruellement de collaborateurs. Si vous prouvez que vous vous adaptez, si vous êtes disponible, vous pourrez y trouver vite votre prochain travail.

Cherchez les intersections

1 Et si vous étiez légitime dans un secteur qui vous enthousiasme ? Il suffira d'une ouverture dans une entreprise pour que votre profil devienne particulièrement intéressant.

2 Vous avez peut-être une légitimité dans des entreprises qui sont en crise, qui ont des difficultés à recruter pour une raison ou une autre. Identifiez ces entreprises et votre valeur ne fera aucun doute.

3 Peut-être vos passions correspondent-elles à des secteurs qui ont du mal à trouver des collaborateurs. Dans ce cas, vous trouverez vite à vous faire embaucher.

4 Le marché du travail est vaste et divers. Il existe peut-être un secteur bien précis - ou plusieurs ? - qui a besoin immédiatement de renforts et pour lequel vous avez à la fois une passion personnelle et une expérience qui vous rend légitime. Naturellement, vous seriez la personne de la situation... Improbable ? Cherchez, vous verrez.

Recensez les entreprises les plus **logiques** pour vous

Les entreprises dans lesquelles votre expérience vous rend légitime sont nombreuses. Pour en faire la liste, utilisez le modèle élaboré pour l'analyse de la stratégie des firmes imaginé par le professeur de stratégie Michael Porter.

Partez des entreprises dans lesquelles vous avez déjà travaillé : au minimum votre dernier employeur, si possible trois entreprises de votre expérience récente. Prenez en compte non pas le groupe, mais l'unité précise (filiale, département, service) où vous travailliez.

Retrouvez ensuite quels étaient leurs principaux concurrents, leurs grands clients, leurs premiers fournisseurs et partenaires. Identifiez aussi les trublions du marché : les nouveaux entrants et les entreprises qui proposaient un service différent, mais assez voisin de celui de votre employeur pour prétendre lui prendre des clients.

Grâce à votre expérience, vous bénéficiez d'un crédit auprès de toutes ces entreprises. Vous disposez d'atouts supplémentaires dans plusieurs cas. D'abord si vous avez

travaillé chez un leader du marché : les entreprises moins importantes vous apprécieront probablement. Ensuite, si vous avez travaillé dans une entreprise internationale : vous avez sans doute un avantage auprès des entreprises plus locales. Enfin, plus curieusement, si vous venez d'un employeur qui vend au public (BtoC) : votre profil sera

plus visible auprès d'entreprises qui vendent à d'autres entreprises (BtoB).

Sur un autre plan, si vous avez collaboré à un grand groupe, ne faites pas l'impasse dessus ! Au contraire, repérez le nom des filiales comparables à la vôtre. Elles entrent naturellement dans vos pistes logiques, car vous connaissez la culture du groupe.





Les entreprises de mes pistes logiques

Je liste au moins 30 entreprises pour lesquelles j'ai une légitimité en raison de mon expérience (entreprises autonomes, filiales ou départements de groupes, idéalement des unités de 100 à 1 000 personnes).

Mes trois dernières entreprises :

Les principaux concurrents :

Les principaux clients :

Les principaux fournisseurs et partenaires :

Les entreprises qui arrivaient sur le marché :

Les entreprises avec un métier différent, mais qui rendaient un service analogue :

Si j'ai travaillé en grande entreprise, les filiales et départements avec une activité voisine :
