

Développer sa
visibilité
sur Internet
pour trouver un
emploi

- Bâtir une stratégie de carrière, mener une recherche active
- 4 profils pour identifier le bon positionnement
- Les étapes-clés pour construire sa présence
- Les outils du Web pour être efficace

Sommaire



| | |
|---|----|
| Introduction | 9 |
| Un Web évolutif | 10 |
| La mobilité professionnelle gagne du terrain..... | 11 |
| Et Internet bouleverse la donne..... | 12 |
| Un enjeu : rester visible, et plus si affinités | 13 |
| Comment aborder toutes ces évolutions ?..... | 14 |

Partie 1

Trouver le bon positionnement

Chapitre 1

| | |
|--|----|
| Identifier son profil | 19 |
| Choisir la bonne approche, « question de style »..... | 21 |
| Susciter l'intérêt : « du mode d'emploi au mode d'envie » | 44 |
| Développer son attractivité : « de la recherche d'emploi à l'employabilité »..... | 51 |

Chapitre 2

| | |
|--|-----|
| Développer sa marque personnelle | 57 |
| À qui s'adresse le <i>personal branding</i> ?..... | 58 |
| Bâtir sa communication de marque personnelle..... | 72 |
| Le nom de votre marque | 112 |

Chapitre 3

| | |
|---|-----|
| Veiller à son e-réputation | 117 |
| Analyser sa présence en ligne..... | 118 |

| | |
|--|-----|
| Dissocier l'identité numérique et l'e-réputation | 122 |
| Connaître les composantes de l'e-réputation | 123 |
| Soigner son e-réputation..... | 124 |

Chapitre 4

| | |
|--|-----|
| Optimiser la gestion de son temps | 127 |
| Dissocier temps réel et temps vécu | 127 |
| Les sept lois du temps et Internet, dérives et antidotes.... | 130 |
| Se prémunir du risque d'addiction..... | 141 |

Partie 2

Utiliser des outils adaptés à ses objectifs

Chapitre 5

| | |
|--|-----|
| Étape 1 : comprendre le marché de l'emploi sur Internet | 151 |
| Panorama du marché et pratiques des recruteurs..... | 151 |
| Des stratégies et des outils du Web | 157 |

Chapitre 6

| | |
|--|-----|
| Étape 2 : organiser sa veille | 167 |
| Les outils de veille d'e-réputation, de contrôle et d'alertes 2.0 | 168 |

Chapitre 7

| | |
|---|-----|
| Étape 3 : orchestrer sa présence en ligne | 179 |
| <i>Jobboard</i> , l'e-tête à tête toujours en tête..... | 180 |
| Les offres d'emploi diffusées | 181 |
| CVthèques et alertes, ne faites pas l'impasse !..... | 182 |
| Les différents types de <i>jobboards</i> | 183 |
| Les méta-moteurs de recherche | 187 |
| Les plateformes de création d'e-CV | 187 |

Chapitre 8

Étape 4 : développer et entretenir son réseau professionnel

| | |
|--|-----|
| en ligne | 197 |
| Quelques choix stratégiques et personnels..... | 198 |
| Les réseaux sociaux dits « grand public »..... | 206 |
| Les réseaux sociaux spécialisés ou dits « de niche » | 214 |

Chapitre 9

Étape 5 : bâtir une stratégie d'influence..... 217

| | |
|---|-----|
| Vers une stratégie d'influence | 217 |
| Rédiger pour le Web et laisser la marque de son expertise <i>online</i> | 219 |
| Conclusion | 235 |
| Annexes | 239 |
| Le processus « d'éclosion de la marque personnelle », une démarche en trois étapes | 239 |
| Les <i>jobboards</i> généralistes | 240 |
| Les <i>jobboards</i> spécialisés, liste non exhaustive..... | 241 |
| Liste d'applications mobiles pour la mobilité professionnelle (non exhaustive)..... | 248 |
| Les réseaux en ligne spécialisés..... | 249 |
| Liste de comptes twittos @ suivre dans le cadre d'une mobilité professionnelle | 254 |