



Réseaux sociaux au service de votre carrière

Table des matières

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | DECOUVREZ TOUTES LES RAISONS D'UTILISER LES RESEAUX SOCIAUX..... | 2 |
| 2 | FAITES LA DISTINCTION ENTRE LES DIFFERENTS TYPES DE SITES ET/OU DE RESEAUX..... | 3 |
| 3 | OBSERVEZ QUELQUES CONSEILS DE BASE AVANT DE FREQUENTER UN RESEAU SOCIAL | 4 |
| 4 | AGRANDISSEZ VOTRE RESEAU | 5 |
| 4.1 | Choisissez la bonne taille pour votre réseau..... | 5 |
| 4.2 | Ventilez les contacts de vos réseaux en 3 sous-réseaux | 5 |
| 4.3 | Osez et étendez votre réseau | 5 |
| 4.4 | Posez des questions et partagez vos connaissances pour développer votre réseau | 6 |
| 5 | MEFIEZ-VOUS DE CERTAINS RISQUES PRESENTES PAR LES RESEAUX SOCIAUX | 7 |
| 5.1 | Repérez les informations "à risques"/sensibles et faites le ménage | 7 |
| 5.2 | Tenez compte des pratiques de certaines entreprises..... | 8 |
| 5.3 | Souvenez-vous que rien ne remplace la rencontre « face à face » | 9 |
| 6 | UTILISEZ LES RESEAUX SOCIAUX ET AUTRES SITES ESSENTIELLEMENT POUR RECOLTER DE L'INFORMATION..... | 9 |
| 6.1 | Approchez votre réseau pour trouver de l'information et non pour obtenir un emploi | 9 |
| 6.2 | Sachez où vous allez..... | 10 |
| 6.3 | Faites l'inventaire de ce que vous recherchez... pour le trouver | 10 |
| 6.4 | Servez-vous d'un flux RSS pour être tenu à jour de ce qui se passe | 12 |
| 6.5 | Validez votre cible..... | 12 |
| 6.6 | Utilisez toutes les sources d'information | 13 |
| 7 | TENEZ COMPTE DE LA FAÇON DONT LES ENTREPRISES UTILISENT LES RESEAUX SOCIAUX..... | 15 |
| 7.1 | Notez les tendances et pratiques actuelles..... | 15 |
| 7.2 | Soyez une personne que l'on approche et non ... qui approche | 15 |
| 7.3 | Connaissez toutes les raisons d'utilisation des réseaux sociaux par les entreprises | 16 |
| 7.4 | Découvrez tous les services offerts aux entreprises par les réseaux sociaux | 16 |

1 DECOUVREZ TOUTES LES RAISONS D'UTILISER LES RESEAUX SOCIAUX

Les enquêtes faites auprès des personnes utilisant des réseaux sociaux relèvent que leurs objectifs sont assez diversifiés mais tournent toujours autour de la carrière. Voici les objectifs donnés par ordre alphabétique :

Bien utilisés, les réseaux sociaux en ligne et autres sites Internet vous permettent de :

- accroître votre **visibilité** auprès des recruteurs et de rester à l'écoute du marché et des opportunités ;
- constituer et/ou faire partie de **groupes professionnels**, organisés autour de professions/fonctions/métiers et/ou de secteurs/industries/domaines ;
- diffuser votre **profil** ;
- enrichir votre **réseau** ;
- glaner des **informations** en contactant des salariés en poste, les diplômés de votre école... ;
- identifier des personnes et/ou des entreprises et/ou des régions qui peuvent vous servir de **source d'informations** ;
- poser des **questions** et y répondre ;
- rechercher des personnes ayant **votre profil** et découvrir les secteurs et/ou entreprises où elles travaillent ;
- rechercher des **postes à pourvoir** ;
- rejoindre des **groupes d'anciens élèves** ;
- renforcer et promouvoir votre **image** (désigné en jargon par « le branding personnel ») ;
- renouer des **liens** qui peuvent être fructueux professionnellement (anciens collègues, anciens camarades de classe...)
- se créer rapidement un **carnet d'adresses** ;
- se mettre en veille pour repérer des **événements** intéressants ;
- se **renseigner** sur des entreprises et/ou des personnes ;
- **trouver un emploi** ;
- utiliser **des applications mobiles** ;
- .../...

Des études considèrent que des personnes qui possèdent plus de 20 contacts sur LinkedIn, ont 24 fois plus de chance d'être approchées pour un poste à pourvoir que des personnes qui ont 5 contacts.

2 FAITES LA DISTINCTION ENTRE LES DIFFERENTS TYPES DE SITES ET/OU DE RESEAUX

Les réseaux sociaux, peuvent se classer en 3 grandes familles :

| Nom du réseau | Horaires privilégiés | Nature de l'activité | Noms fréquemment cités. |
|------------------------------------|---|--|---------------------------------------|
| Réseau à caractère professionnel | du lundi au vendredi ; de 9:00 à 17:00 heures | Purement et essentiellement professionnel | LinkedIn Viadeo Xing .../... |
| Réseau d'informations personnelles | 24 heures par jour ; 7 jours par semaine ; 365 jours par an | Avant tout, récréative et d'entretien de liens à caractère social. | Facebook Hi5 MySpace .../... |
| Réseau d'informations instantanées | week-end ; le soir ; et la nuit | Échange d'informations instantanées sur les activités des membres du réseau. | Twitter .../... |

Il existe donc en pratique :

- des **réseaux sociaux professionnels**, sur lesquels on se limite en général à ne donner que des informations « sérieuses », à caractère professionnel ;
- et des **réseaux sociaux « de loisirs » ou « d'information »** qui peuvent être de nature politique, sociale, religieuse ou culturelle... Sur ces réseaux, certaines personnes ont parfois tendance à se laisser aller et à fournir des informations sensibles, personnelles, qui relèvent du domaine privé.

De nombreuses études et enquêtes ont été réalisées pour analyser, comprendre et exploiter efficacement les réseaux sociaux.

Voici quelques découvertes/théories, lois ou études qui pourront éclairer et orienter les stratégies que vous comptez mettre en place pour tirer astucieusement partie des réseaux sociaux :

- Loi de Metcalfe : l'intérêt d'un réseau croît avec le nombre de ses membres.
- Études de Granovetter (sociologue américain) : les liens faibles ont une utilité souvent supérieure aux liens forts (en particulier en recherche d'emploi).
- Théorie du petit monde : le nombre de personnes qui séparent 2 individus pris au hasard dans le monde est en moyenne de 5 (cette théorie a été parfois contredite).
- Loi des médias participatifs 1% - 10% - 89% : 1% produisent du contenu, 10% commentent, 89% consultent, au final 100% en bénéficient.
- Sources diverses : les études montrent que plus de 40% des échanges sur les réseaux sociaux sont du bavardage inutile.

3 OBSERVEZ QUELQUES CONSEILS DE BASE AVANT DE FREQUENTER UN RESEAU SOCIAL

L'identité numérique est constituée par l'ensemble des traces laissées par la personne elle-même ou par des tiers. Ce sont toutes les infos saisies sur différents réseaux sociaux, toutes les contributions mises sur le web.

- Utilisez un moteur de recherche pour savoir ce qui est dit sur vous (par exemple : **123 People**). Après avoir indiqué votre prénom et votre nom, il va sélectionner et regrouper tous les articles, photos, publications, sites où votre nom figure. Commencera alors pour vous, un énorme travail, qui consistera :
 - à repérer toutes les informations « à risque » ou nuisibles et les détruire ;
 - à identifier toutes les informations qui ne sont pas cohérentes avec l'image que vous souhaitez projeter et les éradiquer ou modifier.

C'est un travail long et difficile, mais absolument nécessaire :

- pour éviter les très mauvaises surprises ;
- et impressionner très favorablement les personnes qui vous repèrent.

Il naît tous les jours de nouveaux moteurs de recherche, comme par exemple : **Webmii** qui vous indique, entre autres, votre score de notoriété (de 1 à 10).

- Vérifiez qu'il existe une grande cohérence entre les informations qui sont présentées sur vous dans les différents sites. Supprimez systématiquement toutes les informations qui faussent la cohérence de votre image ou peuvent vous faire de l'ombre.
- Écrivez et soumettez des articles ou lettres ou documents que vous avez écrits sur des sujets spécifiques. Efforcez-vous de publier des documents récents.
- Envisagez éventuellement d'acheter votre nom comme nom de domaine et de créer un site web actif.
- Donnez votre point de vue sur des blogs qui permettent de mesurer votre connaissance, votre expérience et votre maîtrise d'un sujet.
- Créez votre propre blog.
- Continuez à pratiquer les réseaux physiques qui sont irremplaçables et créent des liens plus profonds et durables.

4 AGRANDISSEZ VOTRE RESEAU

4.1 Choisissez la bonne taille pour votre réseau

Un réseau de grande taille, présente l'inconvénient de vous offrir de nombreuses tentations et occasions de vous disperser. Par contre, il multiplie les opportunités et donne de vous l'image de quelqu'un de « très branché ».

Un réseau de petite taille, est facilement gérable, mais risque de donner de vous l'image d'une personne « peu branchée ».

Habituellement, on considère 3 niveaux de contact :

- un niveau bas, baptisé « débutant/absent » (moins de 50 contacts) ;
- un niveau moyen, baptisé « utilisateur actif » (51 à 300 contacts) ;
- un niveau élevé, baptisé « pro des réseaux » (+ 301 contacts).

4.2 Ventilez les contacts de vos réseaux en 3 sous-réseaux

Une analyse astucieuse (le RAP) décompose un réseau en 3 sous-réseaux :

- Réseau **Actif Passé**
- Réseau **Actif Présent**
- Réseau **Actif Potentiel**

Les 3P constituent une ressource de contacts qui grandissent avec le temps et qui peuvent être mobilisés rapidement pour faire partie du RAPrésent.

Le RAPrésent se limite à 150 à 300 personnes. Avec le temps et la non utilisation, certains contacts évoluent vers le RAPassé.

Des relations de bonne qualité entre 2 membres/contacts permettent de passer rapidement du passé au présent.

4.3 Osez et étendez votre réseau

Lorsque l'on demande à une personne la liste de ses amis, contacts et relations, elle y parvient assez rapidement et facilement puis, plafonne à 50 noms.

Parmi ces 50 noms, seuls 5 à 10 peuvent être utilement pris en compte.

Pour élargir votre réseau, pensez à des :

- amis perdus de vue ;
- anciens camarades d'école ;
- clients (anciens et actuels) ;
- collègues (anciens et actuels). ;
- diverses personnes que vous connaissez dans la vie quotidienne (parents d'enfants, amis, copropriétaires...) ;
- membres d'associations culturelles, sportives... ;
- membres de votre association d'anciens élèves (Alumni) ;
- membres de votre communauté religieuse ;
- membres de votre groupe ethnique/pays d'origine ;
- responsables hiérarchiques (anciens et actuels) ;
- .../....

4.4 Posez des questions et partagez vos connaissances pour développer votre réseau

Votre réseau est l'un des aspects les plus importants de votre profil.

Vous vous sentirez beaucoup plus sûr de vous si vous avez le sentiment que vous partagez des connaissances avec d'autres personnes. Cette confiance en vous se développera proportionnellement aux échanges que vous réaliserez.

Pour cela il vous faut intégrer des groupes, répondre à des questions et en poser.

Souvenez-vous que vous êtes tout autant jugé sur la qualité de vos questions que sur la pertinence de vos réponses.

La grande majorité des internautes (plus de 70% selon une enquête récente) attendent que l'on vienne les contacter ou les questionner. Prenez l'initiative d'aller vers les autres.

Enfin, appliquez le principe que « *Plus vous donnerez, plus vous recevrez* ».

5 MEFIEZ-VOUS DE CERTAINS RISQUES PRESENTES PAR LES RESEAUX SOCIAUX

5.1 Repérez les informations “à risques”/sensibles et faites le ménage

5.1.1 Identifiez les informations nuisibles

Les journaux vous annoncent tous les jours des imprudences ou catastrophes provoquées par l'utilisation de certains réseaux sociaux.

Si vous utilisez un réseau social dans un but professionnel, vous ne prenez aucun risque en vous limitant à ne publier que des informations de nature professionnelle. Celles-ci peuvent être étayées ou complétées par un portfolio (un paragraphe spécifique est réservé à ce thème).

Ainsi, sans vous en rendre toujours compte, vous risquez d'être vulnérable si vous utilisez des réseaux sociaux autres que les réseaux professionnels.

L'accès extrêmement facile de certains réseaux sociaux, combiné à l'imprudence (involontaire) de certains internautes peut engendrer des situations extrêmement délicates et pénalisantes.

Ces informations néfastes peuvent être de nature :

- **très sensible :**

- orientation sexuelle ;
- opinions politiques (radicales) ;
- points de vue radicaux sur les employeurs et les entreprises ;
- religions à « risques » ;
- .../...

- **ou triviale et/ou légère et/ou compromettante :**

- papiers de mauvais goût ;
- photos indiscrettes (soirées arrosées, ou vous présentant en situation peu flatteuse) ;
- poèmes, tableaux et autres œuvres d'art ayant peu de rapport avec votre objectif professionnel ;
- résultats de tests censés être drôles ;
- scoops de toutes natures ;
- situations délicates ;
- .../...

Soyez extrêmement prudent, car même si vous portez la plus grande attention à votre site, vous êtes peut-être en contact avec d'autres personnes qui n'ont pas votre rigueur et risquent de publier sur vous, des données/informations que vous ne voudriez voir relayer pour rien au monde.

En effet, lors d'une recherche, en entrant le nom d'une personne, on accède bien sûr à son dossier professionnel (dossier développé et contrôlé par elle), mais on fait également remonter des dossiers émis par des contacts de cette personne. C'est là que les choses se compliquent.

Ces informations indiscrettes et confidentielles ont été publiées sur un site ou un réseau social et ce, contre son gré. Ceci est d'autant plus navrant, qu'elle a pris grand soin de ne publier sur elle, que des informations valorisantes, positives, prudentes et saines. Par contre, elle n'a pas réalisé qu'en citant parmi ses contacts Pierre XXXX ou Françoise YYYY, ceux-ci pouvaient tout à fait publier des informations pouvant nuire gravement à son image ou à sa réputation.

5.1.2 Évitez l'activisme stérile

Gardez toujours présent à l'esprit, qu'en matière de réseau social, la qualité prend toujours le pas sur la quantité.

Ainsi, certains internautes, pour accroître (maladroitement) leur visibilité/notoriété :

- surinvestissent sur les groupes ;
- acceptent sans discernement tous les contacts ;
- publient pour publier ;
- courent en permanence derrière de nouveaux contacts pour créer de la masse.

Cette fausse notoriété impressionne les néophytes, mais malheureusement, vous fait immédiatement mettre à l'écart par les experts.

5.1.3 Faites le ménage en détruisant les informations nuisibles

Si vous souhaitez blanchir des informations que vous avez mises sur tel et tel site, il existe en général une fonction offerte par le site, pour blanchir les textes.

Néanmoins, si vous souhaitez une solution radicale utilisez « *Suicide Machine* » qui éradique d'une façon exhaustive et définitive des informations sur un site donné.

5.2 Tenez compte des pratiques de certaines entreprises

Certains recruteurs utilisent 2 réseaux lorsqu'ils recherchent un candidat et s'informent sur lui. Ceci à un caractère éthique discutable mais il est difficile de s'y opposer.

Certaines entreprises et cabinets de recrutement ont même élaboré et signé une charte (un code éthique) où elles s'engagent formellement à ne pas utiliser les réseaux sociaux « de loisirs » pour se renseigner sur des candidats.

Néanmoins, la responsabilité initiale revient à celui ou celle qui a posté l'information sur Internet. Il convient donc d'être très prudent.

Même si vous êtes très prudent, les personnes avec lesquelles vous avez accepté d'être en « lien » peuvent être très imprudentes et publier sur vous, sans que vous le sachiez, des photos ou des commentaires extrêmement embarrassants.

Ainsi, une étude menée par « Harrisinteractive.com » a montré que 38% des dossiers repérés par des recruteurs éventuels ont été rejetés par ces derniers sur la base d'informations à caractère personnel qui donnaient à réfléchir sur le candidat... Une raison supplémentaire pour être prudent.

5.3 Souvenez-vous que rien ne remplace la rencontre « face à face »

Surfer sur Internet, plonger dans les réseaux sociaux, bavarder/chater/gazouiller... c'est facile et ne demande que peu d'efforts. Par contre, rien ne remplace la rencontre face à face. Cela demande beaucoup plus de temps et d'investissement, mais est 5 à 10 fois plus productif.

6 UTILISEZ LES RESEAUX SOCIAUX ET AUTRES SITES ESSENTIELLEMENT POUR RECOLTER DE L'INFORMATION

6.1 Approchez votre réseau pour trouver de l'information et non pour obtenir un emploi

Les réseaux sociaux, les sites emploi et autres moteurs de recherche (de types Google) constituent d'excellentes sources pour recueillir de l'information.

Si votre objectif, lors de l'utilisation de réseaux sociaux, est de trouver un emploi, il est essentiel de respecter une règle fondamentale qui consiste à ne jamais approcher un réseau social pour obtenir :

- un emploi ;
- ou pire, de l'information et un emploi.

Lorsque vous avez l'initiative de la démarche et que vous approchez une personne sur un réseau social, la bienséance et l'efficacité veulent que vous vous limitiez à leur demander des informations, non confidentielles et non compromettantes et en aucun cas, un emploi.

Non seulement vous risqueriez de les mettre dans une situation inconfortable mais également vous pourriez être perçu comme une personne sans manières, voire vous pourriez vous faire bannir de certains sites.

Il en va bien sûr tout autrement si vous utilisez la rubrique « emploi » d'un réseau social.

Si vous êtes en recherche d'emploi, précisez bien à votre interlocuteur (idéalement 3 fois durant les 10 premières minutes) que vous êtes, pour l'instant, en phase de collecte d'informations et de validation et que vous ne lancerez votre campagne que dans N semaines.

Ainsi mis en confiance, votre interlocuteur s'ouvrira et vous récolterez des informations de première main.

6.2 Sachez où vous allez

Lors d'une recherche d'emploi et pour mettre toutes les chances de votre côté, vous devez investir du temps dans la collecte d'information.

Les personnes qui semblent le mieux réussir, investissent 5 fois plus de temps dans l'information que dans l'action.

Par ailleurs, elles définissent très clairement l'objectif qu'elles poursuivent. Par exemple, si elles sont en recherche d'emploi, elles définissent une cible professionnelle c'est à dire une fonction dans un secteur précis,

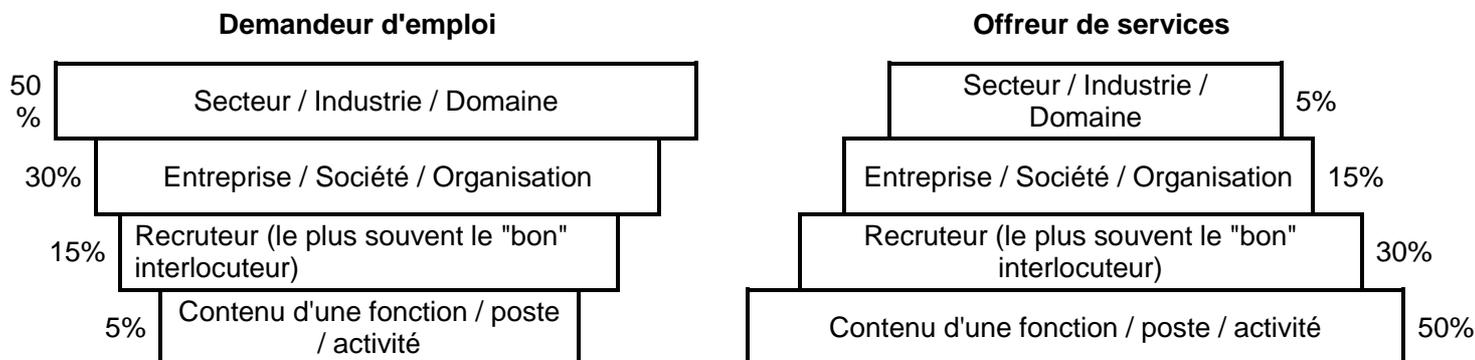
Ensuite, elles valident leur cible. Si vous souhaitez valider une cible professionnelle, utilisez une méthode simple et éprouvée, la méthode PIE.

6.3 Faites l'inventaire de ce que vous recherchez... pour le trouver

En règle générale, ces informations relèvent de 4 domaines :

- Contenu d'une fonction/poste/activité.
- Personnes (le plus souvent le « bon » interlocuteur) Interlocuteur pour votre projet (comme par exemple un agent recruteur ou un responsable).
- Entreprise / Société / Organisation.
- Secteur / Industrie / Domaine.

Lors de la recherche d'un emploi, les demandeurs d'emploi et les offreurs de services répartissent leur temps de façon très différente pour recueillir de l'information. Le schéma ci-dessous illustre cette situation.



| Les demandeurs d'emploi passent en général : | Faites le contraire : Comportez-vous plutôt en «offreur de services» et passez plutôt : |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • la majorité de leur temps sur le secteur qui les attire ; • une grande partie de leur temps à se renseigner sur l'organisation/société qu'ils veulent approcher ; • un peu moins de temps sur la personne qu'ils vont rencontrer ; • très peu de temps sur le contenu de la fonction pour laquelle ils postulent. | <ul style="list-style-type: none"> • la majorité de votre temps à vous informer sur le contenu de la fonction pour laquelle vous postulez ; • une grande partie de votre temps sur la personne que vous allez rencontrer ; • un peu moins de temps sur l'organisation/société que vous voulez approcher ; • et le temps qui vous reste sur le secteur qui vous attire. |

En adoptant un comportement « d'offreur de services », vous collecterez des informations pertinentes sur le contenu du poste que vous souhaitez occuper.

Ceci vous permettra de poser à votre interlocuteur les bonnes questions sur ses préoccupations et les priorités de la fonction.

La synthèse des informations recueillies au cours de la phase de préparation à l'entretien d'embauche vous donnera une idée plus précise de la fonction envisagée et vous ouvrira une fenêtre sur la psychologie, les préoccupations et les priorités de votre prochain interlocuteur. Connaissant bien l'entreprise, vous réserverez vos questions pour faire préciser le contenu du poste à pourvoir.

La majorité des recruteurs vous le diront : « *En entretien d'embauche, vous êtes beaucoup plus jugé sur les questions que vous posez, que sur les réponses que vous donnez !* ».

Voici un aperçu de la nature des informations le plus souvent recherchées (citées par ordre alphabétique).

- **Priorité # 1 : Fonction/Poste/Activité**

- Autonomie.
- Environnement.
- Nature.
- Possibilité de promotion.
- Responsabilités.
- Salaire.

- **Priorité # 2 : Personne (le « bon » interlocuteur)**

- Ancienneté dans l'entreprise.
- Comment est-il perçu par : ses supérieurs, ses collègues, ses subordonnés.
- Niveau de pouvoir décisionnaire.
- Nom et titre.
- Place dans le processus de recrutement.
- Promotions récentes.
- Responsabilités dans l'entreprise.
- Traits du caractère.

- **Priorité # 3 : Entreprise/Société/Organisation**

- Concurrence.
- État de santé économique.
- Limites et contraintes.
- Position sur le marché.
- Potentiel et perspectives de développement.
- Produits.
- Recrutement récent.
- Réseau, filiales, entreprises, partenaire.
- Statistiques de base (CA, progression, rentabilité...)

- **Priorité # 4 : Secteur/Industrie/Domaine**

- Avance technologique.
- Concentration.
- Évolution probable.
- Taux de croissance.
- Volume global.
- Vulnérabilités.

6.4 Servez-vous d'un flux RSS pour être tenu à jour de ce qui se passe

Certaines entreprises utilisent un dispositif appelé « Flux RSS ».

Toujours sous le coup de l'actualité, de nombreux sites Internet sont très régulièrement mis à jour et les articles de leurs pages d'accueil sont ainsi modifiés quotidiennement.

Afin d'éviter aux internautes plusieurs connections par jour pour consulter les actualités les plus récentes, les flux RSS permettent de recevoir de façon automatique, brève et instantanée sur son navigateur web une notification indiquant qu'un nouvel article a été posté. Ainsi, l'internaute qui décide de s'abonner à un flux RSS (par exemple un site d'informations économiques), recevra sur son ordinateur le titre et les premières lignes d'une dépêche immédiatement après qu'elle ait été postée.

Si ce type de mise à jour permanente est important pour votre travail ou pour votre recherche d'emploi, n'hésitez pas à vous y abonner. Cela vous permettra de suivre en temps réel les sujets qui vous intéressent et de rester à la page en cas de changements dignes d'intérêts.

Si vous souhaitez compléter cette formule, créez votre propre Flux RSS. Ainsi, si vous êtes présent sur Internet (soit par l'intermédiaire de réseaux sociaux et/ou par un blog et/ou par un site Internet) vous pouvez très facilement créer un Flux RSS relayant vos publications.

De nombreux tutoriaux sont disponibles en ligne et vous permettent de mettre en place facilement votre Flux RSS.

6.5 Validez votre cible

Une fois déterminée avec précision la fonction que vous avez décidé d'occuper, il faut vous préparer à l'entretien d'embauche.

Pour cela, vous devez connaître avec précision :

- les tâches probables que vous aurez à assumer ;
- les critères de performance qui seront utilisés pour mesurer votre efficacité ;
- les compétences et connaissances nécessaires pour ce type d'activité ;
- et toute autre information utile qui peut vous servir durant l'entretien d'embauche.

L'une des méthodes les plus efficaces, pour ce type de collecte d'informations, est la Méthode P.I.E. Elle a fait l'objet de nombreuses publications et elle est présentée succinctement ci-après.

Elle consiste à réaliser 3 séries d'entretiens avec 3 à 5 interlocuteurs pour chacune des séries. Ceci représente donc, environ, 9 à 15 entretiens qui s'étalent habituellement sur une période de 3 à 12 semaines.

En voici le déroulement :

- **P** signifie **Plaisir** ;
- **I** signifie **Information** ;
- **E** signifie **Embauche**.

- **Entretiens de Plaisir**

Afin de vous roder et de vous préparer aux entretiens d'Information (I de PIE), réalisez 3 à 5 entretiens de Plaisir (P de PIE) avec des personnes qui exercent un métier qui vous enthousiasme et qui n'a aucun rapport avec votre projet professionnel. Cette phase a également pour but de vous permettre de découvrir la technique de construction d'un réseau.

- **Entretiens d'Information**

Au cours des entretiens d'Information (I de PIE), rencontrez 3 à 5 personnes qui exercent le métier pour lequel vous envisagez de postuler. Ces entretiens vous permettent de vous familiariser avec les tâches-clés de la fonction et les compétences/connaissances qu'il faut posséder pour les mener à bien.

- **Entretiens d'Embauche**

Ainsi, armé de tous les paramètres de la fonction, vous vous présenterez à l'entretien d'Embauche (E de PIE) beaucoup plus confiant car vous serez imprégné de l'atmosphère et saurez ce que vous devez dire pour convaincre.

6.6 Utilisez toutes les sources d'information

Les réseaux sociaux et autres sites Internet sont des moyens extrêmement puissants, rapides et reposants pour collecter de l'information.

Ils prennent donc, tout naturellement, la priorité sur tous les autres modes d'acquisition de l'information qui sont moins puissants, prennent du temps et parfois, fatigants et éprouvants.

Il est essentiel et capital de pratiquer la triangulation. Vous devez – comme le font les journalistes – vérifier une information stratégique auprès de 3 sources différentes. Voici celles qui sont le plus souvent utilisées avec, pour chacune d'elle, quelques conseils.

| Source | Action |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Internet | <ul style="list-style-type: none"> ○ N'hésitez pas à passer 1 ou 2 heures de suite face à votre écran et à revenir plusieurs fois sur le sujet. ○ Utilisez un moteur de recherche. ○ Affichez vos recherches par 3 à 5 mots-clés. ○ Pour la recherche sur des personnes, utilisez un moteur de recherche en notant «prénom et nom». |
| <ul style="list-style-type: none"> • Entreprise | <ul style="list-style-type: none"> ○ Faites téléphoner par un ami pour obtenir les catalogues produits, le rapport annuel, d'autres informations... ○ Nous sommes tous des clients potentiels ! ○ Rendez-vous sur place pour observer les locaux. ○ Prenez un verre ou un repas au bistrot du coin. ○ Parlez et surtout écoutez les habitués. ○ Arrivez 20 minutes en avance pour faire parler la réceptionniste. ○ Procurez-vous le journal de l'entreprise, s'il en existe un. ○ Analysez le papier à en-tête de l'organisation/société. ○ Participez à des journées portes ouvertes. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Revendeurs | <ul style="list-style-type: none"> ○ Allez sur le lieu de vente : bureau, détaillant, entreprise, grande surface... pour observer le produit, vous le faire expliquer, recevoir de la documentation. Puis comparez-le à celui de la concurrence. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Fournisseurs | <ul style="list-style-type: none"> ○ Téléphonnez aux fournisseurs probables de l'industrie à laquelle appartient votre organisation/société cible et récoltez de l'information. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Sociétés de services | <ul style="list-style-type: none"> ○ Renseignez-vous auprès des cabinets de recrutement et de sélection. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Anciens, amis | <ul style="list-style-type: none"> ○ Contactez les anciens et/ou amis de votre association qui y travaillent ou y ont travaillé. ○ Si vous suivez un cycle de formation, demandez à consulter les rapports de stage qui auraient pu être rédigés sur l'entreprise. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Bibliothèques | <ul style="list-style-type: none"> ○ Consultez manuels, fichiers, revues professionnelles... |
| <ul style="list-style-type: none"> • Banques | <ul style="list-style-type: none"> ○ Demandez les informations classiques sur l'état de santé de l'entreprise. ○ Obtenez le rapport annuel, s'il existe. ○ Nota : utilisez, le cas échéant, la banque d'un tiers ou d'une organisation/société amie. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Organismes à caractère public ou semi-public | <ul style="list-style-type: none"> ○ Contactez les organismes d'aide aux chercheurs d'emploi. ○ Rendez visite aux syndicats professionnels. ○ Achetez au greffe du tribunal de commerce le compte d'exploitation général et le bilan de la société. |

7 TENEZ COMPTE DE LA FAÇON DONT LES ENTREPRISES UTILISENT LES RESEAUX SOCIAUX

7.1 Notez les tendances et pratiques actuelles

Selon le site « Career-builder.com » 45% des employeurs américains cherchent, sur les réseaux sociaux, des informations concernant les candidats.

- Le recrutement par réseau social est considéré comme le canal à plus forte croissance pour le futur et va probablement devenir le canal principal.
- Les sociétés les plus en vue utilisent les réseaux sociaux pour recruter des personnes de valeur.
- Les recruteurs professionnels (cabinet de recrutement et/ou chasseurs de têtes ou sociétés) utilisent intensément les réseaux sociaux et autres sites Internet pour découvrir/vérifier votre expérience, vos connaissances et vos relations.

Les recruteurs (chasseurs de têtes, cabinets de recrutements et entreprises) investissent de plus en plus de temps sur Internet pour rechercher des candidats (ce qu'ils appellent « sourcing »).

Cela se pratique de plus en plus, via les sites emploi « job boards » (généralistes ou spécialistes) ou les réseaux sociaux et ce, au dépens des salons professionnels, des promotions dans les écoles, des annonces offres d'emploi...

7.2 Soyez une personne que l'on approche et non ... qui approche

L'avantage des réseaux sociaux permet de repérer des personnes qui ne sont pas en recherche active d'emploi (qui n'ont pas posté leur CV sur un site emploi).

Elles ne sont pas « demandeuses » (officiellement). Mais qui n'est pas à l'écoute ou ouvert à un poste encore meilleur que celui dans lequel il se trouve ?

Pour être sollicité, il est important :

- d'inclure dans son profil les mots clés que les recruteurs (chasseurs de têtes, cabinets de recrutement ou entreprises) utilisent. A ce propos, consultez le paragraphe dédié aux mots clés dans le chapitre « Curriculum Vitae » ;
- d'étoffer la rubrique « Recommandations/Références » ;
- enfin, de veillez à entretenir une correspondance avec d'autres internautes par les réponses que vous donnez à leurs questions et celles que vous recevez aux questions que vous leur posez.

7.3 Connaissiez toutes les raisons d'utilisation des réseaux sociaux par les entreprises

Les raisons pour lesquelles les professionnels utilisent les réseaux sociaux (source LinkedIn) sont essentiellement pour :

- communiquer ;
- découvrir des opportunités ;
- partager des idées ;
- prendre des décisions ;
- résoudre un problème ;
- tester/lancer des idées nouvelles ;
- .../...

La formule devient tellement simple et économique que certaines entreprises commencent à se passer de services de recruteurs externes et réalisent elles-mêmes leurs recrutements.

7.4 Découvrez tous les services offerts aux entreprises par les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux proposent aux recruteurs professionnels et aux entreprises, des services de mises en relation et des outils de recherche de profils. Ainsi, si l'on fournit à un réseau social des caractéristiques définissant le profil que l'on recherche, celui-ci peut – contre finance – rechercher les personnes correspondantes. Ceci permet d'aller plus vite, plus juste et de ne pas passer d'annonce.

Plus le profil est pointu, plus ce type de recherche se justifie. C'est le paradoxe de la recherche d'emploi, de la recherche de candidats ou de la recherche d'appartements. L'expérience montre que la recherche est toujours pas facile si la cible est extrêmement bien définie et quasiment impossible si la cible est large.

Ceci est utilisé pour rechercher des profils rares ou très spécialisés, dans la recherche, la finance ou l'informatique... Cette démarche est souvent pratiquée par des entreprises que les candidats en recherche d'emploi approchent rarement.

Un métier nouveau est apparu : le « community manager » qui permet à une entreprise de créer une communauté sur la politique de ressources humaines, ses métiers, dans l'objectif de diffuser son image d'employeur.