

Comment entretenir votre employabilité en temps de crise

Emploi. Même si vous vous sentez bien dans votre travail, soignez votre profil et maintenez votre pouvoir d'attraction vis-à-vis d'un potentiel employeur.

Par Isabelle de Chauliac

> «Pour quelles raisons souhaitez-vous quitter votre entreprise?» La première question du chasseur de tête avec lequel vous avez rendez-vous ce matin risque fort de vous désarçonner si votre projet professionnel n'est pas correctement ficelé. En effet, même si la conjoncture économique est loin d'être excellente,

même si les recrutements de cadres sont toujours en baisse (lire l'encadré p. 64) et même si vous vous sentez à l'aise dans votre poste actuel, préparer une future évolution professionnelle n'est pas interdit. C'est même recommandé si vous souhaitez réussir ce changement. Alors, pour ne pas vous retrouver pris de

court devant un recruteur, et sans force de conviction devant la DRH d'une entreprise, vous devez avoir une vision claire de vos capacités, d'une part, et de vos envies d'évolution, d'autre part.

Voici les étapes à suivre pour entretenir votre potentiel de séduction vis-à-vis d'un éventuel recruteur.

Dressez le bilan de vos forces et faiblesses

Pour être à l'aise le jour d'un entretien avec un chasseur de tête (le laps de temps entre sa première approche et votre rencontre est en général court!), dressez en amont votre profil professionnel. Listez vos forces et vos faiblesses, vos compétences métier et managériales. De cette façon, vous serez mieux armé le jour J pour répondre aux questions du recruteur. Appuyez-vous sur des données chiffrées: mesurez vos performances en les comparant aux années précédentes. Analysez la réalisation de vos objectifs touchant au chiffre d'affaires de l'entreprise. Préparez-vous aux questions sur votre capacité à préserver la marge ou à gagner des parts de marché, par exemple. Ajoutez à cette analyse une définition claire de vous-même – une question souvent posée par les recruteurs - et de ce que vous apporterez à un nouvel employeur. Pour peaufiner cette démarche, vous pouvez également solliciter un tiers. «Les fonctions de management commercial laissent peu de temps à la prise de recul. Vous pouvez profiter d'une baisse de votre activité pour faire un bilan de carrière, en vous décentrant de votre objectif opérationnel», conseille Philippe Rossignol, directeur général du cabinet de recrutement Amplitude. Un bilan établi avec un tiers vous permettra de vous poser des questions sur vos valeurs professionnelles, vos préférences comporte-

mentales, votre résistance au stress, votre personnalité, etc. « Un échange avec un psychologue expérimenté vous bousculera, vous poussera dans vos retranchements et vous permettra de vous préparer psychologiquement à un changement de poste», suggère encore Philippe Rossignol. Pour mener à bien un bilan de carrière, « privilégiez des consultants dotés d'une dimension managériale et senior», insiste Philippe Rossignol. Vous devrez alors consacrer au moins 18 à 20 heures de travail sur le sujet pendant une période d'un mois ou plus. Comptez de 3000 à 6000 € minimum, selon la technicité du cabinet de recrutement auquel vous accorderez votre confiance. « Un recruteur vous épaulera dans la matérialisation de vos envies et dans la recherche des fonctions et entreprises à cibler en priorité», ajoute le dg d'Amplitude.



«Faites-vous aider par un consultant spécialisé pour vous poser les bonnes questions.»

Philippe Rossignol, directeur général d'Amplitude Consulting

2 Ne négligez pas la formation

Vous disposez d'un savoir et d'un savoir-faire. Encore faut-il les entretenir. Il convient d'envisager l'amélioration de vos capacités managériales comme une démarche permanente et naturelle. Développer vos compétences et vos connaissances professionnelles en suivant une formation continue s'avère, en effet, un atout et un moyen de souffler pour mieux repartir. Un recruteur appréciera qu'un cadre en poste depuis des années ait pris l'initiative de se former sur un aspect

managérial, comportemental ou métier. Pour cela, vous pouvez faire valoir votre droit individuel à la formation (DIF). Reste à choisir la formule. « Préférez les modules de courte durée, de quelques heures à plusieurs jours, plutôt qu'une formation longue type MBA, trop chère et peu opportune en ces temps de vaches maigres», conseille Philippe Rossignol. Ne négligez pas non plus une formation en anglais, par exemple. Elle constitue un plus indéniable aujourd'hui.



Pour rester "attractif" aux yeux des recruteurs, innovez et osez!

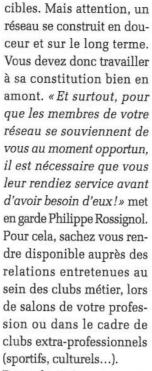
D'accord, c'est la crise. Et les affaires sont difficiles à conclure. Inutile pour autant de rester les bras croisés et d'attendre le passage de la tempête. Profitez au contraire de la période pour innover et oser! Un recruteur appréciera chez un cadre commercial sa capacité à tester de nouvelles formes de partenariats avec ses clients, une stratégie commerciale inédite ou de nouvelles offres... Vous prouverez alors votre capacité à vous remettre en cause devant les difficultés.

Profitez également du temps libre forcé imposé par une baisse d'activité pour sortir "la tête du guidon" et acquérir une vision panoramique de votre environnement professionnel. Prenez le temps de vous intéresser à l'ensemble des acteurs de votre marché, à leurs offres, à leur manière de travailler... Ouvrez-vous aux nouvelles technologies et aux outils. Bref, continuez à entretenir votre employabilité en étant plus que jamais actif.



»» • Entretenez vos réseaux professionnels

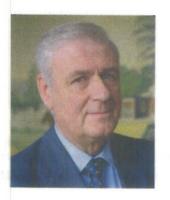
Une fois votre projet professionnel construit, fruit de la conjonction de vos envies, de votre légitimité professionnelle, de votre système de valeur et de votre besoin d'épanouissement, identifiez l'environnement dans lequel il trouvera sa place. Listez les groupes, les entreprises, les décideurs à toucher. C'est à ce moment que vous devez utiliser votre réseau pour aller à la rencontre de ces



Dans le même temps, servez-vous aussi des réseaux en ligne type Viadeo ou LinkedIn, sur lesquels les professionnels se retrouvent. Assurez votre présence sur ces plateformes web en créant votre page et en insistant sur l'ensemble de vos forces identifiées en amont. Listez vos compétences professionnelles et managériales mais aussi l'ensemble des

entreprises dans lesquelles vous avez travaillé ainsi que les missions que vous avez remplies. Une présence sur ces réseaux vous offrira une visibilité auprès de professionnels de votre secteur et des recruteurs qui se servent, aujourd'hui, abondamment de ces outils pour repérer des cadres. Mais attention, ouvrir un compte ne suffit pas, il convient de l'animer régulièrement. Et donc de prendre le temps de mettre à jour vos informations, d'inviter d'autres

professionnels à rejoindre votre réseau, de participer à des forums et débats en ligne, etc. « Utiliser un contact professionnel membre de votre réseau revient à utiliser une sorte de filet de sécurité : c'est beaucoup moins risqué et plus facile que d'entrer en contact direct avec un décideur que vous ne connaissez pas», souligne Paul Minelle. Alors préparez dès aujourd'hui votre réseau pour l'utiliser demain, lorsque vous en ressentirez l'utilité.



«Utilisez votre réseau pro pour trouver un emploi.»

Paul Minelle. directeur associé de Cibles & Réseaux Dirigeants

Le marché de l'emploi

des cadres au plus bas

Le baromètre Apec du 3° trimestre 2009 pointe

du doigt la dégradation du marché de l'emploi

des cadres. Ainsi, seuls 35 % des entreprises

interrogées prévoient de recruter au moins un

cadre au cours des trois prochains mois. « Ce

chiffre est le plus bas jamais atteint depuis la

création du baromètre en 2002, assure Éric

Verhaeghe, le président de l'Association pour

l'emploi des cadres. Et dans cette période de

crise, les recruteurs ont tendance à être particu-

lièrement pessimistes. Trop peut-être, puisqu'ils

étaient un sur trois au 2º trimestre à déclarer à

vouloir recruter. Or, dans les faits, ils ont été un

depuis 2002

sur deux à le faire.»

Offrez à vos clients ou à vos collaborateurs un abonnement à leur magazine !

Ils reçoivent tous les mois de votre part leur magazine

Contact: Jean-Sébastien Rocheteau 01 41 31 72 44 ou jsrocheteau@editialis.fr



consulter leur magazine directement sur leur ordinateur

