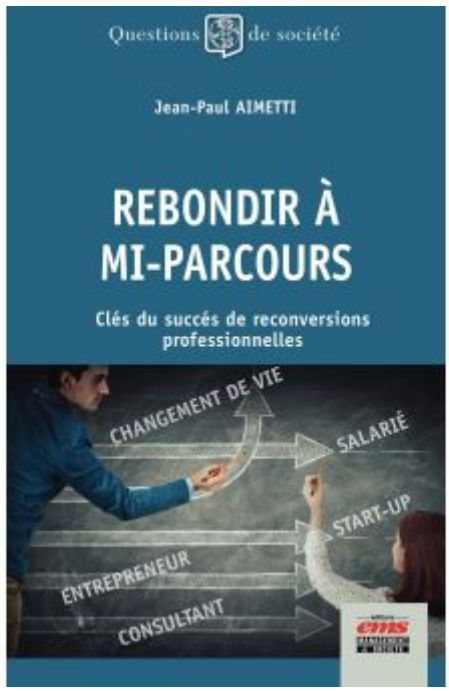
Rebondir professionnellement malgré la pandémie de covid-19 ?

Découvrez le nouveau livre de Jean-Paul Aimetti

Publié le 1 octobre 2020 – Mis à jour le 25 mars 2022

À l'occasion de la parution de son ouvrage « Rebondir à mi-parcours : clés du succès de reconversions professionnelles », Jean-Paul Aimetti, professeur émérite du Cnam et président de l'Académie commerciale, décrit les étapes incontournables d'une recherche de nouvelle activité, en général et dans le contexte de la pandémie de Covid-19.



À l'aube d'une crise économique sans précédent, de très nombreux salariés sont contraints de quitter leur entreprise ou s'interrogent sur leur avenir professionnel : quelle nouvelle activité choisir dans ce contexte ? Dois-je rester salarié, créer une entreprise ou devenir consultant ? Le moment est-il opportun pour changer radicalement de vie ?

Quel que soit le projet envisagé, le chemin est étroit et l'atteinte de l'objectif final nécessite une démarche rigoureuse. Plusieurs centaines d'accompagnements de transitions professionnelles ont conduit Jean-Paul Aimetti à formaliser une méthode et des conseils pratiques. Cette méthode est largement inspirée des techniques marketing et commerciales modernes : de l'identification d'atouts distinctifs du « produit » à la signature d'un contrat, en passant par le choix de cibles et une campagne active de communication.
Pour un professionnel peu enclin aux démarches commerciales, un tel programme présente de nombreux obstacles. Qui plus est, le « produit » étant soi-même et son projet, la nécessaire prise de distance avec « l'objet vendu » est difficile. Les refus sont sources de découragement et de perte de confiance en soi, alors que tout vendeur doit croire en son produit et faire preuve de dynamisme.

L’ouvrage de Jean-Paul Aimetti donne des conseils pour surmonter les obstacles à des étapes clés de la recherche d’une nouvelle activité. Les exemples cités ci-après s’appuient cependant sur le cas de cadres et de dirigeants souhaitant rejoindre une fonction et une entreprise en continuité ou en résonance forte avec leur passé professionnel, moins sur des situations de création d’entreprise ou de changement radical de trajectoire. Mais le livre est là pour donner des pistes !

Choisir un projet étroit ou large ?

Contrairement aux idées reçues, il vaut mieux opter pour un projet étroit et dans la continuité d’expériences passées. Ce choix de « l’étroitesse » du projet est souvent mal perçue par les professionnels qui espèrent augmenter leurs chances de succès en recherchant des opportunités d’emploi dans un grand nombre de secteurs ou de fonctions. Une telle perception est erronée, tant dans le cas de réponses à des offres d’emploi que dans une démarche de réseau relationnel. Dans le premier cas, les entreprises recherchant généralement des « clones », c’est-à-dire des professionnels expérimentés dans des fonctions, des secteurs et des environnements identiques ou très proches de ceux du poste à pourvoir. Elles ne s’attardent pas à examiner des candidatures trop généralistes ou décalées. On peut regretter cette tendance qui prive ainsi les organisations de sang neuf, souvent propice à l’innovation, mais la réalité statistique est ainsi.
De même, dans une démarche de réseau, le fait d’afficher un projet ciblé rassure les interlocuteurs et favorise l’obtention de recommandations (c’est-à-dire de suggestions de décideurs à rencontrer). En outre, au fur et à mesure de rencontres avec des professionnels de la même filière, l’argumentaire du projet sera de plus en plus percutant, et un interlocuteur ainsi convaincu de la valeur d’un candidat pourra l’aiguiller sur une opportunité relativement éloignée du projet initial.

Comment argumenter un projet ?

Très souvent, les personnes de formation scientifique et technique ont tendance à exposer en détail leur expérience, au risque de lasser leurs interlocuteurs et de ne pas être comprises par des non-spécialistes. Un argumentaire doit se concevoir comme un discours de vente et non comme un manuel technique. L’exposé de deux ou trois qualités principales crédibilisant le projet suffit généralement, à condition de les démontrer avec concision par une ou deux réalisations concrètes. Les chasseurs de têtes et les décideurs sont peu sensibles aux litanies de compétences récitées sans preuve, contrairement aux conseils donnés par certains pour rédiger des lettres dites de « motivation ». Que l’on soit débutant ou expérimenté, une courte histoire se terminant par un résultat significatif a bien plus d’impact qu’une compétence déclarée gratuitement. Cet exercice nécessite de maîtriser des techniques d’art oratoire (story telling) rarement enseignées dans les études supérieures et sur lesquelles il est indispensable de progresser. La mise au point et l’appropriation d’un argumentaire synthétique, alliant compétences clés (souvent comportementales ou soft skills) et histoires convaincantes, sont fondamentales pour se présenter rapidement (elevator pitch), répondre à une annonce, rédiger un CV ou réussir un entretien.

À quoi sert un CV ?

De nombreux auteurs, sans véritable expérience de terrain, font du CV l’alpha et l’oméga de toute recherche de poste. Ils conseillent, en particulier, d’étaler ses compétences sur une demi-page, pour, disent-ils, « pouvoir mieux changer d’orientation ». Cette liste de prétendues compétences affichées sans preuve n’est généralement qu’une description de fonctions d’une banalité affligeante qui agace les chasseurs de têtes. Certes, un CV est toujours utile pour accompagner une candidature, et il faut le rédiger correctement avec des expériences concrètes en cohérence avec son projet. Mais l’essentiel se joue à l’oral. Il faut éviter de donner son CV lors d’un entretien de réseau pour éviter une réponse du type : « Laissez-moi votre CV, je le ferai circuler ». En fin d’entretien, le classement est souvent vertical !

Comment obtenir et réussir des rendez-vous de réseau ?

Selon les différentes enquêtes réalisées pour le livre de Jean-Paul Aimetti, près des deux tiers des cadres et des dirigeants ont retrouvé une nouvelle activité grâce à leur réseau relationnel.
Comme l’ensemble de la démarche préconisée dans le livre de Jean-Paul Aimetti, l’exploitation du réseau nécessite une préparation et une mise en œuvre intenses, à chaque étape :

Recensement de son premier cercle de relation

Les cadres abordant une recherche d'activité estiment souvent qu'ils disposent d'un réseau professionnel très limité, après avoir passé de nombreuses années « le nez dans le guidon » dans un environnement très spécialisé. Ce raisonnement a ses limites, car il sous-estime l'importance du réseau personnel (parents, voisins, amis, anciens condisciples, etc.) pouvant servir de relais vers des contacts professionnels, à condition de bien vendre son projet, même auprès de proches.

Obtention de rendez-vous

Les rendez-vous avec le premier cercle de relations s'obtiennent généralement sans grande difficulté. Par la suite, il convient impérativement de ne contacter que des personnes auprès desquelles on est recommandé, en s'assurant de la fiabilité de la recommandation. Il est alors possible de rencontrer plusieurs dizaines de décideurs en partant d'un nombre réduit d'interlocuteurs. Deux facteurs facilitent l'obtention de rendez-vous : la qualité de la relation « recommandeur »/recommandé et la bonne accroche lors d'un entretien téléphonique ou dans un mail préalables. Cette accroche doit impérativement laisser entendre à l'interlocuteur qu'il aura intérêt à accorder un entretien, non seulement pour rendre service à un proche mais surtout pour s'informer sur son marché, ses concurrents ou sur des méthodes innovantes (technique dite d'inbound marketing).

Obtention de recommandations et rythme de rencontres

Une argumentation convaincante de son projet permet généralement d'obtenir une ou deux recommandations fiables permettant de continuer la démarche. Les statistiques décrites dans le livre de Jean-Paul Aimetti montrent que, dans la majorité des cas, à l'issue de 60 à 80 entretiens de plus en plus ciblés, une ou deux pistes d'opportunités apparaissent. Au rythme conseillé de trois à cinq rendez-vous par semaine, la campagne de recherche dure environ cinq à six mois, avec une activité soutenue et sans se décourager.

Quelle démarche particulière dans le contexte Covid ?

En cette période difficile, il convient d'abord de sélectionner des secteurs résilients face à la crise actuelle, tels que la technologie, le e-commerce, la logistique, la santé, les services de proximité, les jeux virtuels ou l'éducation. L'idéal est d'avoir travaillé dans l'un de ces secteurs. Lorsque ce n'est pas le cas, chacun pourra identifier des expériences indirectes dans son écosystème professionnel : clients, fournisseurs, distributeurs, partenaires, etc., et s'en servir comme levier pour pénétrer les secteurs visés. La pause forcée du confinement a permis à certains de repenser leurs fondamentaux. Le moment peut être opportun pour envisager un changement radical de vie, en s'appuyant, de préférence, sur une passion ou une innovation porteuse. Dans *« Rebondir à mi-parcours : clés du succès de reconversions professionnelles »*, un cas exemplaire est cité : celui d'une jeune entrepreneuse qui a lancé récemment Lunii, « boîte à histoires » électronique pour enfants dont les ventes annuelles dépassent 100 000 exemplaires par an. En second lieu, la démarche doit être cohérente avec les habitudes de communication virtuelle acquises pendant le confinement. Paradoxalement, le contexte est favorable. La forte croissance des réunions et du travail à distance favorise une plus grande disponibilité des interlocuteurs et laisse plus de liberté de réseautage pour les salariés en activité.
A minima, deux précautions sont importantes :

- un entraînement sérieux pour réussir les entretiens de réseau ou de recrutement à distance est crucial pour progresser sur différentes dimensions : énoncé d'une présentation percutante de son parcours, bonne posture devant une caméra et maîtrise de son stress face à des questions sensibles posées par plusieurs interlocuteurs ;
- plus que jamais, les réseaux sociaux doivent être utilisés intelligemment en multipliant des contenus à valeur ajoutée contribuant à sa réputation et facilitant les relations.

Dernière précision, il ne faut pas occulter que toute recherche d'emploi à mi-parcours est anxiogène. À l'exception de cas extrêmes, l'action est la meilleure façon de surmonter les baisses de moral, en « se concentrant sur le chemin et non sur le résultat », comme le conseille Confucius, et en expliquant clairement son plan d'action à son entourage. Bénéfice complémentaire, la grande majorité des professionnels ayant suivi les principes énoncés dans l'ouvrage de Jean-Paul Aimetti ont vécu une période enrichissante qui leur a permis d'explorer de nouveaux univers, de développer leur réseau et de progresser sur leur communication personnelle.

Ces réflexes leur sont aujourd'hui très utiles dans la suite de leur parcours.

Texte : Jean-Paul Aimetti
Relecture et mise en page : Laurent Ibri
Photos : Sandine Villain

| Emploi | Formation | Santé publique | Société

Jean-Paul Aimetti,
professeur émérite du Cnam

+ d'infos ?

Retrouvez **ICI** tout ce qu'il faut savoir sur *« Rebondir à mi-parcours : clés du succès de reconversions professionnelles »*, le nouvel ouvrage de Jean-Paul Aimetti, professeur émérite du Cnam.
Retrouvez **ICI** l'ensemble de la carrière du professeur Jean-Paul Aimetti.

voir le site
strategies.cnam.fr

https://blog.cnam.fr/societe/promotion-sociale/rebondir-professionnellement-malgre-la-pandemie-de-covid-19--120509