

RECHERCHE D'EMPLOI On choisit trop souvent un job à partir de l'image erronée ou idéalisée qu'on se fait d'un poste de travail ou d'une entreprise.

Etre l'acteur de sa postulation

Le choix d'une profession ou d'un emploi se fait souvent à partir de la vision plus ou moins juste du poste, ou d'un descriptif plus ou moins précis de l'entreprise et de son environnement. On cède à l'attraction de l'image. On peine parfois à s'affirmer si on ne correspond pas à 100% aux critères présentés. Pourquoi ce choix à partir d'une image plutôt qu'au regard de ses propres compétences? Ne prend-on pas le problème à l'envers?

Se soumettre au seul descriptif de poste?

Le réflexe de chacun est de consulter la presse ou un site d'annonces pour trouver l'offre pouvant correspondre. On se place dans la situation de celui qui se soumet aux seules informations fournies. Or les compétences et qualités requises ne sont pas toujours correctement définies. Un chef d'entreprise n'est pas forcément recruteur dans l'âme.

En tant que candidat(e), si on se limite au seul descriptif, on renoncera à tel poste, soit que les exigences mentionnées sont trop élevées, soit, au contraire, que les compétences que l'on possède ne sont pas mention-

nées. On écarte alors trop hâtivement une offre qui aurait pu correspondre à son profil.

Par ailleurs, on se forge parfois une image erronée de l'entreprise ou du travail à accomplir. On idéalise la situation en gommant inconsciemment la part de l'ombre. On risque alors d'être à côté du sujet dans la rédaction de son dossier de motivation. Pour éviter ce genre d'attitude qui peut mener à une impasse, deux comportements sont à adopter.

Croire en ses propres compétences

Il faut connaître ses compétences, les maîtriser, être capable d'en parler et surtout être convaincu qu'elles intéresseront l'entreprise. Il faut donc définir quel type de travail et de responsabilités on souhaite exercer, et posséder une idée claire de l'environnement de la future entreprise que l'on veut intégrer. On ne peut comparer une PME à une multinationale. Cette analyse permet de poser précisément les valeurs que l'on veut retrouver dans le cadre de son futur travail, et celles que l'on est prêt(e) à découvrir et apprécier.

Un travail d'analyse de son par-



Il faut se méfier, le descriptif d'une annonce est toujours partiel. KEYSTONE

cours, d'adaptation de langage, de nouvelle présentation et de mise en valeur de son cursus doit alors être opéré. On s'adresse différemment à un directeur des ressources humaines ou à un chef d'entreprise qui gère lui-même le recrutement de son personnel.

A partir de ce travail individuel, on peut proposer ses services, sans être exclusivement lié

par la présentation de l'offre faite par l'entreprise. On se positionne autrement.

Se faire sa propre opinion de ce qui est recherché

Le descriptif d'une annonce est toujours partiel. Inconsciemment, le recruteur espère toujours tomber sur la perle rare, qui «colle» point par point aux besoins de l'entreprise, tout

en apportant une dynamique nouvelle et originale. C'est dans cette attente que réside l'atout majeur du candidat.

En s'informant sur l'entreprise, son terrain d'action, ses partenaires, son organisation, le candidat confronte la réalité à l'image initiale qu'il avait de l'entreprise et à ses propres attentes du poste. A partir de cet ajustement, il peut postuler dans une

certaine sécurité, avec un bon capital de succès.

Sources d'information: presse écrite ou audio-visuelle, internet, référentiels de métiers (catalogue ROME), services de l'orientation professionnelle... L'information, dans son cercle privé, amical ou associatif doit également être activée. Les journées portes ouvertes permettent de se glisser au cœur d'une entreprise. Dans les foires, expositions, salons professionnels et séminaires, les cartes de visite circulent facilement et les entretiens qui «n'engagent à rien» sont aisément entamés...

MARIE-HÉLÈNE EGLIN

CAP CONSEIL & ACCOMPAGNEMENT
PROFESSIONNEL
FEMME ET TRAVAIL
WWW.CAP-PRO.CH

RÈGLES DE BASE

– S'informer précisément sur l'entreprise.

– Etre au clair sur ce que l'on peut et veut proposer à l'entreprise.

– Agir d'égal à égal: vous recherchez /je peux vous proposer.