

BTP et immobilier

36
entreprises
qui recrutent



Changer
de métier
Des passions
qui rapportent

Psy & pro

Etes-vous
technophile ou
technophobe ?



COURRIER
cadres

COURRIER

cadres

N° 10 Juillet-Août 2007

Chaque mois, je travaille pour moi

L'entreprise dans 10 ans

- **Les secteurs
qui deviendront leaders**
- **Les nouvelles façons
de travailler**
- **Comment se préparer**



Collectivités locales : la chasse aux talents

Régions et communes recherchent
de nouveaux profils pour développer
leur économie et attirer les entreprises.

M 01061 - 10 - F: 3,00 €



Le « marketing de soi », nouvelle technique pour se faire recruter



William Arruda, inventeur du « Personal Branding ». Sa méthode arrive en France.

COACHING > PERSONAL BRANDING Et si, afin de mieux vous vendre sur le marché du travail, vous vous imaginiez en « marque » et raisonnez en termes de part de marché, de « plus produit » ou de « promesse client » ?

Plus fort... Vous pourriez même aller jusqu'à utiliser une police de caractères très personnelle dans tous vos échanges épistolaires, adopter une touche vestimentaire reconnaissable entre mille et être réputé dans la boîte pour démarrer et terminer vos réunions toujours à l'heure... C'est ça, le Personal Branding (la marque personnelle). L'idée peut, certes, paraître saugrenue, et pourtant quand on y réfléchit, elle est bien adaptée au monde contemporain, dans lequel non seulement les individus sont mis en concurrence mais encore où ils ont peu ou prou la même chose à offrir à leurs employeurs que les milliers de clones avec qui ils ont partagé le même banc d'école. « Le marketing individuel permet de se positionner sur un marché, de comprendre ses valeurs, ses plus produits, ses éléments de différenciation », explique Sandra Hagège, directrice du départe-

ment Business Coaching au Dôjô⁽¹⁾, qui depuis trois ans enseigne à ses coachés parisiens le marketing de soi...

Certifié dans 21 pays

A l'origine du mouvement : William Arruda⁽²⁾. Après avoir inventé le concept il y a dix ans, cet Américain en a fait une méthode qu'il vend désormais à travers le monde. « Lorsque j'ai commencé, personne n'adhérait vraiment à l'idée. Aujourd'hui, il y a des "Personal Branding Strategists" certifiés dans 21 pays. » En France, c'est Béatrice Cuvelier, une « master coach », ex-directrice de la publicité et du commerce électronique d'AOL et directrice générale d'AltaVista France, qui détient la licence⁽³⁾. « Ce qu'il y a de formidable dans cette méthode, explique-t-elle, c'est qu'elle apprend à se focaliser et à exploiter ses forces au lieu de compenser ses faiblesses. »

Comment cela se passe-t-il dans la pratique ? Passé l'inévitable 360° (étude de l'image que vous donnez auprès de votre entourage) et le « découvrez votre moi » auquel il est difficile d'échapper dans une séance de coaching, le Personal Branding consiste d'une part à mettre en évidence ce qui peut vous distinguer d'un autre, et d'autre part à élaborer une stratégie de marketing personnel. Imaginons par exemple que vous soyez un cador dans votre domaine et que personne ne le sache. Votre premier travail de Personal Branding consistera à mettre en évidence ce qui fait de vous un être quasi unique

sur le marché (votre expérience, votre double compétence, votre maîtrise d'une langue rare, etc.). Dans un second temps, votre coach vous aidera à mettre en place votre « plan marketing personnel » : écrire un article ou être interviewé dans un journal professionnel, faire une présentation dans un cercle d'influence (anciens de votre école, soirée de networking, etc.) et/ou présenter le travail de toute votre



équipe au reste de votre entreprise. Car le Personal Branding n'est pas réservé à ceux qui cherchent un emploi, mais plutôt à ceux qui veulent se créer une image de marque et l'exploiter tout au long de leur carrière, au sein même de l'entreprise dans laquelle ils se trouvent.

ÉRIC TENIN

(1) www.dodo.fr

(2) www.williamarruda.com

(3) www.mybranding.fr