



Recherche d'emploi, marché du travail

La recherche d'emploi via les médias sociaux

De nombreux postes sont attribués par le biais de contacts directs et de recommandations. Outre votre réseau personnel, les médias sociaux jouent un rôle important. Ils servent d'une part à entretenir des liens et à favoriser votre recherche d'emploi (« trouver ») et permettent, d'autre part, de vous rendre visible sur le marché et accessible aux services de recrutement (« être trouvé-e »).

Quelles sont les plateformes à disposition ?

Il existe plusieurs centaines de plateformes (<https://socialmedialist.org/>). Bien que les plateformes telles que Facebook et Instagram servent surtout à des échanges privés, elles sont aussi utilisées – comme Twitter, TikTok, Youtube – pour des échanges officiels. Les réseaux professionnels tels que www.xing.com et www.linkedin.com sont essentiellement consacrés aux contacts commerciaux. Les entreprises y informent au sujet de leurs offres d'emploi, entre autres par des notifications automatiques (p. ex. « Alertes emplois » sur www.linkedin.com/jobs) ou recherchent des collaborateurs ou collaboratrices potentiel-le-s par le biais de découvreurs de talents (« social recruiting », « active sourcing »).

L'orientation des deux plus grands réseaux de carrière est différente :

	LinkedIn	Xing
Diffusion	internationale (notamment dans les pays anglophones)	Allemagne, Autriche, Suisse (principalement pour les régions germanophones)
Groupes cibles	plutôt des grands groupes, des industries, des administrations	plutôt des PME, des indépendant-e-s ou de la main-d'œuvre spécialisée
Membres	dans le monde : env. 850 mio en Suisse : 3.7 mio	dans le monde : env. 20 mio en Suisse : env. 1.5 mio

Avoir un compte basique est gratuit. En revanche, un accès premium est payant.

Comment choisir la bonne plateforme ?

Le choix dépend d'une part de votre activité (d'où venez-vous ?). Alors qu'une journaliste aura tout avantage à publier sur Twitter, une musicienne préférera télécharger une vidéo sur YouTube et une personne indépendante optera plutôt pour la création de son propre site internet. D'autre part, les représentations que l'on se fait d'un poste influencent notre choix (où voulez-vous aller ?). Commencez par faire un bilan de votre situation et par définir vos objectifs. Si vous avez suffisamment de temps pour gérer votre profil et assurer ainsi une présence sur plusieurs plateformes, alors cela vaut la peine de le faire. Les données doivent concorder entre les différentes plateformes, mais il est important que le style et la présentation diffèrent.

Comment créer un profil parlant ?

- **Photo** : les profils avec photos sont plus souvent consultés. Par conséquent, utilisez un portrait actuel et professionnel. Sur www.snappr.co/photo-analyzer, vous trouverez des conseils pour optimiser votre profil. Un arrière-plan bien choisi (p. ex. une photo de votre activité professionnelle) donne un accent supplémentaire intéressant.
- **Slogan du profil** : utilisez la place à côté de/sous la photo pour vous décrire de façon à convaincre et éveiller la curiosité : votre fonction, des mots-clés qui touchent à la branche dans laquelle vous êtes actif-ve, vos qualifications-clés ou votre mission.
- **Autopromotion (personal branding/elevator pitch)** : le résumé, c'est l'accroche qui va pousser une personne à parcourir le reste de votre profil. Dressez une liste de vos compétences :
 - USP (unique selling proposition) : soulignez ce qui vous rend unique.
 - mots-clés propres à la branche (titres, programmes spéciaux, stratégies, etc.)
 - vos aptitudes en fonction du poste souhaité : capacités, expériences professionnelles, projets spécifiques, etc.
 - informations complémentaires : statut (p. ex. temps partiel), langues, points forts, intérêts, bénévolat.
 - des éléments qui créent la surprise : complétez votre profil p. ex. avec des questions, des citations, des symboles.
 - storytelling : racontez une histoire de succès.Présentez-vous comme une personne sûre d'elle-même (« Je propose, je recherche »)
- **CV en ligne** : mentionnez votre poste actuel ainsi que les étapes de votre parcours avec des mots-clés relatifs aux tâches, aux responsabilités, aux expériences, aux projets concrets, etc. Vous pouvez aussi éventuellement ajouter des références. Reliez votre profil à celui de vos (anciens) employeurs et institutions de formation.
- **Références** : n'hésitez pas à faire valider vos compétences par vos contacts. Demandez aussi à vos client-e-s ou à vos collègues de mettre une remarque personnelle dans la rubrique « recommandations ».
- **Liens** : créez vos propres URL pour vos profils publics (p. ex. www.linkedin.com/in/nom). N'oubliez pas de les mentionner sur votre CV, de même que vos autres sites, vidéos, blogs professionnels pertinents pour l'emploi visé.
- **Réseautage** : invitez vos connaissances, vos collègues de travail, vos (ancien-ne-s) supérieur-e-s et vos client-e-s avec quelques phrases d'accompagnement. Échangez avec des personnes du même domaine et des professionnel-le-s. Comparez votre profil avec ceux d'autres candidat-e-s potentiel-le-s (« Profile Shadowing », de préférence en « mode privé »). Intéressez-vous aux profils d'entreprises et d'associations. Suivez les recruteurs, les bourses aux emplois, les journalistes, les tendances professionnelles, des associations

ou des #hashtags pour les nouvelles du secteur et les tendances de l'emploi. Utilisez les contacts de contacts (« multiplicateurs »). Veillez toujours à privilégier la qualité à la quantité. Si vous n'êtes pas sûr-e au sujet d'une demande de contact, n'hésitez pas à poser des questions.

- **Coordonnées** : assurez-vous que l'on puisse vous atteindre, notamment via une adresse électronique neutre.

Conseil : la première impression compte ! Faites évaluer ou relire votre profil. N'oubliez pas : les règles valables au quotidien s'appliquent aussi sur internet. Apportez autant de soin aux tournures linguistiques qu'à la véracité de vos informations : titre/formule de salutation, orthographe, style, ton. Ne publiez rien de confidentiel : renoncez à télécharger l'ensemble de votre dossier – il pourrait être diffusé sans votre accord.

Ce qui est important : activité et monitoring

- **Soin de votre image** : les profils, les blogs et les sites internet sont des projets à long terme qui nécessitent une attention régulière. N'hésitez pas à développer et à entretenir votre réseau avant même d'en avoir besoin.
- **Échange** : accédez à des forums, à des groupes d'expert-e-s ou fondez-en un vous-même. N'hésitez pas à démontrer vos connaissances professionnelles et vos aptitudes en communication en partageant des publications, en participant à des discussions, en faisant des commentaires et en posant des questions. Dans un souci de réciprocité, soutenez d'autres utilisateur-trice-s en attestant de leurs capacités, en les recommandant, en leur indiquant des postes qui pourraient les intéresser, etc. Vous pouvez enfin compléter l'efficacité de votre profil avec un choix judicieux de manifestations et de newsletters.
- **Social Selling Index** : faites analyser votre profil sur www.linkedin.com/sales/ssi.
- **Recherche d'emploi** : montrez que vous êtes intéressé-e par des offres. Soit de manière offensive avec #opentowork. Ou en rendant vos idées (position, lieu, salaire, etc.) visibles pour les recruteurs sous « Paramètres d'emploi ». Sur www.linkedin.com/jobs > Rechercher > Tous les filtres > Dans votre réseau, les emplois dans les entreprises où vous connaissez quelqu'un s'affichent.
- **Recrutement mobile en un clic** : vous pouvez postuler directement avec votre profil non seulement sur les médias sociaux et les plateformes d'emploi, mais aussi via des applications, par exemple avec « LinkedIn : chercher un emploi ».
- **Protection de la sphère privée** : internet se souvient de tout ! Les recruteurs peuvent tomber sur des données délicates vous concernant en faisant une recherche avec votre nom (publications négatives concernant votre précédent employeur, santé, religion, photos de fêtes, etc.). Veillez à bien séparer vie privée et vie professionnelle. Déterminez avec soin ce que vous souhaitez rendre public ou non et comment vous souhaitez protéger vos données tout en veillant à ce qu'elles soient accessibles. Votre profil professionnel est-il affiché par les moteurs de recherche et peut-il être trouvé ? Qui peut voir vos mises à jour ? Pouvez-vous voir les réactions à vos publications ? Qui a accès à vos profils privés ?
- **Contrôle de votre réputation numérique** : vérifiez régulièrement votre nom via www.google.com/alerts. En cas de résultats défavorables, demandez à l'exploitant du site en question de supprimer l'entrée vous concernant ou recourez à un service de gestion de la réputation. Remplacez ensuite vos entrées négatives par des entrées positives.

Sites de candidature, blogs et vidéos

- **Site internet privé** : en complément ou à la place de votre profil, élaborer votre propre site internet (protégé) avec des textes, des images et des vidéos (p. ex avec www.about.me)
- **Votre propre blog** : mettez-vous en avant avec des textes, des podcasts, des vidéos adaptés aux groupes cibles, bien présentés et au contenu soigné, notamment sur des thèmes pertinents pour la branche concernée, p. ex. avec www.wordpress.com/fr/.
- **Les vidéos brèves** peuvent être particulièrement utiles dans les professions où le contact avec la clientèle est fréquent – vous démontrez ainsi vos compétences en matière de présentation. Élaborez un scénario (texte, gestes, vêtements, arrière-plan). Soyez bref, idéalement deux à trois minutes. Voici comment procéder : présentez-vous brièvement (données principales), citez trois points forts avec des exemples tirés de votre quotidien professionnel ainsi que vos objectifs, c'est-à-dire les tâches, l'entreprise, le secteur. Postez l'enregistrement sur YouTube (« non répertorié »), sur un cloud ou sur votre site de candidature. Envoyez ensuite le lien ou le code QR comme un élément de votre candidature.

Conseil : les spécialistes en ressources humaines et les supérieur-e-s potentiel-le-s ont des préférences qui sont différentes. Utilisez donc différents canaux pour votre recherche d'emploi et vos candidatures ! Si vous n'êtes pas sûr-e lors de la prise d'une décision, il est utile d'adopter le point de vue de votre interlocuteur-trice : par exemple, en tant que responsable d'équipe, à quoi accorderiez-vous de l'importance chez vos nouveaux/nouvelles collaborateur-trice-s ?