



Philippe R. Declercq, Coaching & Mentoring

LE COMPAGNON DE VOTRE VIE PROFESSIONNELLE



TRUCS ET ASTUCES

POUR SORTIR DE LA FOULE

DANS LA GESTION DE CARRIÈRE

LE COACHING DE CARRIÈRE ET LES 11 COMPÉTENCES DU COACH ICF
DIVERSES RÉFLEXIONS SUR LA GESTION DE CARRIÈRE ET LE COACHING



LE COACHING DE CARRIÈRE ET LES 11 COMPÉTENCES DU COACH

TABLE DES MATIERES

Coaching de carrière et compétence 1 : respecter les directives éthiques et les normes professionnelles.	4
Coaching de carrière et compétence 2 : établir l'accord de coaching	4
Coaching de carrière et compétence 3 : Renforcer la relation avec le client en construisant une relation fondée sur la confiance et le respect.	5
Coaching de carrière et compétence 4 : établir la relation avec le client par la « présence » du coach.	6
Coaching de carrière et compétence 5 : écouter avec attention.....	6
Coaching de carrière et compétence 6 : poser les bonnes questions.....	7
Coaching de Carrière et Compétence 7 : pour communiquer avec efficacité, pratiquer une communication directe	7
Coaching de carrière et compétence 8 : faciliter l'apprentissage et le succès en ouvrant le conscient	9
Coaching de carrière et compétence 9 : concevoir des actions.....	10
Coaching de carrière et compétence 10 : planifier et établir des objectifs	10
Coaching de carrière et compétence 11 : gérer les progrès et la responsabilité.....	11
Diverses réflexions sur la gestion de carrière et le coaching	12
Êtes-vous bien outillés pour saisir les opportunités ?.....	12
Votre CV est votre pire ennemi.....	13
Propriétaire ou locataire ?	14
Peut-on dire « être coach » ?	15
Suis-je fait pour être coach ?.....	15
« Je ne sais pas me vendre »	16
Mission et vision.....	17
Le code de la route de notre vie	17



Ma carrière en Question	19
Ma carrière en question n°1 Puis-je décrire avec concision mon projet professionnel de manière à intéresser mon INTERLOCUTEUR ?	19
Ma carrière en question n°2 Suis-je organisé pour présenter mes savoir-faire, talents et expériences comme une solution aux défis annoncés par l'organisation ou le manager qui recrute?	19
Ma carrière en question n°3 Ai-je fait de l'identification et la mise à jour de ma liste de contact et de la croissance de mon réseau une habitude RÉGULIÈRE ?	19
Ma carrière en question n° 4 Suis-je prêt à expliquer la raison, volontaire ou non, pour laquelle je cherche une nouvelle situation professionnelle de manière concise et présentable ?	20
Ma carrière en question n° 5 Suis-je préparé à parler directement avec le manager concerné par le recrutement de manière à explorer les opportunités, à découvrir ses besoins et me présenter comme un fournisseur de solution à ces besoins ?	20
Ma carrière en question n° 6 Suis-je préparé à parler de moi-même, de mes préférences, de mes valeurs essentielles de manière honnête et dans un sens qui démontre mon adaptation et ma compatibilité aux attentes de l'entreprise ?	21
Ma carrière en question n°7 Suis-je trop vieux pour changer?	21
Ma carrière en question n° 8 Employé ou indépendant ?	21
Ma carrière en question n° 9 Comment transformer ma formation en un métier qui me fait vivre ?	22
Ma carrière en question n° 10 Le premier emploi	23
Ma carrière en question n°11 Le coach est-il un artisan ou un artiste ?	23
Ma carrière en question n° 12 Que pensez-vous de mon CV ?	24
Ma carrière en question n° 13 Je n'ai vraiment pas de chance !	24
Dernières considérations	25
Comment développer votre image de marque personnelle ?	25
A quoi penser pour réorienter sa vie professionnelle ?	25
Comment développer rapidement votre réseau?	26
Et la carrière des patrons de PME, qui s'en occupe ?	27



COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 1 : RESPECTER LES DIRECTIVES ÉTHIQUES ET LES NORMES PROFESSIONNELLES.



Le coach est un des multiples acteurs du monde de l'emploi et de la gestion de carrière. Comment différencier son action par rapport aux « talent managers dans les entreprises » et au spécialistes du placement (in- et outplacement) ?

Le coach s'engage à n'être ni un conseiller, ni un thérapeute. La démarche de coaching présuppose que le client est naturellement créatif et à les ressources pour faire émerger les solutions et les stratégies qui seront les mieux adaptées à ce qu'il cherche à accomplir. Son client est considéré dans son intégralité et pas uniquement dans sa dimension professionnelle.

De plus, le coach, contrairement aux autres acteurs, n'a pas d'enjeu personnel. Il n'est pas rémunéré sur la base d'un résultat comme la signature d'un contrat d'emploi par son client. Son travail n'est pas évalué dans le cadre d'une stratégie économique, commerciale et compétitive.

La mesure de la qualité de son accompagnement est faite par son client quand celui-ci atteint l'objectif qu'il s'est fixé dans la satisfaction de tous les critères connus et mis en évidence pendant la phase de coaching.

Comment le contrat de coaching se différencie d'un travail de conseiller et propose au client de l'accompagner dans son chemin de vie ?

COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 2 : ÉTABLIR L'ACCORD DE COACHING



Il s'agit ici de comprendre ce que le client souhaite et ce que le coach peut lui apporter. Ceci est directement en lien avec la compétence 1, la déontologie du coach. Si le but du client est d'obtenir un nouvel emploi, ce n'est pas le coach qui va faire le travail à sa place, ou qui va lui donner une méthode à suivre à la lettre (rôle de consultant).

La responsabilité du coach est d'accompagner son client comme un partenaire. Par son savoir-faire, son questionnement puissant et une vision créative, il stimule la pensée du client pour des solutions qui lui appartiennent et qui maximisent son potentiel.



En coaching de carrière l'accord peut varier selon les demandes et les situations. Ainsi par exemple, le sentiment d'urgence n'est pas le même pour un chômeur que pour celui qui a un job mais se pose des questions pour son avenir.

Malgré cela, le coach s'attachera toujours à pousser son client dans une réflexion profonde qui comprend une vision de l'avenir à long terme et représente une voie vers un avenir radieux.

Le développement de cette vision est le point de passage nécessaire pour atteindre des résultats tangibles qui seront décrits dans le contrat de coaching. Il y a cependant une grande variété dans la demande. Certains



clients seront satisfait lorsque leur objectif professionnel à long terme est connu et que la stratégie pour y arriver est définie. Ils se sentent capable de gérer leur projet dès qu'il est clair. D'autres clients souhaiteront être accompagnés jusqu'aux premiers moments dans un emploi nouveau.

Comment le coach peut-il travailler sur la confiance et l'intimité dans cette relation qui engage l'avenir du client de manière significative.

COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 3 : RENFORCER LA RELATION AVEC LE CLIENT EN CONSTRUISANT UNE RELATION FONDÉ SUR LA CONFIANCE ET LE RESPECT.



Dans une relation de coaching de carrière le coach va emmener son client dans de nouvelles dimensions, lui faire découvrir et dépasser ses limites et ses peurs.

Pour que le client se sente en confiance et en sécurité pour sortir de sa zone de confort, le coach commencera par lui demander l'autorisation d'explorer de nouveaux domaines qui sont potentiellement sensibles. Par exemple, approfondir les zones de responsabilité du client dans ses décisions, ses allergies vis-à-vis de certaines personnes ou de certaines formes de relations d'autorité.

Ensuite le client doit se sentir soutenu en permanence. En particulier dans l'apprentissage de nouveaux comportements et de situations qu'il ressent comme difficiles ou même génératrices de peurs. Pour certains, aller volontairement vers d'autres personnes qui peuvent être utiles et leur demander un service est un effort important. Toutes les réussites seront aussi fêtées avec force.

Le coach respecte le style, les perceptions, la manière d'appréhender le monde de son client. Aussi le coach le suit de près, l'encourage et le soutient dans les actions qu'il a librement choisies. Le coach montre une vraie attention au bien-être et à l'avenir de son client et veille à ce qu'il utilise ses ressources sans excès ou risques inutiles.

Comment le coach se rend-il disponible pour son client ?



COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 4 : ÉTABLIR LA RELATION AVEC LE CLIENT PAR LA « PRÉSENCE » DU COACH.



Dans la situation particulière du coaching de carrière le client cherche de l'assurance pour définir et mettre en œuvre son avenir professionnel. Il attend donc du coach que sa communication soit ouverte, souple et rassurante.

Nous avons vu comment le choix du lieu permet l'intimité et la confiance. A ceci viendra s'ajouter la posture du coach. Comment celui-ci va-t-il se préparer à être disponible et attentif aux besoins de son client ? Quel rituel de préparation le coach va-t-il mettre en

place pour se libérer de ses propres contingences, de ses propres pensées perturbatrices pour être vraiment « présent » ?

Le client qui vient en coaching de carrière vit une situation qui change rapidement. Une nouvelle opportunité peut apparaître qui perturbe le plus beau plan de travail, une peur peut se manifester de manière inattendue, une étape de travail peut s'être mal passée. Pour le coach il faudra faire preuve de souplesse et accepter de revoir l'objectif de séance selon les nouvelles situations.

En particulier, dans les situations de perte d'emploi, qui entraîne chez le client un état émotionnel exacerbé, une sensibilité à l'urgence, une perte de confiance, le coach sera particulièrement attentif à l'observation et l'acceptation des signes révélateurs de ces états. Comment va-t-il se rendre disponible et vraiment à l'écoute sans jugement ?

La présence du coach est importante pour une écoute active de son client.

COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 5 : ÉCOUTER AVEC ATTENTION



Quand un client vient chez un coach pour réorienter sa carrière, il entre dans le coaching avec certaines idées claires et d'autres qui le sont beaucoup moins. Ainsi, reproduire ce qui est connu, en cherchant un job aux caractéristiques similaires au précédent, est une tentation quasi omniprésente. Pourtant, ces positions ont parfois été sources de difficultés récurrentes.

Ce sera au coach d'écouter avec attention pour relever ces contradictions et ces fausses pistes. Le coach se concentrera donc autant sur les dits que sur les non-dits pour comprendre les attentes du client, y compris les désirs cachés, les omissions volontaires ou pas.

En utilisant les résumés, la réitération, les répétitions ou en paraphrasant les dires du client, le coach l'aidera à avoir une vue plus claire et une meilleure compréhension de sa situation.

Par exemple, le coach s'attachera à comprendre les raisons qui empêchent le client de mettre en œuvre les activités de réseautage utiles à son projet. Le client craint-il le rejet, l'échec ? Se sent-il dans l'insécurité et ne



veut-il pas l'avouer ? A-t-il des convictions négatives quant à la permission de faire telle ou telle action ? Occupe-t-il son temps de manière à être débordé et ne pas faire ce qui lui sera utile ?

COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 6 : POSER LES BONNES QUESTIONS



- Dans le changement que vous souhaitez pour votre avenir professionnel, comment définissez-vous le changement ?
- Quelles sont les caractéristiques indispensables de ces 10 prochaines années ?
- Comment allez-vous aligner votre projet professionnel avec votre vision du monde ?
- Quelle est cette part de vous qui ne veut pas abandonner le passé, au risque de refaire les mêmes choix qui ont été causes de crises ?
- Que souhaitez-vous accomplir en quelques semaines, mois, années ?
- Quels sont les éléments de ce scénario auxquels vous aspirez le plus ?
- Quelle importance chacun d'eux revêt-il pour vous ?
- Quels obstacles internes et externes voyez-vous dans le parcours que vous envisagez ?
- Quels sont les forces expérimentées dans le passé qui vont être utiles dans le futur ?
- De quelles ressources énergétiques disposez-vous ?
- Que souhaitez-vous développer comme nouvelles compétences ?
- En quoi ces nouvelles compétences sont-elles alignées avec votre projet à long terme ?
- De quoi avez-vous besoin pour être complètement engagé sur ce projet ?
-

COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 7 : POUR COMMUNIQUER AVEC EFFICACITÉ, PRATIQUER UNE COMMUNICATION DIRECTE



Le client du coach de carrière vient avec des attentes précises. Il veut prendre des décisions et se mettre en action pour son avenir. Il attend de son coach qu'il communique efficacement pendant les sessions de coaching et qu'il utilise un langage qui a de l'impact.

Sauf cas très exceptionnel, le client n'est pas là pour devenir coach et ne connaît pas le jargon associé au métier. Le coach s'abstiendra de l'employer. Bien au contraire, il apprendra de son client le vocabulaire associé à ses compétences et adoptera ce langage.

Par contre, lorsqu'il préparera son client à rencontrer les recruteurs professionnels, il fera bien de l'ouvrir aux questions spécifiques de ces derniers et aux pièges dont certains aiment truffer leurs interviews.



D'une manière générale, le client sait « comment » faire, il en a les capacités et le coach en est conscient. Le questionnement se pose plutôt sur « quoi », « quand », « dans quel but ». Et surtout, qu'est-ce qui vous empêche, cher client, de mettre en œuvre les actions que vous décrivez ? Quelles sont les multiples raisons qui vous retiennent ?

Parmi ces pierres d'achoppement mentales, quelles sont celles que vous reconnaissez

- La peur du rejet
- La peur de l'échec
- La fierté
- L'insécurité
- Le temps
- La confusion
- La confidentialité



COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 8 : FACILITER L'APPRENTISSAGE ET LE RÉUSSITE EN OUVRANT LE CONSCIENCE



Quand le client vient nous trouver, il a déjà réfléchi à sa situation. Il a tenté des approches et des actions qui n'ont pas été suivies du succès escompté. Il s'est aussi déjà frotté à des difficultés, à des obstacles.

- Quelles sont ses attentes?
- Pour quoi a-t-il rejeté certaines solutions?
- Quels sont les freins qui l'empêchent de croire en lui, et de mettre en oeuvre ses idées?

Par son questionnement habile, par les questions puissantes, le coach lui permettra de réaliser sa part de responsabilité

dans sa situation. Il apprendra à séparer ce qui lui appartient de ce qui ne lui appartient pas. Il pourra regarder son ombre et se tourner vers la lumière.

Le client a des forces qu'il pourra mobiliser. Il a des compétences et des capacités qu'il ne met peut-être pas en action à son profit.

Le client découvrira cette pépite précieuse qui est en lui et il la portera fièrement comme son plus précieux bijou.

Quelles sont les questions qui vous ont fait le plus grandir, ou qui ont fait grandir votre client dans sa quête pour un nouvel avenir?



COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 9 : CONCEVOIR DES ACTIONS

Le coach co-crée avec le client des opportunités d'apprentissage continu pendant les séances de coaching. Il ouvre le client au champ de l'expérimentation de nouvelles approches. Il l'encourage à entreprendre de nouvelles actions qui généreront le plus rapidement possible les résultats souhaités.



Le client qui a déjà une expérience de la vie professionnelle connaît les voies les plus courantes pour la recherche d'un autre employeur. Par contre peu savent que ces méthodes traditionnelles d'identification des besoins annoncés par les entreprises via les annonces, les chasseurs de tête, leur site propre ou les sites de recrutement ne représentent que 30% des recrutements finalisés.

Alors, comment mettre en œuvre une stratégie qui approche les autres 70% ?

C'est là que le coach fera la différence. Il aidera son client à identifier d'autres chemins, d'autres approches et à les mettre en œuvre.

Ici le client rencontrera des obstacles. L'un de ces obstacles sera sa confiance en lui-même pour réaliser ce qu'il ressent comme la voie de préférence. Il sera résistant à la nouveauté, voyant parfois plus les difficultés à mettre un projet en route que les bénéfices à en tirer

COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 10 : PLANIFIER ET ÉTABLIR DES OBJECTIFS

Guider le client dans la création d'un plan dont les résultats sont réalisables, quantifiables, spécifiques et datés



Lorsque le client a exprimé sa vision, qu'il a fixé le projet qui va tendre vers la réalisation de sa vision, arrive une phase cruciale. la réalisation du projet demande de la planification, de la mesure, du temps, et de l'énergie.

En d'autre mots, le client a, à ce moment, une idée du genre de carrière qu'il veut développer et comment cette carrière le satisfera puisqu'elle est alignée avec sa vision. Il reste maintenant à organiser le travail qui va mener au résultat attendu.

C'est la phase de planification. Pour certains cela ne pose pas de difficultés particulières. Ce n'est pas le cas de tous et le coach fera bien de vérifier avec son client

- qu'il sait avec précision ce qu'il veut atteindre,
- que cet projet est réaliste et réalisable,



- dans quel délai il veut y arriver,
- comment il va mesurer les progrès et le résultat de ses efforts
- S'il peut déterminer avec précision les étapes et les conditions de réussite de ces "checkpoints" intermédiaires ;
- s'il a les moyens intellectuels, moraux et matériels qui seront utiles,
- si ce projet est une bonne chose pour son client
- et que ce projet va servir sa vision de la vie, du monde dans lequel il souhaite vivre.

En coaching de carrière, c'est un moment important. C'est le moment où le client va donner vie à tout ce qu'il a développé comme attentes dans les séances qui précédèrent. Et les activités ne manquent pas.

- activités de recherche et de documentation
- acquisition éventuelle de nouvelles compétences
- création et maintenance du réseau de relations
- rencontres diverses dans la réseau
- ...

Comme vous pouvez le voir, cette phase sera cruciale pour la réussite du projet que s'est fixé le client.

COACHING DE CARRIÈRE ET COMPÉTENCE 11 : GÉRER LES PROGRÈS ET LA RESPONSABILITÉ

Savoir centrer son attention sur ce qui est important pour le client et le laisser assumer ses responsabilités



Nous voilà à la dernière des compétences. C'est aussi celle qui est la plus utile à la fin de chaque séance de coaching et à la fin du projet.

Nous n'allons pas laisser partir notre client simplement avec de nouvelles idées et des choix encore à faire en rapport à ses opportunités.

C'est le moment de vérifier que notre client est engagé fermement dans la réalisation des actions qu'il a choisies. Selon l'état d'avancement de son projet, et avant la prochaine séance, il travaillera sur son plan de marketing personnel, sur l'établissement de son réseau, à rencontrer des personnes utiles, à rédiger son courrier, son CV, etc...

Comme vous avez pu le comprendre à la lecture de ces articles, il n'y a pas qu'une seule compétence qui s'applique à un moment de coaching. Ici par exemple, le coach s'attardera à vérifier que le client n'est pas en train de s'engager plus qu'il ne peut le faire, qu'il ne cherche pas la perfection au point de ne pas avancer, ou qu'il ne veut pas faire plaisir au coach plutôt que de prendre soin de son avenir.

La présence, l'écoute, le questionnement, un langage direct, la conception d'action seront plus que nécessaires pour boucler votre coaching et faire devenir votre client autonome.



DIVERSES RÉFLEXIONS SUR LA GESTION DE CARRIÈRE ET LE COACHING

ÊTES-VOUS BIEN OUTILLÉS POUR SAISIR LES OPPORTUNITÉS ?

Propos recueillis par Nabila Bakkass, LE MATIN - 08 December 2016



Quand un employeur et un candidat pour un poste se rencontrent, ils reconnaissent vite les valeurs qui les rendent compatibles.

«Tout ce qui vous arrive, qu'il soit positif ou négatif, a été attiré par vous-même». C'est le principe fondamental de la loi d'attraction qui a été débattue, récemment, par les experts en développement personnel et professionnel. Pour Philippe R. Declercq, coach professionnel certifié PCC-ICF, business and career coach, la réflexion sur cette loi fait émerger deux autres idées principales, à savoir la compatibilité et la complémentarité qui permettent de réussir ses relations professionnelles et saisir les opportunités de carrière. Le point.

Éco-Conseil : La loi de l'attraction constitue un sujet de débat en développement personnel. Qu'en est-il du monde professionnel ?

Philippe R. Declercq : En faisant quelques recherches pour trouver une définition de la «loi de l'attraction», les résultats ont été assez décevants. De manière simple, la loi de l'attraction dit : vous obtiendrez ce que vous désirez fortement. Et ce en trois étapes : demandez, croyez, recevez. La loi de l'attraction part du principe que tout ce qui vous arrive, qu'il soit positif ou négatif, a été attiré par vous-même. Je ne veux ni ne peux me prononcer sur la réalité d'une telle loi. Par contre, cette question a éveillé ma curiosité et je me suis posé la question : «Qu'est-ce qui assure la réussite d'une relation professionnelle ?» Cette relation peut être individuelle, comme un contrat d'emploi qui lie employé et employeur, ou une relation entre entreprises d'ordre technique ou commercial. Et en lien avec le terme de «loi de l'attraction» me sont venues deux idées : la compatibilité et la complémentarité. Les couples qui fonctionnent et qui durent satisfont ces deux principes. C'est vrai pour un couple de personnes mariées, pour une association professionnelle ou pour tout objet qui demande de la confiance et de l'estime de l'autre.

Concrètement, en quoi consiste cette démarche en entreprise ?

Comme vous avez pu le constater, il ne s'agit pas de similarité. La compatibilité nous indique que les valeurs essentielles qui motivent et soutiennent les actions des partenaires sont du même ordre. Les comportements peuvent être différents, à condition qu'ils soient complémentaires. Prenons un exemple : deux associés décident de créer une entreprise. Ils ont les mêmes valeurs quant à l'objet de leur association, notamment les aspects économique, social et scientifique, le positionnement sur le marché, etc. Par contre, ils peuvent avoir



des comportements différents : l'un orienté organisation interne, et l'autre relations extérieures, l'un producteur prudent et l'autre vendeur audacieux. Ils sont donc compatibles et complémentaires. Et c'est certainement cette combinaison heureuse qui les a attirés l'un vers l'autre.

Comment saisir une opportunité de carrière, décrocher l'emploi de ses rêves ou obtenir une promotion via cette démarche ?

Tout d'abord, je tiens à souligner que la manière d'être, les comportements, le vocabulaire, les expressions corporelles et verbales, l'attitude positive et optimiste, l'attachement à vivre des valeurs clairement exprimées sont autant de signes que votre interlocuteur du moment observera de manière consciente et inconsciente. Vous observez les mêmes signaux de votre côté. Ainsi se forme rapidement une impression, un ressenti de la compatibilité entre vous. Et si en plus, celui qui se présente à vous apporte par sa complémentarité une solution à vos attentes, la relation se créera. Cela se passe autant lors d'un coup de foudre amoureux, que d'un recrutement ou que lors de la signature d'un accord commercial entre entreprises. Pour répondre à votre question, je dirai que quand un employeur et un candidat pour un poste se rencontrent, ils reconnaissent vite les valeurs qui les rendent compatibles. Par ailleurs, la complémentarité signifie que le candidat apporte à l'entreprise les savoir-faire qui sont nécessaires à son développement. L'employeur et le candidat sont tous deux séduits par l'occasion offerte de créer un binôme gagnant sur le plan des valeurs et sur celui des compétences. Un accord devient donc désirable pour les deux parties sous forme d'engagement ou de promotion.

Quelles actions faut-il envisager pour développer cette capacité d'attirer et de saisir les opportunités professionnelles ?

Afin que vos interlocuteurs soient attirés et que vous ayez envie de travailler avec eux, il est bon de développer quelques compétences. Pour commencer, connaissez-vous vous-même. Quels sont vos valeurs et vos motivateurs, quelles sont vos préférences de pensée, quels sont vos comportements relationnels ? Ensuite, développez votre audace pour vous montrer comme vous êtes vraiment. Agissez avec optimisme et flexibilité. En écoutant et observant votre interlocuteur, vous comprendrez mieux ses valeurs et ses besoins. Cela vous permettra de mesurer votre compatibilité. En faisant preuve d'empathie, vous ouvrirez la porte à des discussions qui feront ressortir vos compatibilités. De la sorte, vous construirez des liens solides et de longue durée. Dans ces relations où la compatibilité des valeurs et la complémentarité des actions sont présentes, les difficultés sont source d'amélioration et non de conflit.

VOTRE CV EST VOTRE PIRE ENNEMI



Tous les auteurs s'accordent sur un point : la partie émergente des recrutements (annonces, sites spécialisés, ...) ne représentent que 20 à 30% des opportunités pour trouver un emploi.

Votre CV vous restreint dans votre action

Il n'y a donc qu'un nombre restreint de situation ou le recruteur attend que vous lui envoyiez un CV et une lettre de motivation.

Vous contenter de répondre aux annonces avec votre CV ne vous donne donc qu'un **quart de chance de réussir** votre projet de changement ou de transition.



Comment donc trouver autrement le job de vos RÊVES ?

Vous me répondrez : « par mon réseau ». Et vous avez raison. L'objet de ce mot n'est pas de parler de la manière de créer et entretenir un réseau.

Mettez votre CV au fond de votre mallette !

Les personnes que vous rencontrez dans ce réseau sont peu intéressées par ce que vous avez fait dans le passé. Elle seront séduites par ce que vous ferez dans l'avenir !

Il est donc temps de se poser d'autres questions.

- Quel service puis-je offrir à une entreprise ? Quelle est mon offre unique à laquelle l'entreprise ne peut résister ?
- Quelles entreprises pourront se développer et s'enrichir du service que j'ai à proposer ? Autrement dit, qui sont mes clients, qui sont les acheteurs des services que je propose ?
- Comment vais-je leur faire savoir ? Comment vais-je leur montrer l'avantage et le bénéfice de ce que je peux apporter dans leur entreprise ?
- Qu'est-ce que je vais mettre en œuvre pour enrichir mon offre ? Quels sont les projets personnels, les chantiers importants que je vais entreprendre ?
- Qui sont mes alliés et mes partenaires dans cette démarche ?
- Quelles sont mes ressources et quelles solutions vais-je apporter à mes contraintes ?

Et tiens, je n'ai pas parlé du statut. Employé ou indépendant, dans cet esprit et dans ce monde volatile, finalement, quelle différence ?

PROPRIÉTAIRE OU LOCATAIRE ?



L'an dernier j'avais déjà écrit un article dans lequel cette notion de propriété était analysée. Vous pouvez le retrouver sous le titre « [Je ne sais pas me vendre](#) ».

Quelques coachings récents m'ont fait revenir sur cette notion. Mon employeur est-il propriétaire ou locataire dans la relation contractuelle qui nous lie, le contrat d'emploi.

Commençons par regarder ce qui m'appartient. Je suis propriétaire de mon temps, de mes connaissances, de mes talents, de mes capacités. De quoi à besoin mon employeur ? De mon temps, de mes connaissances, de mes talents et de mes capacités.

Le contrat d'emploi en fait-il un locataire de ce qui m'appartient ou un propriétaire ?

La réponse est simple, votre employeur, présent ou futur, est un locataire.

Intéressant, car les conséquences de cette manière de gérer la relation éclaire aussi les responsabilités respectives. Vous le propriétaire, vous êtes responsable de conserver un bien qui puisse être loué. Vous êtes donc responsable de votre développement personnel, de votre adaptation aux demandes et besoins du



marché. Vous pouvez le faire en continuant votre formation, en étant ouvert aux opportunités d'apprentissage et étant agile par rapport aux changements.

En même temps, vous pouvez attendre de votre locataire qu'il entretienne ce qu'il loue en vous formant aux techniques spécifiques de votre métier, en vous laissant la porte ouverte à la croissance personnelle, et en payant un juste loyer.

Alors, lecteur, êtes-vous locataire ou propriétaire ?

PEUT-ON DIRE « ÊTRE COACH » ?



La séance de coaching de ce matin m'a laissé avec une réflexion et une question ouverte. Quand je réponds à une question au sujet de mes occupations professionnelles, il m'arrive de répondre « Je suis coach ».

Que de choses dans cette petite phrase !

A première lecture, ce qui ne va pas, c'est d'assimiler une profession et mon identité. Je suis bien d'autres choses aussi. Donc en cela, cette phrase serait fausse et ne devrait pas être dite.

Mais alors pourquoi cet amalgame, cette association entre métier et identité ? Ou plutôt, que faut-il entendre derrière cette formulation objectivement fausse ? Risquons une

hypothèse, et je suis curieux de votre avis !

Dans le métier de coach, qui est le mien, il y a la facette des compétences, le savoir-faire, et il y a la facette du savoir-être, de la capacité d'aimer, d'écouter, d'être disponible à l'autre, à faire confiance. Mon hypothèse est lorsque je dis « je suis coach », **j'apporte plus d'importance au savoir-être qu'au savoir-faire**. Et que le savoir-être joue un plus grand rôle dans le succès de mes clients que le savoir-faire. Et là je me sens en harmonie. Il n'y a plus de dissonance. Alors, je suis coach !

SUIS-JE FAIT POUR ÊTRE COACH ?



Vous êtes nombreux à vous poser la question.

Commençons par nous rappeler ce que c'est que le coaching et risquons une définition. **Le coaching est l'art de mener avec un client une conversation qui provoque chez lui la réflexion et l'invite à la créativité dans le but d'atteindre l'objectif qu'il s'est fixé.**

Décortiquons cette définition.

Le coach n'a que lui-même comme outil et c'est dans la qualité de sa présence, la profondeur de son écoute et la pertinence (ou l'impertinence parfois) de ses questions que réside son art. Je me suis déjà posé la question : [le coach est-il un artiste ou un artisan ?](#)

Ensuite, nous avons un client. C'est donc une relation professionnelle qui s'installe en les deux protagonistes. Une relation inscrite dans un contrat et dans un salaire. Suis-je prêt à accepter un paiement, à le demander, à en défendre la valeur ?



Dans ce contrat, le client définit son objectif et la manière de mesurer son résultat. C'est une conversation. Il n'y a pas d'autres moyens, comme des « tests » ou des « évaluations » informatisées. Suis-je prêt à ne pas exposer mes connaissances et me consacrer à l'écoute du client ? J'avoue que j'ai eu du mal à me défaire de ce travers !

« JE NE SAIS PAS ME VENDRE »



Combien de fois n'ai-je pas entendu cette phrase ?

Alors décortiquons cette phrase et ses divers éléments :

- je
- ne sais pas
- me
- vendre

Qui est ce « je » ? Le connaissez-vous et quelle est sa valeur ? Quels sont les moteurs de cette personne ? Quelle

sont les valeurs importantes qui l'ont dirigée vers tel ou tel type de service ? Et si je remplaçais dans la fameuse phrase le « je » par ces valeurs, comme « ma passion », « mon enthousiasme », « ma créativité », « mon expérience » ? Faites le test, choisissez ces valeurs qui ont été à la base de votre choix professionnel et tentez de redire la phrase... Alors, c'est déjà bien plus difficile à dire, non ?

Par exemple : « Ma créativité ne sait pas me vendre », ça sonne comment chez vous ?

Alors, « ne sais pas », qu'est-ce que cela couvre ? Quelle est ma valeur ? Comment j'évalue mes compétences et mes capacités ? Même en débutant dans une profession, j'arrive avec tout ce que je suis, avec toutes la richesse de mes expériences. Si je remplaçais ici ce « ne sais pas » par un verbe qui me convient et me soutient, comme « autoriser », « soutenir », « permettre », « désirer », « réaliser ». Faites encore le test...

Par exemple : « Ma créativité permet de me vendre », quelle est la musique que vous entendez ?

Permettez-moi d'inverser. « Vendre » est-il le bon terme. Surtout s'il s'agit d'offrir un service basé sur mes talents, mes capacités et mes connaissances. Si je vends, il ne restera plus rien. Donc le terme est impropre. Et si je disais « louer » ? Je suis et je reste propriétaire. La relation propriétaire/locataire est bien différente de celle de vendeur/acheteur. C'est ce qui fait la différence entre louer mes services et vendre un produit. Alors que devient la phrase du début ?

Par exemple : « ma créativité permet de me louer », Ça sonne faux, vous ne trouvez pas ? Pour quelle raison cela sonne-t-il faux ?

Sans aucun doute parce que je ne « me » loue pas ! Mon client loue mes talents, mes capacités, mes compétences, mes connaissances. La preuve est qu'il paye le temps pendant lequel il loue. Mon tarif est établi à l'heure, à la journée, et quand je fais un forfait, c'est pour le temps de réaliser un projet défini et fini. Et maintenant, que devient cette phrase quand je remplace « me » par « mes services », « mon temps », « mes capacités »... Essayez pour vous-même...

Par exemple : « ma créativité permet de louer mes services ». Après avoir fait l'exercice, comment vous sentez-vous ? Que voulez-vous faire après avoir lu cet article ?



MISSION ET VISION

Durant un weekend de formation « [Coach de Carrière et Carrière de Coach](#) », s'est engagée une discussion sur les mots et concepts de **Mission, Vision, et Projet**.

Je remercie ces coaches de m'avoir quelque peu mis au défi d'éclairer mes propos. J'ai commencé par les définitions du dictionnaire et voici ce qui en ressort.

Nous étions tous d'accord que le ou les projets sont les mises en action qui mènent vers la Vision.

Mission et vision

- Définitions (*larousse*):
 - Mission : But élevé, devoir inhérent à une fonction, une profession, à une activité et au rôle social qu'on lui attribue : *La mission du journaliste est d'informer. La mission du coach est...*
 - Vision :
 - Image mentale de quelque chose qui s'impose à l'esprit
 - Manière de voir, *de concevoir*, de comprendre quelque chose de complexe

A part ces définitions, dans le travail du coach une des premières choses est de respecter la compréhension des mots et concepts par notre client. C'est lui qui définit, aidé par notre questionnement, ce qu'il comprend comme étant sa mission et quelle est la vision de lui-même dans la réalisation de cette mission. Certains seront plus concrets et d'autres plus dans le rêve ou l'utopie.

La mission est l'expression des valeurs les plus profondes qui mènent nos actions, nos réflexions et génèrent nos émotions. La connaissance de ces valeurs nous permet d'évaluer l'adéquation de nos décisions à cette mission.

La vision, comme le dit le mot, est comment nous nous voyons dans un certain avenir dans le cadre de la réalisation de notre mission. La vision est donc plus concrète que la mission, en ce qu'elle inclut des capacités et connaissances, des environnement et groupes de personnes, des relations interpersonnelles riches et harmonieuses, de la reconnaissance ainsi qu'un bien-être et une sérénité intérieure.

Pour illustrer mon propos, ma mission est d'être « **le compagnon de votre vie professionnelle** ». Ma vision est de faire cela sereinement au moyen du coaching, avec des capacités encore développées, dans le respect de mes valeurs et des vôtres, en étant reconnu pour la qualité de mes prestations et vivant avec joie des relations riches et intenses avec mes clients.

LE CODE DE LA ROUTE DE NOTRE VIE



Dans notre vie, nous parlons souvent de donner du sens. Un coaching de cette après-midi m'a fait penser au code de la route.

Il y a le sens de la circulation, le sens unique, le sens giratoire, le contresens, la voie sans issue, ... et votre imagination en ajoutera bien d'autres. Merci de les mettre en commentaires !

Ce que ce code ne définit pas c'est le sens de notre présence sur la route. Le code ne s'intéresse pas à notre raison d'être sur la route. Le code ne dit pas où nous allons, dans quel but, avec qui, avec quel moyen. Encore me direz-vous, il

modifie les règles selon les moyens. Par exemple, le sens interdit ne l'est pas toujours pour les cyclistes.

Dans la vie il en est de même.

Mes croyances et mes convictions me font rouler dans un sens unique. Je m'y sens fort et protégé. Par contre il y a du monde et bien des embouteillages si la route est large. Et il y a bien des obstacles si la route est étroite.



Philippe R. Declercq, Coaching & Mentoring

LE COMPAGNON DE VOTRE VIE PROFESSIONNELLE

Mon incapacité à prendre des décisions me fait tourner en rond dans le giratoire, et la tête me tourne ?

Quand je vais à contresens, je me sens en danger, faible et fragile.

Sur les autoroutes, je vais vite, et je ne vois rien, je suis seul et les autres me gênent.

Cette jolie métaphore peut être encore complétée par les interdictions en tout genre et les limites imposées,

Comment vais-je intégrer ce code de conduite dans ma vie ? Vous avez la réponse : en lui donnant un sens. A

ce moment, quand je sais où je vais, ce que je vais y trouver, avec qui je vais faire la route et qui m'attend au

but, le code devient un moyen au lieu d'une contrainte. Il assure ma sécurité, guide mes pas,

Souvent je vois, en coaching de carrière, des personnes qui s'attachent à savoir d'où elles partent, avec quelle

voiture, et qui en même temps ne s'occupent pas de leur destination et de ce qui les y attend. Quelle est le

sens de leurs actions ? Peuvent-ils trouver longtemps du plaisir à conduire, même une très belle voiture, sans

but à atteindre ?

Comment cela se traduit-il dans la réalité ? Par des questions comme : mon cv est-il bien écrit ? (Ai-je une belle

voiture ?) Je voudrais le même job qu'avant, mais avec un meilleur chef, un meilleur salaire, un meilleur

produit. (Vais-je sortir du giratoire ?), je ne pourrais pas faire un autre métier (le sens unique), je n'arriverai

jamais à changer (le sens interdit), il faut, je dois, c'est nécessaire, c'est obligatoire...

Et vous, comment vous situez-vous à ce sujet ?



MA CARRIÈRE EN QUESTION

MA CARRIÈRE EN QUESTION N°1 PUIS-JE DÉCRIRE AVEC CONCISION MON PROJET PROFESSIONNEL DE MANIÈRE À INTÉRESSER MON INTERLOCUTEUR ?



Les Américains appellent « elevator pitch » cet argumentaire condensé dans lequel vous vous présentez de 30 secondes à 2 minutes maximum, en moins de 120 mots.

A l'origine, « l'elevator pitch », c'est la conversation très rapide qui vous permet de vous présenter efficacement à un prospect ou contact, le temps d'un voyage en ascenseur !

En communication, c'est un exercice qui vous permet de vous présenter utilement en disant ce que vous recherchez et pourquoi vous êtes meilleur que vos concurrents en 120 mots max., (de 30 secondes à 2 minutes maximum), le

temps d'un voyage en « ascenseur ».

Objectifs? Un maximum de communication pratique en un minimum de temps !

MA CARRIÈRE EN QUESTION N°2 SUIS-JE ORGANISÉ POUR PRÉSENTER MES SAVOIR-FAIRE, TALENTS ET EXPÉRIENCES COMME UNE SOLUTION AUX DÉFIS ANNONCÉS PAR L'ORGANISATION OU LE MANAGER QUI RECRUTE?



Bien souvent le candidat postule une fonction dans l'entreprise en se basant sur son CV. Son expérience et ses connaissances sont exposées sans faire le lien avec les attentes de l'organisation ou du manager qui recrute.

Comment allez-vous faire pour intégrer les besoins et attentes de l'entreprise dans votre discours?

Quelles ressources allez-vous mobiliser pour sortir du lot?

MA CARRIÈRE EN QUESTION N°3 AI-JE FAIT DE L'IDENTIFICATION ET LA MISE À JOUR DE MA LISTE DE CONTACT ET DE LA CROISSANCE DE MON RÉSEAU UNE HABITUDE RÉGULIÈRE ?



Que ce soit dans votre liste personnelle de contacts, dans les réseaux sociaux, dans les groupes de discussion, quelle est la richesse et la valeur de vos contacts?

Que faites-vous pour rencontrer, ne serait-ce que virtuellement, toutes ces personnes que vous dites faire partie de votre réseau?

Le jour où vous voudrez prendre une nouvelle orientation professionnelle, ne sera-ce pas trop tard pour vous en soucier?



MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 4 SUIS-JE PRÊT À EXPLIQUER LA RAISON, VOLONTAIRE OU NON, POUR LAQUELLE JE CHERCHE UNE NOUVELLE SITUATION PROFESSIONNELLE DE MANIÈRE CONCISE ET PRÉSENTABLE ?



intérêts communs.

Il y a ici deux sous-questions.

- Quel est la perception de mon passé?

Il est parfois difficile d'expliquer les raisons d'un licenciement. la réflexion pourrait plutôt porter sur les leçons apprises et la manière de les appliquer dans le futur.

Par exemple: « J'ai été en conflit avec mon patron et cela m'a appris à intégrer des idées différentes des miennes dans mon raisonnement ».

- Quel est le projet que je défend pour mon avenir?

Mon futur employeur sera certainement intéressé de connaître mon projet professionnel à long terme et la façon dont je suis persuadé que nous avons des

MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 5 SUIS-JE PRÉPARÉ À PARLER DIRECTEMENT AVEC LE MANAGER CONCERNÉ PAR LE RECRUTEMENT DE MANIÈRE À EXPLORER LES OPPORTUNITÉS, À DÉCOUVRIR SES BESOINS ET ME PRÉSENTER COMME UN FOURNISSEUR DE SOLUTION À CES BESOINS ?



par le recrutement.

Quelle est votre position préférée ?

Lors de la rencontre avec le manager concerné par le recrutement, vous avez le choix entre deux attitudes.

Soit vous vous attachez à montrer la part de vos capacités qui répond à ses attentes, pour en quelque sorte vous conduire en bon petit soldat.

Soit vous questionnez habilement, ainsi découvrez les enjeux qui sont liés à la position du manager. Et vous lui démontrez quelle peut être votre valeur ajoutée dans la réussite de ses objectifs. Vous deviendrez ainsi un partenaire associé au résultat du manager qui est concerné



MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 6 SUIS-JE PRÉPARÉ À PARLER DE MOI-MÊME, DE MES PRÉFÉRENCES, DE MES VALEURS ESSENTIELLES DE MANIÈRE HONNÊTE ET DANS UN SENS QUI DÉMONTRE MON ADAPTATION ET MA COMPATIBILITÉ AUX ATTENTES DE L'ENTREPRISE ?



Voici quelques questions assez fréquentes. Ceci n'est pas une liste exhaustive !

- Parlez-moi de vous...
- Quels sont vos points faibles ? (Quels sont vos points forts ?)
- Pourquoi avez-vous quitté cet emploi ? Pourquoi cherchez-vous à quitter cet emploi ?
- Quelles sont vos perspectives professionnelles à court, moyen et long terme ?
- Décrivez-moi une expérience professionnelle pendant laquelle vous avez dû surmonter des problèmes ou des obstacles ? Comment avez-vous pu résoudre ces problèmes ?
- Savez-vous dire « non » ?

MA CARRIÈRE EN QUESTION N°7 SUIS-JE TROP VIEUX POUR CHANGER ?



Combien de fois n'ai pas entendu : « Je vais bientôt avoir 40 ans, si je ne prends pas de décision maintenant, ce sera trop tard ». Puis dix ans plus tard : « Les entreprises n'engagent pas un « vieux » comme moi... ». Mythe ou réalité ?

C'est certainement une réalité quand nous nous positionnons comme un concurrent avec de plus jeunes qui correspondent aux critères du sélectionneur. En effet, le sélectionneur, interne comme externe, travaille par élimination pour trouver la réponse la plus favorable au cahier des charges qu'il a reçu de l'entreprise. Il ne laisse pas, ou très peu, de place à la créativité.

Alors, comment faire : ne nous focalisons pas sur notre âge, mais bien sur la valeur ajoutée que nous pouvons apporter à une entreprise. Après avoir déterminé notre offre, nous pouvons partir en campagne de promotion dans le marché qui va y trouver un intérêt. Et là, évitons les recruteurs pour aller vers les responsables opérationnels qui pourront voir dans notre compétence bien présentée une opportunité nouvelle.

MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 8 EMPLOYÉ OU INDÉPENDANT ?



Se poser cette question avant d'avoir élaboré un projet, n'est-ce pas mettre la charrue avant les bœufs ?

Quand votre projet est solide, qu'il représente une grande valeur ajoutée pour ceux à qui vous allez offrir vos services, quelle est l'importance du statut social ?

Prenons un exemple : vous vous présentez comme un puissant « sales booster », capable de multiplier les résultats de vente chez vos « clients ». Posez-vous la question des autres aspects qui sont importants pour vous.



Quelles sont les valeurs que vous voulez voir respectées dans votre travail ?

Si la sécurité est importante avec le sentiment d'appartenance à une équipe, peut-être serez-vous mieux en employé.

Au contraire, si ce dont vous avez besoin pour être vraiment efficace, c'est l'autonomie, la diversité, la non-dépendance à une autorité, alors le choix d'un statut d'indépendant vous conviendra.

Quelle est votre réflexion à ce sujet ?

MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 9 COMMENT TRANSFORMER MA FORMATION EN UN MÉTIER QUI ME FAIT VIVRE ?



Ce 21 octobre j'étais à une bourse de l'emploi à Louvain-la-Neuve. Avec deux autres collègues coach, nous avons reçu une petite cinquantaine de personnes. Les questions les plus fréquentes étaient relatives à la recherche du premier emploi ou à la recherche d'un emploi plus intéressant, motivant et stable.

Notre stand était clairement identifié comme « **Espace Coaching** »

Et que puis-je constater de ces entretiens ?

Quasiment aucun visiteur ne s'est intéressé à qui nous sommes et pour quelle raison étions-nous présent à cette bourse. Ont-ils la même attitude lorsqu'ils rencontrent un employeur potentiel ?

Commencent-ils à se présenter, pire encore, mettre leur CV sur la table sans s'enquérir de la personne et des attentes de leur interlocuteur ?

En passant, je remarque qu'aucun ne m'a clairement dit son nom. Comment vais-je me rappeler d'eux ? Je n'ai reçu que deux cartes de visite. Tous sont partis avec la mienne.

Ensuite, dans la conversation, quasi aucun visiteur n'a pu décrire un objectif professionnel clair. Les réponses stéréotypées concernant un emploi motivant, avec des responsabilités (mais pas trop), un bon salaire, ont fusé. Heureusement, j'ai aussi rencontré une jeune dame qui voulait à terme faire de l'hypothérapie, une autre qui voulait un jour avoir son laboratoire d'analyse biologique, un troisième qui avait le projet de créer son entreprise.

Je suis rentré chez moi avec le sourire : j'aurai encore du travail longtemps. Et les sujets ne manquent pas :

- se soucier des besoins de son interlocuteur
- avoir confiance en ses capacités
- apprendre à exprimer son objectif
- se présenter de manière intéressante
- poser les bonnes questions
- savoir écouter
- exprimer sa confiance dans l'avenir
- anticiper les objections

Voilà juste quelques idées pour créer le lien entre la connaissance scolaire et le savoir-faire professionnel.



MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 10 LE PREMIER EMPLOI



Non, je ne vais pas vous assommer avec la litanie des obstacles, réels ou imaginaires, que nous entendons de la part des jeunes, des parents, des conseillers et parfois des employeurs, sur la difficulté à trouver son premier emploi.

Les entreprises, petites et grandes, engagent des débutants. C'est un fait indiscutable. La conjoncture rend pour le moment les entreprises plus frileuses et plus prudentes.

Alors, quelle sera la bonne stratégie pour augmenter ses chances et décrocher plus rapidement la timbale ?

Sans doute aurez-vous d'autres idées qui viendront enrichir la proposition. La mienne tient en deux parties :

- Connaître et être capable de présenter le trésor en votre possession : vos capacités, votre connaissance du monde en général et du travail en particulier, la manière dont vous envisagez les relations et votre apport dans ce domaine et enfin les principaux traits de votre personnalité.
- Connaître et être capable de présenter votre projet de vie professionnelle et de démontrer de quelle manière ce projet est en adéquation avec les attentes de la personne qui vous reçoit.

Tiens, j'avais dit la même chose pour les travailleurs plus âgés... Ne pourraient-ils pas prendre un ou des jeunes près d'eux pour partager leur expérience ?

MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 11 LE COACH EST-IL UN ARTISAN OU UN ARTISTE ?



ICF (la Fédération Internationale des Coaches) déclare défendre l'Art et la Science du Coaching.

Au départ de l'Art, il y a deux mots sensiblement différents : Artiste et Artisan.

Je suis allé sur Wikipedia et voici les deux définitions :

L'**artisanat** est la production de produits ou services grâce à un [savoir-faire](#) particulier et hors contexte [industriel](#) : L'**artisan** assure en général tous les stades de sa production, de transformation, de réparation ou de prestation de services, et leur commercialisation.

Un **artiste** est un individu faisant (une) [œuvre](#), cultivant ou maîtrisant un [art](#), un [savoir](#),

une [technique](#), et dont on remarque entre autres la [créativité](#), la [poésie](#), l'[originalité](#) de sa production, de ses actes, de ses gestes. Ses œuvres sont source d'émotions, de sentiments, de réflexion, de spiritualité ou de [transcendances](#).

Et voilà que je me sens bien dans les deux définitions.

Dans l'exercice du métier de coach, je produis des services faisant appel à un savoir-faire particulier tout en assurant tous les stades d'invention, de prestations de service et de commercialisation. Mais aussi, j'utilise la créativité, l'originalité de mes actes et de mes comportements en mettant en œuvre un art, un savoir, une technique. Les rencontres sont pleines d'émotions, de sentiments, de réflexion, de spiritualité.

Alors à votre avis, suis-je un artiste ou un artisan ?



MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 12 QUE PENSEZ-VOUS DE MON CV ?



Combien de fois n'ai-je pas entendu cette question ?

Et je ne connais pas de bonne réponse.

D'abord, parce qu'il y a autant de bon CV qu'il y a de lecteurs. L'un va aimer la concision, avec une seule page présentée avec des phrases courtes, ne contenant même pas un verbe. Un autre lecteur, va donner la préférence à une certaine forme littéraire, avec des phrases bien tournée. Un troisième souhaitera trouver en en-tête du CV une brève

présentation car il ne lit que rarement la lettre d'accompagnement. Et les variations sont nombreuses.

Mais, me direz-vous, comment faire alors qu'il y a tant d'avis différents ?

Votre CV est votre carte de visite. Vous le remettez avec fierté à une personne qui s'y intéresse. Il est le reflet de la personne que vous êtes autant que de vos savoir-faire et compétences.

Posez-vous les questions suivantes :

- Ce CV est-il à mon image ? Un ingénieur et un artiste ne se présenteront sans doute pas avec le même graphisme ni le même mode sémantique.
- Votre proposition est-elle claire ? Le lecteur peut-il rapidement voir quelle est votre offre de services à sa société ?
- Avez-vous pris le temps de réfléchir aux besoins du lecteur et de l'entreprise qu'il représente ? Avez-vous adapté votre CV à ses besoins ?
- Vos coordonnées sont-elles bien claires et faciles à trouver ? Il n'y a rien de pire pour le recruteur que de devoir chercher une information vitale quand il a décidé de vous rencontrer.

MA CARRIÈRE EN QUESTION N° 13 JE N'AI VRAIMENT PAS DE CHANCE !



C'est déjà la troisième fois que l'on me dit : « Vous êtes le deuxième, désolé ».

Qu'est-ce que cela veut dire de positif ? Vous avez toutes les compétences nécessaires pour ce job. Vous avez toute l'expérience nécessaire. Vous connaissez l'environnement, et bien d'autres bonnes choses.

Et à côté de ça, quel est le petit chouia qui a fait la différence ? Vous avez demandé et la réponse ne vous donne pas d'indication fiable et de point d'amélioration que vous pouvez travailler.

Sans doute ne voulez-vous pas vous le dire. Intuitivement vous le savez. Vous n'avez pas fait la meilleure impression. En effet, le subjectif

reste présent dans tout choix portant sur des hommes et des femmes.

Alors, considérant que vous êtes à portée de main de décrocher ce job de vos rêves, que pouvez-vous développer ?

En avez-vous parlé avec votre coach ? Vous avez le choix et vous seul connaissez la direction à prendre. S'agit-il de votre crédibilité, de votre style relationnel, de vos croyances limitantes, de votre réseau professionnel ?

Quel petit coup de main vous tirera-t-il vers l'étape suivante de manière brillante ?



DERNIÈRES CONSIDÉRATIONS

COMMENT DÉVELOPPER VOTRE IMAGE DE MARQUE PERSONNELLE ?



Qu'est-ce que l'image de marque personnelle ?

- L'image de marque personnelle est la réputation et est définie par votre caractère
- L'image de marque personnelle c'est l'héritage : la façon dont les autres se rappellent de vous à travers vos actions, votre expertise et les connections émotionnelles que vous avez faites
- Votre image personnelle reflète votre authenticité, votre savoir-être

Comment organiser le développement de votre image de marque personnelle ?

- L'image est une promesse au sujet de vous-même et de

ce que vous faites qui est renforcée chaque fois que des gens se connectent à vous ou à votre activité : soyez cohérent dans vos communications.

- Le développement de l'image est un processus qui construit un ensemble d'expériences positives pour les personnes qui ont besoin de vous connaître. Construisez un réseau de personnes de référence.

Dans un processus de coaching, quels sont les résultats attendus dans le développement de l'image de marque personnelle ?

- Le client définit qui il est, il l'exprime clairement
- Il connaît les façons de communiquer son image personnelle
- Il met en place un contrôle son écosystème
- Il développe une promesse de valeur
- Et il écrit son manifeste d'image personnelle

A QUOI PENSER POUR RÉORIENTER SA VIE PROFESSIONNELLE ?



Changement de carrière : 8 étapes de base pour accomplir le changement

Note de l'auteur : Pourquoi 8 étapes : c'est un choix délibéré que vous devez confirmer. Il est important de prendre en compte les aspects spécifiques de votre projet et votre coach de carrière vous y aidera. En travaillant avec lui, vous créerez votre propre check-list. Celle qui suit peut vous servir d'inspiration.

« La chance est un hasard, le bonheur est une vocation. » Alexandru Vlahuta

1. Au quotidien, affirmez votre confiance en vous et vos points forts.

Si vous ne savez pas en quoi vous êtes bon, ou vous ne croyez pas en vous et en votre projet, vous pourriez continuer sur le mauvais chemin vers le mauvais but

2. Reconnaissez vos manques et demandez-vous combien il est important pour vous de les combler.



Dans vos conversations avec votre coach, identifiez les changements utiles à votre projet et limitez-vous à ceux qui sont indispensables.

3. Examinez votre projet et demandez-vous si c'est un grand projet dont vous serez fier.

Si vous choisissez de faire ce grand pas, soyez clair à ce sujet et confirmez-le.

Ainsi vous ne serez pas surpris par les efforts à faire et vous ne reviendrez pas en arrière en vous disant que l'effort est trop grand.

4. Posez beaucoup de questions, échangez des idées et obtenez un support positif et bienveillant des autres, en particulier de vos proches.

Ne vous arrêtez pas à la première bonne idée, mais poussez les choses plus loin pour découvrir plus et plus grand. Il est intéressant de faire partie d'un groupe de réflexion et de soutien.

5. Planifiez vos actions et mesurez vos résultats.

Si vous n'êtes pas bon à cela, utilisez votre groupe de soutien, vos proches dignes de confiance ou votre coach pour être certain que vous avez examiné toutes les étapes de réalisation de votre projet.

6. Identifiez, évaluez et traitez les obstacles.

Faites régulièrement le point avec votre personne de confiance ou votre coach. Voyez les obstacles présents ou futurs. Ces obstacles peuvent être aussi gros qu'un éléphant sur la route ou aussi subtils qu'un mal au ventre indéfini.

Si vous n'êtes pas heureux avec la façon dont les choses se passent, arrêtez-vous et réévaluez la situation. Ayez confiance en vous et ne mettez pas ces obstacles sur le côté en prétendant qu'ils ne sont pas significatifs, valides et importants.

7. Passez en revue vos scénarii d'échec.

Décidez avant d'en avoir besoin quelles sont vos histoires personnelles et expériences positives qui contredisent ces scénarii. Ayez en poche à tout moment votre gri-gri qui vous rappelle vos victoires passées.

8. Reconnaissez et célébrez les réalisations et continuer sans relâche.

N'oubliez pas le plaisir et jouissez de la reconnaissance de vos succès par vos proches !

« La vie est un défi à relever, un bonheur à mériter, une aventure à tenter. » Mère Teresa

COMMENT DÉVELOPPER RAPIDEMENT VOTRE RÉSEAU?



Pour gérer votre vie professionnelle, élargissez votre réseau

Au fil des années vous avez construit un **réseau impressionnant**. En l'utilisant de la bonne manière, il devrait être possible de trouver des clients ou un nouvel emploi rapidement. En utilisant un réseau comme LinkedIn, il est assez facile d'obtenir via vos anciens collègues, clients, fournisseurs une introduction vers des personnes qui vous intéressent dans votre recherche. Dans votre stratégie de recherche, vous avez défini un groupe cible. Identifiez les personnes à rencontrer et

voyez qui vous « lie » à elles parmi vos relations. Vous pouvez alors demander à votre relation d'écrire en votre nom un courrier à la personne que vous souhaitez rencontrer. N'hésitez pas à fournir un texte à utiliser. Plus la relation que vous sollicitez aura facile, plus elle fera le travail pour vous !



ET LA CARRIÈRE DES PATRONS DE PME, QUI S'EN OCCUPE ?

Créateur de son entreprise ou repreneur d'une activité, le patron de la PME prend-il le temps de penser à sa propre carrière, à son propre avenir ?

Le nez dans le guidon, occupé avec les tâches nombreuses et pressantes de chaque jour, il pédale fort et bien, réussi à maintenir et développer son entreprise. Voit-il encore la route au-delà de la proximité immédiate ? A-t-il encore une idée de ce qu'il espère trouver au-delà de l'horizon ? Est-ce encore le bon vélo ? Le terrain n'a-t-il pas changé ?

Au-delà de cette métaphore, quel est le danger auquel s'expose ce patron de PME s'il ne décide pas de prendre soin de lui-même et de s'assurer que son entreprise soutient encore sa vision et son rêve ?

Que se passera-t-il quand l'activité journalière ne ressemblera plus à ce qui avait été imaginé dans le premier temps de l'enthousiasme ?

Pour faire cette réflexion salutaire, pour regarder à nouveau au loin, le patron peut s'adresser à un coach qui l'aidera à se questionner sur les aspects fondamentaux de son action, sur le sens des efforts permanents et sur la finalité de l'entreprise