Le Marketing de soi : où en suis-je ? Comment je me vends ?

Tout au long de notre carrière professionnelle, il est important de construire son identité, de développer sa notoriété, de faire connaître ses compétences et connaissances, de se vendre. C’est ce qu’on appelle le « Marketing de soi ».

L’exercice ci-après vous permet d’analyser à quel niveau vous êtes dans votre marketing personnel.

Exercice

Pour chacune des questions, répondez juste par oui ou par non. Si la question comporte deux éléments reliés par « et », vous devez répondre oui aux deux pour noter oui comme réponse. Par exemple, si vous avez préparé mais pas testé votre pitch, cela vaut non comme réponse.

|  |
| --- |
| Mieux se connaître pour mieux se vendre |
| Pouvez-vous citer cinq qualificatifs vous concernant ? |  |
| Pouvez-vous citer cinq succès professionnels remportés (qui soient une réussite pour l’ensemble des parties concernées : entreprise, collègues, clients, vous -même, etc.) ? |  |
| Savez-vous vous présenter professionnellement en trente secondes en ne parlant qu’au présent et en mettant en évidence ce que vous avez de spécifique ? |  |
| Pouvez-vous formuler de façon simple ce qui est votre moteur dans la vie, ce qui vous permet de vous épanouir et ce que sont vos valeurs ? |  |
| Savez-vous raconter et expliquer vos échecs dans votre parcours ? |  |
| Savez-vous quelle image vos collègues ont de vous ? |  |
| Votre style personnel (garde-robe, coiffure, etc.) est-il en adéquation avec votre positionnement, métier/secteur, et adapté à votre cible ? |  |
| Avez-vous un plan pour diminuer, éliminer ou compenser vos points faibles (qui freinent votre propre succès) ? |  |

|  |
| --- |
| Cibler mes contacts de façon proactive |
| Quand vous voulez (ou devez) changer de fonction ou d’employeur avez-vous une idée claire des structures (entreprises, services, associations, administrations, etc…) qui vous intéressent ? |  |
| En faites-vous une liste d’au moins 50 ? Si votre secteur d’activité n’en contient pas 50, cherchez-vous des secteurs proches auxquels vous pouvez vous adresser ? |  |
| Avez-vous une idée claire de la fonction à laquelle vous vous adressez (en dehors des RH) ? |  |
| Faites-vous des approches spontanées des structures qui vous intéressent ? |  |
| Gérez-vous vos cibles, contacts et candidatures dans un logiciel ? |  |
| Avez-vous une connaissance claire de ce que recherchent les structures que vous ciblez ? |  |
| Avez-vous une vision de ce que vous voulez de votre trajectoire professionnelle à moyen-long terme ? |  |
| Concevoir mes outils de communication différenciants |  |
| Avez-vous refait votre CV récemment, et l’avez-vous fait relire par plusieurs personnes ? |  |
| Avez-vous travaillé et testé votre pitch ? |  |
| Avez-vous un blog ou un site internet où vous mettez en valeur vos compétences, spécificités, différenciateurs ? |  |
| Osez-vous apporter des preuves de vos réalisations (objets, success stories, slides…) en entretien de recrutement ? |  |
| En période hors poste, avez-vous des cartes de visite personnelles ? |  |
| Avez-vous une signature automatique sur votre boîte e-mail personnelle, qui renvoie vers votre profil LinkedIn, ou autre ? |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Concevoir mon plan de communication |  |
| Avez-vous un plan de communication ? |  |
| Avez-vous publié un article dans la presse ou sur Internet depuis moins de trois mois ? |  |
| Avez-vous un profil bien travaillé et à jour sur les réseaux sociaux professionnels ou une présence professionnelle sur FB, Twitter, etc. ? |  |
| Gardez-vous au moins 10% de votre temps pour rester en contact (e-mails, appels téléphoniques, rendez-vous) avec votre réseau même quand vous êtes en poste ? |  |
| Avez-vous appelé, écrit à ou rencontré un membre de votre réseau cette semaine ? |  |
| Rendez-vous service régulièrement aux membres de votre réseau ? |  |
| Etes-vous adhérent.e à une ou plusieurs associations professionnelles (anciens élèves, association spécifique d’un métier ou d’un secteur…) |  |
| Participez-vous au moins trois fois par an à des événements de votre secteur d’activité ? |  |
| Participez-vous parfois à des actions philanthropiques, sportives, politiques ? |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Gagner en impact et me « vendre » en entretien |  |
| Vous rendez-vous à un entretien avec des questions à poser ? |  |
| Parvenez-vous à les poser et à obtenir des réponses ? |  |
| Pensez-vous impacter votre interlocuteur.rice pour l’amener à une action en votre faveur ? |  |
| Après vos rendez-vous, avez-vous des résultats concrets ? |  |
| Savez-vous répondre aux questions en donnant des exemples bien adaptés tirés de vos meilleures réussites ? |  |
| Posez-vous des questions à la fin de l’entretien concernant l’impact que vous avez eu et la pertinence de votre candidature ? |  |
| A la fin de l’entretien, savez-vous quelles sont les prochaines étapes ? |  |
| Faites-vous systématiquement un e-mail de remerciement – synthèse après coup ? |  |
| Trouvez-vous de bonnes façons de relancer les recruteur.euse.s sur les postes qui vous intéressent ? |  |

**Calculez le nombre de oui**

De 26 à 40 Vous avez un marketing de soi fort ! félicitations !

De 16 à 25 vous avez construit de solides fondations pour un marketing de soi fort

De 6 à 25 vous avez mis en place certains éléments d’un marketing de soi

De 0 à 5 votre marketing de soi ne fait pas encore l’objet de vos préoccupations

**Source utilisée**

* Protassieff, S. (2014). *Le marketing de soi*. Paris : Eyrolles pp. 17-20

**Trucs et astuces liés**

* Cyberlearn : 4.5 Personal branding – mon profil LinkedIn / Exercices, tests / « Mettre à profit une critique »
* Cyberlearn : 4.5 Personal branding – mon profil LinkedIn / Exercices, tests / « Comment définir ma stratégie de marque personnelle ? »
* Cyberlearn : 4.5 Personal branding – mon profil LinkedIn / Exercices, tests / « Mettre à profit une critique »
* Cyberlearn : 4.5 Personal branding – mon profil LinkedIn / Bonnes pratiques / « Pourquoi le Marketing de soi est-il si important ?