Créé le 21/04/2020
MàJ le 22/04/2020

Réseau National des Entreprises d'Entraînement ou Pédagogiques®
R.E.E.P. Euro Ent'Ent

Les outils de TRE en ligne

La TRE en EEP démarre souvent avec les éléments les plus classiques et incontournables : créer (ou perfectionner) un CV, construire une lettre de motivation, mettre en place un profil sur les réseaux sociaux… Si ces étapes sont indispensables et méritent le plus grand soin, une digitalisation est de plus en plus indispensable, car requise, voire exigée, par les recruteurs ou les intermédiaires comme Pôle emploi qui cherchent par ce biais également un modèle pour mesurer l'activité et l'efficience des démarches entreprises par chaque demandeur d'emploi.

Afin d'introduire la nécessité de travailler les aspects digitaux de la TRE en ligne, de nombreuses démarches sont entreprises dans les EEP. L'idée de cette fiche pratique est d'évoquer les outils que l'on peut mettre en œuvre dans le cadre de cette digitalisation, mais surtout d'ébaucher une façon structurée de mise en place progressive, qui permet d'accompagner le demandeur d'emploi dans la construction de sa démarche TRE ou de création de sa marque personnelle en ligne.

La première clé d'entrée : les réseaux sociaux et l'e-réputation

Faire prendre conscience à nos stagiaires que lorsqu'ils postulent, le recruteur fait forcément quelques recherches sur les candidats qu'il aura présélectionnés ou pressentis pour un entretien.

Cette recherche peut se faire de façon classique (sur Google, Bing…) ou avec des outils plus avancés.

Il peut donc être pertinent d'inviter les stagiaires à faire cette recherche personnelle en amont, afin d'anticiper tout ce qui peut être trouvé, voire d'effacer (ou modifier l'audience) de ce qui est visible ouvertement sur le net. Les cabinets de recrutements utilisent souvent des outils de recherche plus avancés. Il est donc important d'inclure, dans nos pédagogies de TRE, l'apprentissage de la maîtrise de l'audience de ce qui est publié sur Facebook : maitrise de l'audience de ce qui est posté (pour ne pas être mis en difficulté sur ce qui est publié), et maitrise du niveau de confidentialité des informations personnelles.

Certains stagiaires un peu plus âgés (donc pas de la génération Facebook mais de la génération « blog ») ne se rappellent plus toujours qu'ils ont publié un SkyBlog il y a 15 ans et qu'il est encore bien visible sur Internet…

Un premier outil permet de vérifier un peu son e-réputation : Oscultéo

L'idée est de nettoyer (sans avoir un profil trop clean, sinon c'est louche aussi…)

Puis, il s'agit d'inviter les stagiaires à devenir actifs en matière de recherche d'information.

Être actif sur les réseaux sociaux peut s'inscrire dans une stratégie (de communication, de recherche d'emploi). C'est donc une notion que l'on peut introduire progressivement pour que ce qui est posté soit mesuré, voire orienté de façon stratégique.

S'inscrire sur les sites de moteurs recherche d'offres d'emploi est une étape nécessaire également (Indeed, keljob, regionjob, etc…). Il est nécessaire dans ce domaine d'apprendre aux stagiaires à placer les bons mots clés, les bons critères, pour ne recevoir que les offres pertinentes et ne pas être noyé dans une masse d'informations inutiles qui viendraient polluer le travail de recherche et donc aboutir à un découragement inévitable.

Arrive forcément l'étape où l'on se présente, s'expose, se décrit, afin d'être attractif pour un recruteur. Encore une fois, cette démarche s'apparente à une démarche commerciale ou marketing.

Un profil LinkedIn bien rempli est nécessaire. On y décrit ses compétences, ses expériences…

Pour les compétences : il faut bien les choisir en fonction des offres d'emploi que l'on souhaite recevoir (LinkedIn les utilise pour proposer des offres). Une astuce consiste également à faire « valider » ou « confirmer » ces compétences par d'autres membres du réseau (d'autres stagiaires, le formateur, d'anciens collègues, etc…). Plus les compétences sont confirmées par d'autres, plus elles seront mises en avant par le réseau social. Les recommandations sont également utiles si elles sont bien rédigées et vraies. C'est la force d'un réseau social.

Par ailleurs, toute EEP devrait avoir une page entreprise sur LinkedIn (et sur Facebook). Au-delà de la simple présence et visibilité, la page entreprise permettra à chaque stagiaire de faire référence à cette EEP pour valoriser, dans son expérience professionnelle, son passage en tant que salarié virtuel de l'EEP. Il y a un double bénéficie :

- Pour le stagiaire, il n'y a pas de trou pour cette période dans le déroulé de ses expériences professionnelles. Cette expérience peut être mise en avant sur 2 aspects dans le profil du stagiaire : dans la partie « formation professionnelle » en mettant un lien vers l'organisme de formation, puis dans la partie « expérience professionnelle ou poste occupé », en mettant un lien vers la page EEP.
- Pour l'EEP, il permet d'accroître sa visibilité dans le bassin économique local dans lequel le stagiaire va postuler, puisque les employeurs potentiels qui visiteront le profil vont forcément s'intéresser à l'employeur précédent, donc à l'EEP.

Les recruteurs utilisent aussi des outils comme CrystalKnows, Hiretual ou Recruit'em pour analyser les profils des candidats.

CrystalKnows a deux utilités majeures : une utilité business qui permet de déterminer la personnalité ou le profil d'une personne, comment l'aborder (mode formel ou informel), ce qui va motiver la personne, ce qui la ralenti. C'est donc utile pour préparer un entretien ou une réunion professionnelle et savoir un peu à qui on a affaire. Puis une utilité dans le domaine RH : il permet de créer des équipes en se basant sur les profils de chaque membre potentiel de l'équipe et de déterminer comment va prendre la mayonnaise entre les personnes. Ce qui va booster l'équipe, ce qui va la ralentir, etc… L'outil reste très positif et se base donc à 100% sur le déclaratif de ce qui est posté sur LinkedIn, ce qui pousse à être pertinent sur son profil réseau social et à éventuellement adapter les informations en conséquence.

Hiretual utilise l'Intelligence Artificielle pour faire du sourcing et dénicher des talents. Il dispose également de tests de recrutements et permet une vraie mise en œuvre de stratégie de sourcing.

Une liste plus complète d'outils de sourcing et recrutement est visible ici

- ⇨ Ces outils doivent mener à une prise de conscience nécessaire des stagiaires sur l'importance de nettoyer les informations visibles sur le net (ne pas compter sur le fait qu'un recruteur se lasse à la page 10 de google, ces outils iront forcément plus loin et plus vite).

2ème clé d'entrée dans la digitalisation de la démarche TRE est la préparation des visuels et l'organisation des informations que l'on souhaite mettre en avant.

De plus en plus d'offres d'emploi exigent que la candidature ou la réponse soit déposée en ligne. Il faut donc une certaine agilité digitale du candidat afin de pouvoir répondre avec des CV digitaux (PDF ou en ligne). Parfois la lettre de motivation est remplacée par un formulaire en ligne, il faut donc y être préparé.

L'organisation et la catégorisation des informations : compétences, savoirs-faires, savoirs-être, soft skills, qualités…, peuvent être réalisées à l'aide de cartes mentales (XMind, MindMeister ou GitMind sont des outils

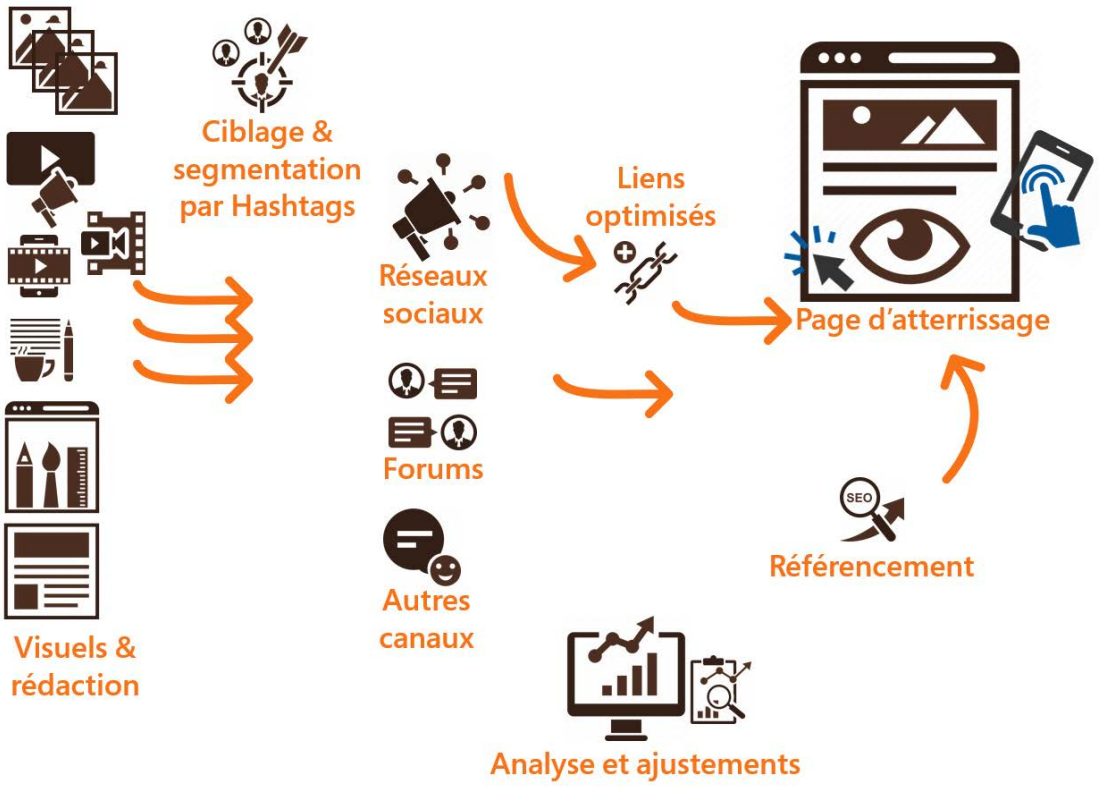
gratuits permettant cela). Il est ensuite important d'encourager les stagiaires à faire évoluer leur carte à chaque nouvelle compétence acquise. C'est un facteur de motivation important qui agit sur la confiance en soi et apporte du baume au cœur.

Ensuite, un CV en ligne, bien présenté, -peut-être avec un design un peu original- est important également. Des outils comme CV Wanted, CV DesignR, Canva permettent de faire des jolis CV en ligne, guident et permettent de sortir un peu du lot. Il y a bien sûr d'autres sites, à vous de faire un choix et d'orienter vos stagiaires dessus, en fonction de leur sensibilité à l'outil et aux designs proposés.

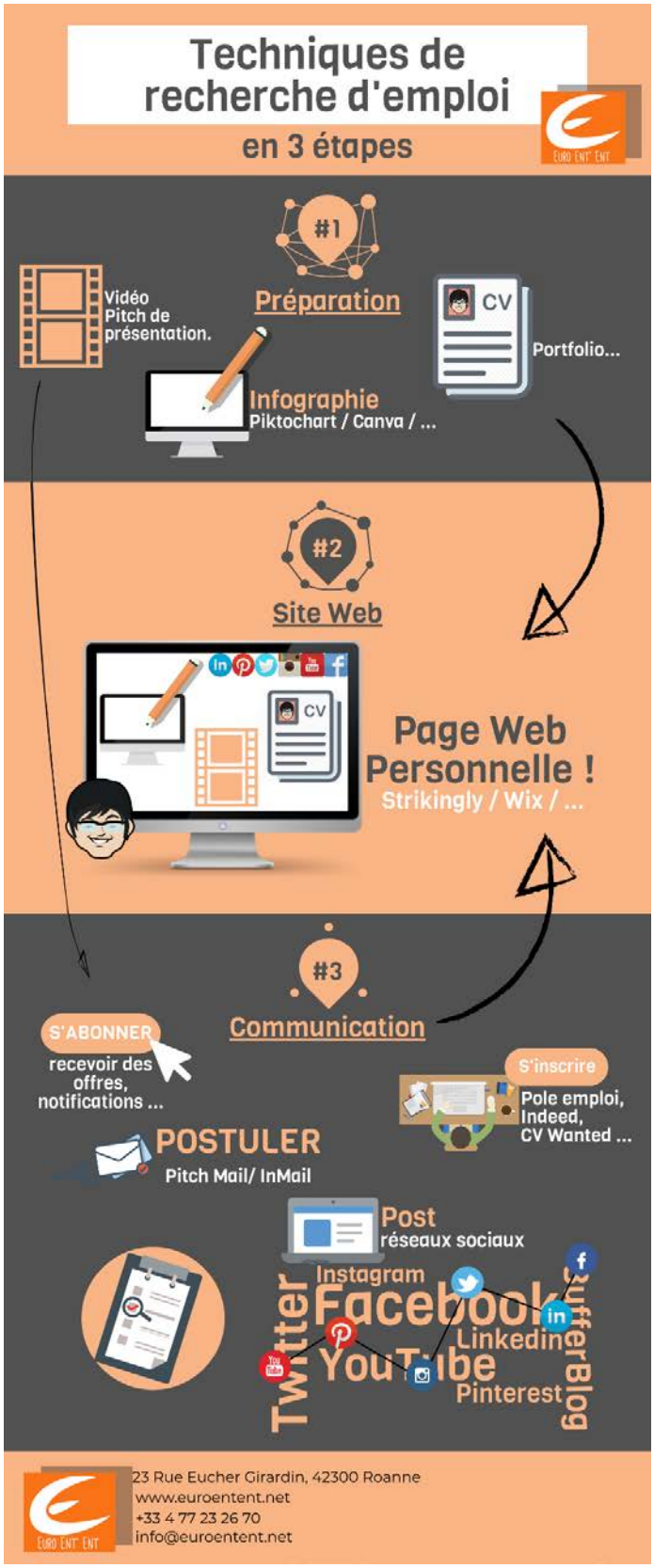
Il y a des choses à éviter et des expressions à bannir dans le CV.

Le CV, la carte mentale, les compétences postées sur LinkedIn… tous ces éléments vont devoir être actualisés et complétés à chaque étape clé de la progression du stagiaire dans l'EEP.

Dans ce contexte, on prépare petit à petit les étapes d'une démarche « marketing » :



3ème clé : créer une « offre de services » pour vendre ses compétences : on entre sur un circuit de stratégie marketing



L'idée est d'utiliser une partie des techniques de marketing en ligne pour créer un circuit d'information clair et cohérent pour un employeur ou recruteur chez qui on aurait suscité de l'intérêt. Au-delà de cet aspect, il est pertinent de pouvoir mesurer ou vérifier qu'il y a bien eu des vues, des visites, de l'intérêt et que la démarche n'est pas restée infructueuse (motivation et mesure d'activité du demandeur d'emploi…).

Créer une page personnelle (page d'atterrissage) vers laquelle on va rediriger le visiteur potentiel pour lui montrer les informations voulues. Pour cela, on peut utiliser des outils comme Strikingly ou Wix.

Cette page, qui n'est donc pas normalisée comme un CV, va permettre de s'exprimer plus librement sur ses atouts professionnels. On peut y poster : sa carte mentale de compétences, son CV, un portfolio avec des réalisations, mettre en avant d'autres aspects (activités associatives, sportives, etc…), décrire un challenge qu'on a relevé, une belle performance vécue dans un poste précédent, en quelques lignes….

Attention à ne pas poster d'information de contact personnelle (numéro de téléphone, email, adresse…) mais de permettre d'être contacté (lien ou formulaire).

L'art de la synthèse est primordial et sera aussi extrêmement important, notamment pour réaliser des pitchs que l'on peut aussi poster sur sa page.

Un outil permettant de travailler les pitchs : flipgrid. On ne se questionne pas sur le format, on travaille le contenu. On crée une grille (un thème) pour collecter des vidéos. Le stagiaire n'a pas besoin d'installer un outil, il peut travailler directement en ligne… Les thèmes de pitch que l'on peut travailler : se présenter, présenter un produit, mon EEP, une promo, un succès sur un projet, un challenge réussi, tout ça en maximum 90 secondes. Cela permet un travail sur l'élocution, pour appréhender la peur de se montrer. C'est un exercice difficile car on n'a pas forcément le feedback issu de la communication non verbale de celui qui écoute. C'est donc un gros travail sur l'image de soi pour apprendre à s'accepter et s'aimer. Un autre avantage : le candidat sera plus à l'aide face à la caméra lors d'un entretien d'embauche en visio.

Il est également possible de faire des simulations d'entretien d'embauche en visio, afin que les stagiaires se familiarisent avec le fait d'être devant une caméra, et puissent aborder cet exercice plus sereinement.

L'avantage de la page d'atterrissage est qu'elle n'est pas normalisée. En s'affranchissant des normes, chacun peut donc être plus créatif, exprimer sa personnalité. La page, dans son contenu ou son « look and feel », va être plus créative et révélatrice de la vraie personnalité ou du talent de chacun.

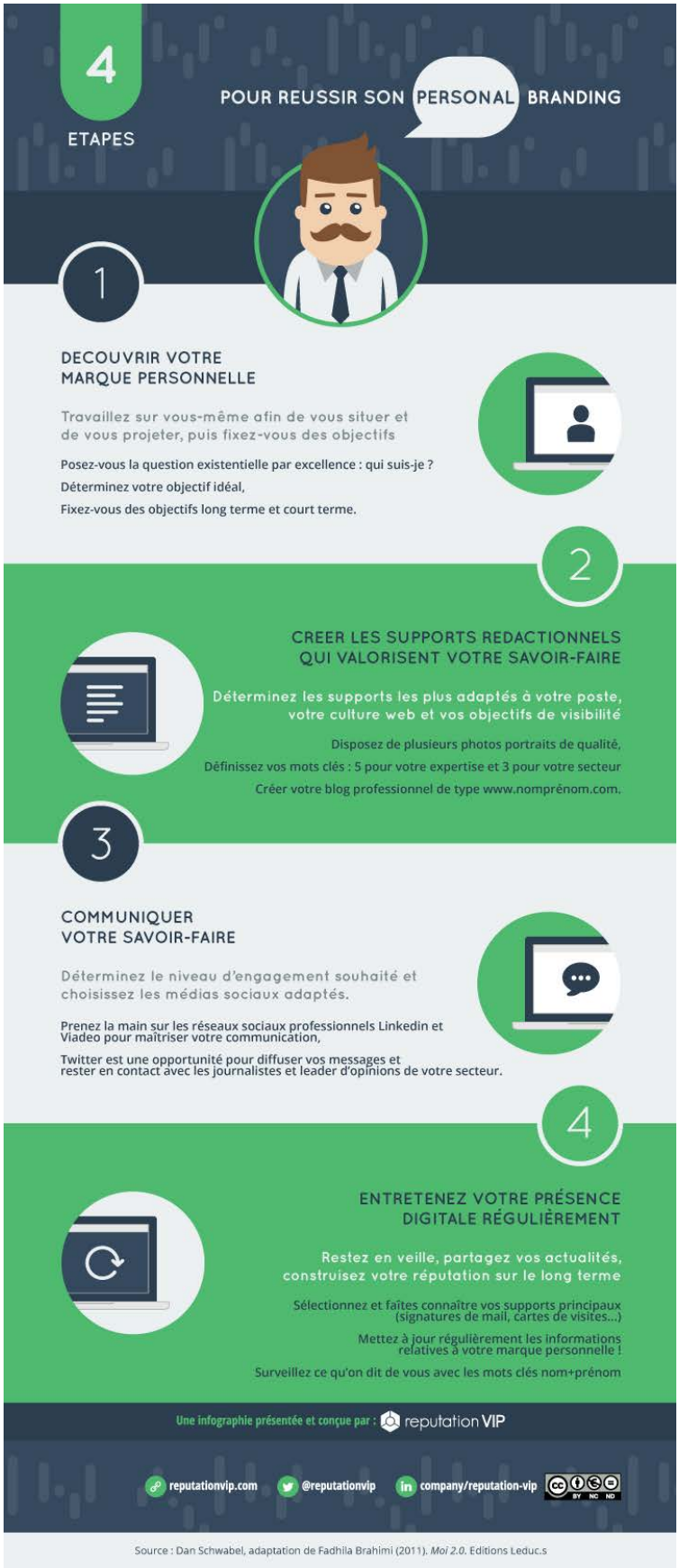
Le candidat part d'une page blanche, (pas de modèle au départ ce qui peut être angoissant) mais ça permet d'avoir la pleine créativité.

Une co-construction est possible : les stagiaires, en groupe, peuvent s'entraider, valider les contenus des uns et des autres, suggérer des idées, etc… Le formateur peut donner des idées aussi, sur ce que chacun peut mettre en avant.

Ces étapes augmentent la confiance en soi, la présence sur le web…

L'usage de tableaux collaboratifs peut également aider les stagiaires à échanger des idées sur leurs CV. Certains auront omis une compétence que les autres vont suggérer ou mettre en avant en validant : « tu sais faire ça ». Outil suggéré : Padlet

4ème clé : Le développement d'une « marque personnelle »



Source : Dan Schwabel, adaptation de Fadhila Brahimi (2011). *Moi 2.0*. Editions Leduc.s

Découverte d'une infographie qui explique les étapes de mise en avant d'une « marque personnelle » :

1. **Découverte de sa marque personnelle** : lister ses compétences (c'est l'étape de la carte mentale). C'est le dégrossissage qui va permettre de structurer les informations, pour choisir celles que l'on met en avant. Se projeter, préciser l'univers dans lequel on souhaite travailler.

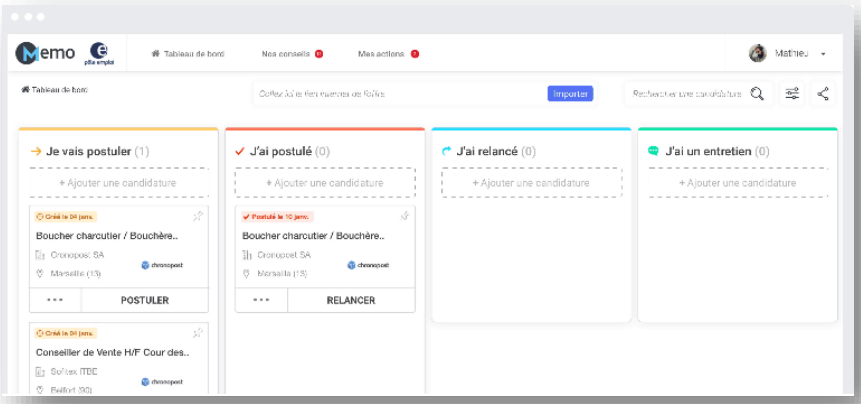
2. **Créer des rédactionnels** : un portfolio, 3 phrases courtes qui résument une expérience, « ce que je mets en avant ». C'est la construction de la page d'atterrissage ou page web personnelle.
Quelqu'un qui serait à court d'éléments à mettre en avant peut choisir dans les aspects à valoriser qui ne nécessitent pas de talent particulier : ponctualité, éthique, goût de l'effort, présentation et image, énergie, attitude, passion, assertivité, esprit d'équipe…
Il est important également de valoriser des expériences hors du cadre professionnel : associatif, sport… et on développe les expériences de bénévolat qui peuvent valoriser des compétences (notamment en matière d'équipe, de sociabilité…). Un recruteur va regarder ces petits plus, qui témoignent également de l'équilibre entre vie personnelle et professionnelle du candidat.
L'image utilisée a également son importance. Pour un bon portrait : pourquoi ne pas aller voir un photographe pour avoir 3 ou 4 photos de profil (même si Pôle emploi demande de faire aussi un CV sans photo pour limiter la discrimination sur l'image, sur l'âge…). Il faut bien choisir les photos que l'on publie, et peut-être afficher une cohérence avec les photos de profils sur les réseaux sociaux ou de communication divers.

3. **Communiquer son savoir-faire : diffusion sur les réseaux sociaux et autres canaux**
On a fait des visuels (infographies par exemple), on a fait une page d'atterrissage, puis on diffuse, on poste, avec un lien vers la page d'atterrissage.
Une infographie peut par exemple montrer des compétences clés, des compétences transverses, pour accrocher, attirer l'attention d'un recruteur, employeur (comme pour une campagne marketing).

L'infographie ne doit pas être un CV complet, plutôt une accroche. C'est le clic sur l'image qui doit mener vers la page d'atterrissage où le CV complet ou l'infographie complète sont présents. Le lien entre les différents posts et la page d'atterrissage peut se faire à l'aide d'un raccourcisseur de liens (rebrandly, bit.ly…) qui permettent également d'avoir des statistiques du nombre de visites, et donc mesurer la pertinence de la campagne de communication.
Un texte d'accroche sur un réseau social peut également être pertinent, en mettant des # hashtags appropriés.
L'utilisation des hashtags dans un post permet de cibler son audience. Etant donné qu'il est possible de s'abonner à un hashtag, l'utilisation de l'hashtag va permettre une visibilité auprès de ceux qui ont décidé de suivre ce mot clé.
Attention à ne pas poster de numéro de téléphone ou email pour ne pas se faire spammer ou bomber.
Il est également possible d'inciter les stagiaires à créer des courtes vidéos où ils montrent leurs compétences, se présentent. Un outil simple et facile à utiliser : Explee.
La vidéo peut également servir de visuel à poster.

4. Entretenir sa présence digitale : c'est l'étape de « fidélisation »
   Les contacts sur les réseaux sociaux, ça s'entretien. Par des publications simples et courtes (posts intéressants, infographies), soit par des articles de blog, soit par des vidéos. L'idée est de faire ressortir le meilleur de l'expérience professionnelle. Le stagiaire a peut-être été dans une bulle professionnelle, il faut l'encourager, même pendant sa vie professionnelle future, à poster ses connaissances, à les partager, afin de développer un réseau d'intérêt. Plus on a de personnes intéressées par ce qu'on fait, plus facile sera la possibilité un jour de glisser vers un autre emploi ou une autre activité. Avoir un réseau déjà établi (créé pendant sa vie professionnelle) va beaucoup aider à la visibilité et à la pertinence de cette visibilité lors de la recherche d'une nouvelle opportunité professionnelle.

En conclusion, de nombreux outils sont également proposés par Pôle emploi sur Emploi-store qui liste énormément de ressources en ligne disponibles pour le demandeur d'emploi. Le service Mémo de Pôle emploi est par exemple un bel outil permettant au candidat d'organiser et de suivre ses candidatures de façon visuelle :



Néanmoins, le rôle du formateur reste important et utile. Il devient un coach. Son rôle va être de guider, aider à faire le tri, sélectionner les bons outils, et surtout aider à construire une stratégie pour ne pas s'éparpiller ou postuler de façon déstructurée. Enfin, la dynamique de groupe dans l'EEP motive également au quotidien, aide à tenir dans la durée… Cette motivation, cette persévérance collective inscrite dans le temps est aussi très importante, comme outil et comme clef de la réussite d'une TRE en ligne.